

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ДО 2030 ГОДА**

Москва

2023 год

Оглавление

| | |
|--|-----|
| I. Общие положения | 3 |
| II. Цели и задачи Стратегии..... | 6 |
| III. Оценка состояния конгрессно-выставочной отрасли..... | 8 |
| 1. Позиции России в мировой конгрессно-выставочной отрасли..... | 8 |
| 2. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации | 10 |
| 3. Анализ лучших мировых практик по развитию отрасли..... | 11 |
| IV. Глобальные мировые тренды и вызовы для России, влияющие на развитие конгрессно-выставочной деятельности | 15 |
| V. Основные мероприятия по реализации задач Стратегии | 23 |
| 1. Создание условий для увеличения количества и качества проводимых мероприятий | 23 |
| 2. Стимулирование спроса на участие в деловых мероприятиях со стороны экспонентов, участников конгрессов и посетителей..... | 24 |
| 3. Развитие инфраструктуры и материально-технической базы сети конгрессно-выставочных центров..... | 25 |
| 4. Создание системы управления конгрессно-выставочной отраслью | 277 |
| 4.1. Совершенствование нормативно-правовой базы..... | 277 |
| 4.2. Совершенствование системы профессионального образования, повышения квалификации и сертификации специалистов конгрессно-выставочной отрасли..... | 299 |
| 4.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли..... | 30 |
| 4.4. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли..... | 31 |
| 5. Формирование комплексной системы продвижения России как событийной дестинации на международном уровне..... | 33 |
| VI. Ожидаемые результаты реализации Стратегии | 33 |
| VII. Анализ ключевых рисков | 35 |
| Приложение 1 | 36 |
| План мероприятий по реализации Стратегии конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации до 2030 года..... | 40 |

I. Общие положения

Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли¹ в Российской Федерации (далее – Стратегия) разработана в развитие Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и плана мероприятий по реализации данной концепции, утвержденного Распоряжением Правительства от 10.07.2014 № 1273-р.

Подводя итоги выполнения Концепции, необходимо отметить, что часть задач была реализована:

создана Ассоциация «Национальное конгресс-бюро»;

разработан ряд стандартов отрасли;

утвержден Профессиональный стандарт «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»;

в рамках совершенствования инфраструктуры отрасли в период с 2014 по 2020 год в стране введены 9 современных конгрессно-выставочных площадок.

Однако, актуальными остаются следующие проблемы:

в сфере правового регулирования конгрессно-выставочной деятельности: отсутствие единого понятийного аппарата, ведомственная разобщенность в управлении процессами, недостаточность проработки необходимых административных процедур, недооценка в регионах потенциала этого сегмента рынка;

недостаточность мер и механизмов государственной поддержки отрасли;

недостаточная обеспеченность регионов современной конгрессно-выставочной инфраструктурой;

недостаточное продвижение российских деловых мероприятий на внешнем рынке и, как следствие, относительно небольшое количество иностранных посетителей российских мероприятий;

¹ Основные термины и понятия, используемые в Стратегии, приведены в Приложении 1

отсутствие полномасштабной системы сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли;

несовершенство системы профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров конгрессно-выставочной отрасли.

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность – один из важных инструментов активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, привлечения инвестиций и укрепления экономического потенциала страны, эффективный механизм реализации национальных целей и задач, которые направлены на увеличение промышленного производства, внедрение технологических инноваций, увеличение доли страны на мировых рынках товаров и услуг, а также доли экспорта товаров в общем мировом объеме экспорта.

В условиях санкционного давления, нестабильной эпидемиологической и геополитической ситуации в мире, в свете необходимости опережающего импортозамещения и одновременно налаживания связей с дружественными странами, в России нужно создавать благоприятные условия для повышения количества и качества деловых мероприятий и в целом развития конгрессно-выставочной отрасли как основного инструмента решения национальных задач.

Стратегия направлена на формирование в Российской Федерации устойчивой конгрессно-выставочной индустрии в качестве одного из наиболее эффективных механизмов социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и продвижения российских внешнеэкономических интересов, а также придание конгрессно-выставочной индустрии законного статуса в государственной политике как одной из стратегических отраслей российской экономики.

Стратегия относится к документам стратегического планирования Российской Федерации.

Для реализации Стратегии необходима консолидация усилий органов государственной власти Российской Федерации, общественных организаций, отраслевых ассоциаций/союзов, научного и предпринимательского сообществ (включая малый и средний бизнес) по формированию благоприятного правового,

инвестиционного и делового климата. Требуется сфокусировать усилия, ресурсы и меры поддержки государства на развитии приоритетных направлений развития отрасли и событийных территорий, повышая их инвестиционную привлекательность и улучшая условия для вложения в конгрессно-выставочный бизнес, внедрить комплексный подход к планированию развития таких территорий через формирование планов развития, скоординированных с соответствующими документами стратегического и территориального планирования, отраслевыми и территориальными программами социально-экономического развития.

Стратегия разработана в соответствии с Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28.06.2014 №172-ФЗ и национальными целями развития Российской Федерации на период до 2030 года, определенными Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».

Стратегия также учитывает положения следующих нормативно-правовых документов:

национальный проект «Международная кооперация и экспорт», утвержденный президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 24 декабря 2018 г. № 16;

государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328;

распоряжение Правительства Российской Федерации «О Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» от 20 сентября 2019 г. № 2129-р.

Реализация Стратегии будет способствовать достижению целевых показателей, характеризующих достижение национальной цели «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство», а именно:

обеспечение темпа роста валового внутреннего продукта страны выше среднемирового при сохранении макроэкономической стабильности;

реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров не менее 70 процентов по сравнению с показателем 2020 года;

увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых, до 25 миллионов человек.

Реализация Стратегии будет содействовать достижению целей, обозначенных в Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2030 года, направленных на развитие внутреннего и въездного делового туризма, а именно:

увеличение в 2 раза количества туристов, приезжающих в Российскую Федерацию на деловые мероприятия;

увеличение привлеченных международных мероприятий и выход России в топ-20 мирового рейтинга конгрессных территорий;

а также направленных на развитие туристских территорий за счет совершенствования событийной инфраструктуры в регионах.

II. Цели и задачи Стратегии

Текущий уровень развития конгрессно-выставочной отрасли в России значительно отстает от показателей государств – лидеров конгрессно-выставочной индустрии, что характеризуется незначительным количеством привлекаемых мировых ротируемых мероприятий, невысокой долей иностранных участников и посетителей в проводимых в России конгрессно-выставочных мероприятиях, доминирующим положением зарубежных компаний на конгрессном рынке, недостатком квалифицированных кадров и компетенций.

Целями реализации Стратегии являются:

формирование конкурентоспособной конгрессно-выставочной отрасли, содействующей устойчивому социально-экономическому и инновационному развитию экономики Российской Федерации;

содействие продвижению российских товаров, услуг и результатов научно-исследовательской и образовательной деятельности на внутренние и внешние рынки;

содействие привлечению инвестиций в отрасли экономики;

обеспечение занятости населения за счет создания новых рабочих мест в конгрессно-выставочной индустрии, а также смежных отраслях на территориях с развитой или вновь строящейся конгрессно-выставочной инфраструктурой;

формирование положительного имиджа Российской Федерации в мире, в том числе в качестве дестинации для проведения международных ротируемых конгрессно-выставочных мероприятий.

С учетом необходимости комплексного развития отрасли выделены следующие задачи:

разработка основных форм и механизмов государственной поддержки отрасли, а также мер стимулирования участия российских производителей в конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых в Российской Федерации и за рубежом;

развитие конгрессно-выставочной инфраструктуры, отвечающей требованиям международных стандартов;

совершенствование нормативно-правовой базы конгрессно-выставочной отрасли;

совершенствование системы профессионального образования и повышения квалификации специалистов конгрессно-выставочной отрасли;

цифровизация конгрессно-выставочной отрасли;

совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли;

формирование комплексной системы продвижения России и регионов на международном уровне как дестинации для проведения международных мероприятий.

Для достижения указанных в документе целей и задач формируется План мероприятий по реализации Стратегии конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации до 2030 года.

III. Оценка состояния конгрессно-выставочной отрасли

1. Позиции России в мировой конгрессно-выставочной отрасли

Конгрессная деятельность

По данным Международной ассоциации конгрессов и мероприятий (ICCA), в мире до пандемии проходило ежегодно более 13 тысяч международных деловых событий с общим числом участников более 5 млн человек, вклад от которых в мировую экономику составлял 11 млрд долл. По итогам 2021 года в мире состоялось порядка 8 тысяч ротируемых конгрессных мероприятий с общим количеством участников около 4 млн человек.

По количеству ротируемых международных конгрессов Россия заняла в 2021 г. 30 место в мире и 19 место в Европе (70 мероприятий). Всего за 10 лет мероприятия международных ассоциаций состоялись в 64 городах России – как крупных региональных центрах, так и небольших городах (Пушино, Дубна, Сергиев Посад, Суздаль, Светлогорск, Геленджик и др.). Москва и Санкт-Петербург вошли в топ-100 рейтинга городов ICCA. Санкт-Петербург обогнал Москву и занял 55 место.

Доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий составляет менее 1%. Российский сектор конгрессов, конференций и деловых встреч оценивается международными экспертами в более чем 500 млн евро в год. Российские эксперты оценивают конгрессный рынок в 10–15 млрд руб. Общее количество конгрессных мероприятий, ежегодно проходящих на территории России, определяется в пределах от 10 000 до 13 500².

Выставочная деятельность

По данным отчета Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Oxford Economics, совокупный вклад выставочно-ярмарочной отрасли в мировой валовой внутренний продукт (без учета байерского эффекта выставок) составил 167,2 млрд евро.

Общий прямой и непрямой вклад выставочно-ярмарочной отрасли в мировой валовой внутренний продукт (после учета всех расходов экспонентов, посетителей,

² По данным Выставочного научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C

а также всех цепочек поставок, связанных с организацией выставок) – 275 млрд евро. Согласно отчету, в мире прошло порядка 32 000 выставочных мероприятий общей площадью нетто 138 млн кв.м. Европа (с учетом России) заняла 1-е место по количеству посетителей и экспонентов: 112 млн и 1,3 млн соответственно.

В России сохраняется высокий потенциал для роста и по основным выставочным показателям.

| Основные показатели выставочной деятельности | Россия | Северная Америка | Европа | Азия |
|--|--------|------------------|--------|-------|
| Выставочная площадь, проданная за год, млн кв.м. | 2,05 | 48 | 46,5 | 33,8 |
| Площадь среднего стенда, кв.м. | 19,52 | 30 | 29,06 | 27,93 |
| Количество участников, млн | 0,11 | 1,6 | 1,6 | 1,21 |
| Количество посетителей, млн | 4,94 | 91,2 | 112 | 81,5 |
| Прямые продажи выставок, млрд долл. США | 0,25 | 59,7 | 46,7 | 22,4 |

Источник: ICCA, UFI

Специализированная инфраструктура

Общая площадь выставочных комплексов в мире достигла уровня 35 млн кв.м. Всего в мире сегодня свыше 1200 выставочных площадок (половина – в Европе), превышающих по площади 5000 кв.м. 61 объект в мире обладает площадью свыше 100 тыс. кв.м., в том числе в России – ЦВК «Экспоцентр» и «Крокус-Экспо». Россия входит в топ-10 стран по количеству закрытых выставочных площадей специализированных комплексов с площадью брутто более 5000 кв.м. Доля закрытых выставочных площадей России составляет 2,2% от мирового объема выставочных площадей.

Всего в России 40 специализированных площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий, из которых 27 комплексов (68%) обладают закрытой выставочной площадью более 5000 кв.м.

В данный момент крупнейшие специализированные комплексы сосредоточены в нескольких городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Минеральных Водах, Уфе, Новосибирске и Краснодаре. На них приходится около 80% от общей закрытой выставочной площади России.

В Российской Федерации представлены различные типы объектов индустрии встреч: помимо специализированных (конгрессно-выставочных комплексов, конгресс-центров), используются конференц-залы отелей, оборудованные в соответствии с международными стандартами и специально предназначенные для проведения деловых мероприятий любого уровня и формата, дворцы, музеи, библиотеки, университеты, научно-исследовательские институты, спортивные комплексы и др.

Всего в России 63 специализированных конгрессных площадки и более 600 конгресс-отелей, способных принимать более 100 человек одновременно (по данным Рейтинга событийного потенциала регионов РФ).

Возможностями проводить крупные мероприятия, конгрессы и конференции располагают 165 городов.

Несмотря на это суммарная обеспеченность специализированными площадями в России недостаточно высока. Для сравнения: суммарная площадь закрытых выставочных площадей в России – 1,028 млн кв.м., в Италии – 2,3 млн кв.м., в Германии – 3,2 млн кв.м., в Китае – 6 млн кв.м.

2. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

По данным исследования Российского союза выставок и ярмарок (далее – РСВЯ), объем конгрессно-выставочной деятельности России оценивается в 182,1 млрд руб. (2021 г.)

На конгрессно-выставочном рынке работают 3077 компаний и 1542 индивидуальных предпринимателей (2022 г.), у которых ОКВЭД 82.3 указан в качестве основного вида деятельности. Количество компаний, у которых ОКВЭД

82.3 указан в качестве дополнительного вида деятельности, составляет более 40 000.

Согласно официальной отчетности, количество штатных сотрудников в конгрессно-выставочной индустрии (среднесписочная численность) составляет порядка 20 000 человек (2021 г.) При этом учитываются только компании, указывающие ОКВЭД 82.3 в качестве основного вида деятельности.

Основные показатели конгрессно-выставочной отрасли России. 2018-2021 гг.

| Год | Объем рынка, млрд руб. | Динамика объема рынка | Количество компаний, ед. | Динамика количества компаний | Среднесписочная численность сотрудников, чел. | Динамика среднесписочной численности сотрудников |
|------|------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|---|--|
| 2018 | 183,2 | - | 2094 | - | - | - |
| 2019 | 208,1 | 14% | 2529 | 21% | 22550 | - |
| 2020 | 129,6 | -38% | 2695 | 7% | 20320 | -10% |
| 2021 | 182,1 | 40% | 2901 | 7,6% | 19768 | -3% |

В субъектах Российской Федерации конгрессно-выставочная деятельность находится на разном уровне развития. Традиционно на Москву приходится самая большая доля рынка конгрессно-выставочной сферы. На конгрессно-выставочном рынке Москвы работает 1447 компаний, объем рынка Москвы – 145,9 млрд руб. (80%).

Конгрессно-выставочная отрасль в России динамично развивается и обладает большим потенциалом роста. Она влияет на смежные отрасли и их вклад в экономику страны. Мультипликативный эффект индустрии может достигать соотношения 1:7 (1 рубль, вложенный в отрасль, приносит 5–7 рублей дохода в сопряженные с ней сегменты других отраслей экономики: туризм, транспорт, гостеприимство, общественное питание, культура, торговля и другие сферы).

3. Анализ лучших мировых практик по развитию отрасли

За последние 2 года количество выставочно-ярмарочных и конгрессных компаний и площадок, предусмотренных для проведения выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий, резко сократилось. Связано это с отменой или переносом мероприятий на неопределенный срок из-за пандемии Covid-19.

В то же время наблюдается сокращение числа экспонентов на выставочных мероприятиях, что приводит к снижению масштабов выставочных и конгрессных мероприятий и, как следствие, влияет на доходность компаний-организаторов и устойчивое развитие территорий.

С целью поддержки конгрессно-выставочной отрасли в разных странах властями предпринимаются попытки сохранить конгрессно-выставочный рынок на уровне 2019 года.

В **Китае** конгрессно-выставочную индустрию воспринимают как опорную отрасль и стремятся сделать её «новой движущей силой» экономического развития. Мощное развитие отрасли в Китае тесно связано с решительной политикой поддержки со стороны местных органов власти. Так, например, в городе Циндао применяется нормативно-правовой акт, предусматривающий управление специальными фондами для поддержки развития конгрессно-выставочной индустрии.

Шэньчжэнь, Сиань, Цзинань и другие города ввели процедуры проверки и утверждения выставочной деятельности во время эпидемии. Муниципальное правительство формирует специальные группы, состоящие из представителей здравоохранения, общественной безопасности, пожарной охраны и торговли для регулярного ежемесячного проведения совместного совещания по утверждению выставок и согласованию процессов утверждения и требования к возобновлению "одной выставки и одного дела" в соответствии с различными типами выставок, масштабами и продолжительностью. Количество посетителей может быть ограничено, ссылаясь на стандарт одного человека на один квадратный метр выставочной площади, и должны быть установлены строгие требования в отношении подачи документов, управления профилактикой и контролем.

Корректировка выполнения установленного режима производится в реальном времени в соответствии с эпидемиологической ситуацией.

В августе 2021 года Муниципальное бюро торговли Гуанчжоу опубликовало рекомендации для предприятий выставочной индустрии в виде снижения арендной платы за помещения. В случае отмены или переноса мероприятия в период пандемии компании-организаторы, заключающие госконтракт, не считаются нарушителями контракта, а депозит, уплаченный организатором, корректируется в соответствии с текущей обстановкой.

В Нинбо применяются следующие меры: для перенесенной выставки предоставляется субсидия в размере 30% от суммы субсидии для вновь созданной выставки на основе использования первоначальной политики. А для выставки площадью более 10 000 квадратных метров, отложенной более чем на один год из-за профилактики эпидемии - субсидия составила 20% от расходов на рекламу, максимум не более 300 000 юаней. Для выставок, отложенных и реорганизованных из-за эпидемии 40% понесенных расходов на рекламу будут субсидироваться, максимум 500 000 юаней. Для инновационных выставок, которые используют облачные вычисления, большие данные, блокчейн, 5G и другие технологии в выставочном проекте, единовременная субсидия будет предоставляться в соответствии с не более чем 50% затрат на проект, при этом максимальная сумма субсидии не превышает 600 000 юаней.

Также в Китае действует формат международных выставок-ярмарок (экспо-ярмарок) с возможностью продажи продукции с отсрочкой таможенных пошлин при временном ввозе.

В **Германии** выставочный бизнес пользуется солидной государственной поддержкой, в том числе финансовой. В стране действует Общество добровольного контроля статистических данных по выставкам и ярмаркам (FKM). Эта организация контролирует примерно 85% выставок, обеспечивая общественность достоверной информацией.

Ассоциация выставочной индустрии Германии (AUMA) разработала «Правила рыночной прозрачности в индустрии ярмарочной деятельности в

Германии». AUMA как головная организация на рынке ярмарочной деятельности Германии выступает в качестве независимого регулирующего органа, что позволяет поддерживать баланс интересов участников, посетителей и организаторов. Кроме того, AUMA осуществляет координацию немецких выставок за рубежом.

Поддержка участия государством отечественных производителей в выставках на территории Германии осуществляется:

- На общенациональном уровне федеральные министерства компенсируют 70-80% выставочных расходов.
- На уровне федеральной земли – города Берлина программа предусматривает возврат 50% затрат на индивидуальное участие в любых выставках, конгрессах и некоторых других деловых мероприятиях.

Существует Федеральная программа по поддержке молодых инновационных предприятий, участвующих в международных выставках на территории Германии. Программу реализует Федеральное министерство экономики и технологий.

Практически в каждой федеральной земле – свои программы компенсации выставочных расходов предприятий региона. При расчете компенсации учитываются все расходы: стоимость аренды площади и строительства стенда, транспортные и страховые расходы, затраты на проживание в гостинице, стоимость привлечения переводчиков и другого временного персонала. Немецкое предприятие, отвечающее определенным требованиям (10 лет на рынке, до 50 сотрудников, годовой оборот до 10 млн. евро, инновационность продукции) может воспользоваться и федеральными, и региональными субсидиями.

В качестве примера также предлагается рассмотреть инициативу SPIRE THAILAND, где предусматривается оказание финансовой и нефинансовой поддержки проведения мероприятий в **Таиланде** в пяти приоритетных отраслях: 1 – пищевая промышленность, сельское хозяйство, биотехнологии; 2 – медицина; 3 – разведывательное оборудование, электроника, ИИ; 4 – возобновляемая энергия; 5 – креативная индустрия, туризм и услуги высокой стоимости.

IV. Глобальные мировые тренды и вызовы для России, влияющие на развитие конгрессно-выставочной деятельности

Ниже перечислены глобальные мировые тренды и вызовы для России, в том числе связанные с пандемией коронавируса, определяющие основные направления развития КВД для решения новых задач, стоящих перед страной в XXI в.

Реконструкция мировой экономической системы, обострение конкуренции. Глобальный характер наблюдаемых сегодня негативных экономических последствий, затрагивающих большое количество стран, требует выработки комплексного решения, учитывающего интересы всех участников производственно-сбытовых цепочек.

Мир вошел в этап необходимости тотальных передоговоренностей на всех уровнях: глобальном, национальном, корпоративном, сообществ и людей. В этом процессе переговоров будут задействованы миллионы представителей политики, бизнеса, науки, технологий, искусства и социальной сферы. Очевидно, что лучшего формата, чем выставки, конгрессы, события для этого не существует.

Для достижения этой цели необходимо создание национального календаря событий по тематикам, соответствующим тому месту и роли, которые страна хочет в мировом разделении труда и обеспечении индустриального суверенитета.

Попытки искусственной изоляции и формирования негативного образа России. Сегодня, когда средства массовой информации формируют событийный, оценочный, ценностный, имиджевый мир и массовое сознание современного человечества, единственным достоверным каналом информации становятся непосредственные физические контакты и физическое присутствие на местах событий.

Конгрессно-выставочная сфера является уникальным инструментом, своими мероприятиями открывающая миру возможность в непосредственном присутствии корректировать информацию и устанавливать истину.

Более того, аудитория деловых мероприятий – это та аудитория, которая формирует контуры развития стран и современного мира. Эти контуры создаются на отраслевых, специализированных мероприятиях, куда приезжают ведущие

бизнесмены, политики, финансисты, аналитики и др., у которых тоже есть потребность в профессионально-деловой коммуникации.

Конгрессно-выставочная деятельность – это мощнейший коммуникационно-медийный инструмент влияния на принятие решений мировыми элитами в политике, бизнесе, науке, культуре.

Кардинальная смена маркетинговых парадигм и каналов продвижения компаний. Несмотря на взрыв технологических инноваций в современном мире, конгрессно-выставочная отрасль по ряду параметров не имеет альтернатив. Выставки и конгрессы были и по-прежнему остаются одним из самых эффективных инструментов рекламы и продвижения продукции, услуг, предприятий, отраслей и прочно сохраняют место в тройке важнейших каналов продвижения и продаж, демонстрации и изучения новинок, получения информации об отраслевых трендах, поддержания имиджа.

По статистике участия компаний в выставках можно отследить четкую корреляцию с конкурентоспособностью как самих компаний, так и национальных экономик. Наивысший процент участия живых компаний в выставках наблюдается в Китае, США и Германии (до 80%). Во многом такая активность стимулируется специальными мерами государственной поддержки. В Китае не только растет количество крупнейших конгрессно-выставочных комплексов в провинциях, но они и заполняются, так как очень многим компаниям возмещаются полные расходы на участие в выставках как в индивидуальном порядке, так и в рамках национальных экспозиций. Также стимулируется и привлечение посетителей через байерские программы и льготные билеты. Серьезные субсидии выделяются в Германии и других странах.

Не менее важными, чем доля участвующих компаний, являются активность участия и качество подготовки к выставке. В Германии, например, на многих проектах до 80% всех посетителей на выставку привлекают сами участники, а не организатор. Это существенно повышает эффективность участия, так как приходит подготовленный целевой посетитель, готовый проводить предметные переговоры. В России мы наблюдаем, к сожалению, обратную статистику. В выставках

участвуют не более 5% работающих компаний, а из тех, кто участвует, самостоятельно привлекают посетителей не более 20%. Важнейшими направлениями развития выставочной отрасли являются, с одной стороны, пропаганда и обучение компаний эффективному участию в выставках. С другой стороны, государственные меры стимулирования спроса на участие в выставках и субсидирование как участия экспонентов, так и привлечения посетителей.

Нарастающая конкуренция городов и регионов. Следующий глобальный тренд и вызов времени – мощное развитие мирового рынка, обострение глобальной экономической конкуренции, борьбы за рынки, за лидерство государств, геополитическое пространство и контроль над ним.

Конкурентная борьба разворачивается уже не только между компаниями, но и между странами. Конкурируют между собой регионы, мегаполисы как внутри страны, так и за ее пределами. Города и регионы борются за привлечение бизнеса, инвестиций, туристов, специалистов.

В этих условиях конгрессно-выставочная индустрия становится мощным локомотивом производственно-технологических, экономических, научных, инновационных и прочих процессов, одним из наиболее мощных коммуникационных каналов.

Официально признание значения отрасли как «инструмента формирования компетенций территорий» озвучено не так давно Международной ассоциацией конгрессов и конференций (ИССА).

Сегодня разные страны и города конкурируют за право принимать у себя мировые ротируемые мероприятия, признавая и осознавая роль, которую играют конгрессно-выставочные мероприятия в маркетинге территорий, повышении их конкурентоспособности и особенно в формировании и продвижении территориальных компетенций.

Необходимо разрабатывать событийную линейку приоритетных мероприятий для регионов, которые будут отражать ключевые направления стратегии их развития и компетенции. Выставки, конгрессы, ярмарки, события по своей тематике и формату должны быть одним из центральных инструментов

достижения целей ключевых программ, кластеров, зон развития и визитными карточками амбиций региона.

Поиск источников синергии в экономике и увеличения косвенных доходов для экономик стран и регионов. Успешно развивающиеся страны, как правило, концентрируются не только на тех отраслях, которые соответствуют природно-климатическим, социально-культурным условиям, научно-производственному потенциалу и исторически сложившимся особенностям региона, но и идет поиск среди них тех секторов, которые дают синергетический эффект для других отраслей.

Необходимо отметить синергетическую роль конгрессно-выставочной отрасли, которую она играет в социально-экономическом развитии страны и регионов, будучи при этом мало затратной в плане инвестиций и находящейся в фазе формирующегося рынка.

Как уже было отмечено выше, доля отрасли в ВВП России составляет 3%. Совокупный финансовый эффект по общеизвестной мировой статистике составляет минимум 1:7 для территории от вложений в выставочно-конгрессные мероприятия, в том числе с учетом доходов индустрии гостеприимства.

Все сказанное требует постановки официальной статистики проводимых мероприятий и оформления отдельной группы ОКВЭД по отрасли с учетом смежных сервисов, методики расчетов косвенных доходов, получаемых экономикой, с целью определения совокупного синергетического эффекта, который дают выставки и конгрессы и их реальной доли в ВВП страны и ВРП регионов.

Выбор приоритетов в развитии сферы туристических услуг. Самым выгодным и перспективным видом туризма становится деловой туризм, центральную роль в котором играют выставки, конгрессы и другие деловые мероприятия.

Повышению конкурентоспособности российского делового туризма способствует создание профессиональных городских или региональных структур, которые берут на себя всю практическую сторону организации встреч. Здесь одной

из ключевых фигур являются конгресс- и визит-бюро (CVB). Это очень важные элементы для города и региона, которые представляют и продвигают их, созданы для предоставления услуг туристам, приезжающим в данный город или местность с деловой целью или для отдыха.

Необходимо грамотное продвижение и PR по формированию достоверного положительного образа России для развития въездного туризма.

Одной из ключевых проблем является отсутствие системного подхода к достижению высокого уровня кросс-культурной компетенции бизнесменов и профессионалов делового туризма, включая работников PR, развитие знаний о национальных и языковых различиях и умения общаться и вести переговоры с представителями разных культур.

Нужна целенаправленная, узкопрофессиональная, продуманная на государственном и межведомственном уровнях подготовка кадров.

Поиск точек роста, новых источников развития секторов экономики с невыбранной емкостью рынка. Рынок мероприятий в России только формируется, его емкость с учетом международной составляющей выбрана на 10%.

При этом доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий, по оценкам, составляет менее 1%, а среди ведущих стран по проведению конференций и конгрессов Россия занимает лишь 42-е место в мире (ICCA Statistics Report 2015) и 21-е – в Европе. Сегодня в мире насчитывается около 7000 международных профессиональных ассоциаций, которые проводят в год тысячи мероприятий в разных странах и регионах, и только не более 600 из них проводили мероприятия в России. При этом доминирующее положение на рынке конгрессных услуг РФ занимают иностранные фирмы, хотя есть также российские компании, которые в суммарном объеме рынка способны конкурировать с зарубежными.

В России потенциально в ближайшие несколько лет только с участием международных ассоциаций можно организовать более 8000 конгрессов. Москва и

Санкт-Петербург по-прежнему входят в топ-100 наиболее популярных конгрессных дестинаций мира и топ-50 Европы (ICCA Statistics Report).

Преодоление эпохи тотального отчуждения человека через общение и события XXI в. – век цифровизации и технологий. Глобализация унифицирует стандарты жизни, но не объединяет, а разобщает человечество, порождая обострение конкуренции, геополитического противостояния и напряженности.

Однако мы наблюдаем возрастающую потребность человека именно в живом общении, и стремление людей к общению, к контактам будет только возрастать.

Расширение и развитие новых форм конгрессно-выставочной деятельности – это создание пространства и времени для общения, для коммуникаций в любой форме, для самых разных интересов и групп. Вместе с тем, это создание возможностей для рождения новых, самых разнообразных и разнопрофильных социальных, культурных и прочих проектов, видов деятельности и отношений.

Во многих стратегиях развития России задача формирования гражданского общества является одним из главных приоритетов. Конгрессно-выставочная деятельность в ее диверсифицированной форме может и должна стать одним из драйверов этого социального процесса. Таким же смыслом наполняется необходимость тесной взаимосвязи деятельности отрасли с приоритетными национальными проектами Российской Федерации, ставшими национальной программой роста «человеческого капитала», и ее направлениями – «инвестициями в человека».

Экономика впечатлений как планетарный тренд. В текущий момент в мире происходит набирающий темпы, масштабы и значение процесс оформления и развития экономики впечатлений. Этот глобальный тренд тесно связан, с одной стороны, с повышением роли и ценности событий и впечатлений в жизни людей, а с другой – с еще одной тенденцией в развитии современного – в первую очередь, российского – экспобизнеса.

Отрасли придется прорабатывать новые подходы к организации мероприятий, работы комплексов, их оснащенности в плане повышения

эмоционального фактора для участников и посетителей, превращая его в технологии и предлагаемые услуги.

В этом аспекте крайне важна оснащённость комплексов специальными возможностями: использованием тактильных материалов в оформлении, современными аудиовизуальными мультимедиа-носителями навигации, рекламы и оформления, технологиями аромамаркетинга, средствами голографии и 3D-маппинга, VR, AR и многого другого, позволяющего мобильно менять пространственный дизайн, наполняя его яркими эмоциями.

Сегодня становится очевидным, что главной ценностью XXI в. будет внимание людей и что цифровизация охватывает и связывает между собой области, которые ранее считались совершенно автономными. Цифровая экосистема способна эффективно завоевывать это внимание при минимальных издержках. В долгосрочной перспективе крупные экосистемы могут стать определяющими и для экономики, и для культуры. И уже сегодня очевидно, что экосистемы в самое ближайшее будущее будут покорять новые рынки для России.

Открытые онлайн принципиально новые возможности глобальной конкуренции. Выставки и конгрессы получают новое уникальное преимущество создавать гибридные мероприятия, сочетающие в себе преимущества онлайн и офлайн.

Меры изоляции во время пандемии вытолкнули мир в среду виртуального онлайн-общения. Все организаторы стали активнее осваивать этот инструмент коммуникаций и формат мероприятий.

Цифровых продуктов для проведения онлайн выставок, конференций и других мероприятий более сотни, однако ни один из них не оказался готов к проведению масштабных диверсифицированных деловых мероприятий с выставочной, конгрессной, деловой, развлекательной программами. Нет пока и достойных решений по проведению гибридных мероприятий, сочетающих все преимущества онлайн и офлайн.

Необходимо выходить на новый технологический уровень создания платформ и экосистем, позволяющих проводить новый формат гибридных

событий. Это потребует объединения новаторских решений в сфере маркетинга, цифровых технологий и менеджмента. Пока это новая, никем не занятая ниша. Россия с ее уровнем проникновения Интернета и компетенциями в событийном бизнесе вполне может стать здесь пионером.

Согласно **SWOT-анализа** конгрессно-выставочной индустрии, проведенного Всемирной ассоциацией выставочной индустрии UFI:

1. Слабые стороны

снижение количества посетителей выставок;

имидж выставок как дорогого мероприятия: воспринимаются предпринимательским сообществом как достаточно дорогостоящее маркетинговое средство;

недостаточно «раскрученный» имидж выставок как инструмента маркетинга;

недостаток надежных статистических исследований;

отсутствие постоянно действующих и широко распространенных программ продвижения выставок в промышленности;

недостаточное количество образовательных программ в выставочной сфере.

2. Угрозы

продолжающийся кризис мировой экономики (очевидны тенденции к понижению основных экономических показателей);

нестабильная геополитическая обстановка;

недостаток (или недостаточное техническое оснащение) выставочных площадей в регионах

пандемии.

3. Сильные стороны

выставки, как инструмент реализации маркетинговой политики «от человека к человеку», «из двери в дверь», по-прежнему остаются очень важным средством продвижения товаров и услуг;

выставка, как маркетинговое средство, активно воздействует на все пять чувств человека;

выставочная деятельность имеет большой потенциал

4. Возможности

развитие партнерских связей со странами БРИКС, ШОС, СНГ;

наличие современных выставочных комплексов в ряде ключевых с точки зрения экономики регионов;

некоторое снижение цикла развития и срока жизни продуктов создает дополнительные возможности для выставочной индустрии: новинок на рынке все больше, появляются они чаще, и все их надо выставлять;

потребность в большем количестве услуг заставляет экспонентов требовать, чтобы им предоставили не просто квадратные метры, а максимально полный интегрированный пакет услуг.

V. Основные мероприятия по реализации задач Стратегии

1. Создание условий для увеличения количества и качества проводимых мероприятий

В целях обеспечения развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации необходима эффективная система продвижения и государственной поддержки конгрессно-выставочной деятельности.

Одной из ключевых задач систематизации существующего порядка государственной поддержки и продвижения конгрессно-выставочной деятельности является переход на новый уровень качества и количества проводимых мероприятий. Государственная поддержка выражается в следующем:

предоставление субсидий на возмещение затрат, связанных с проведением конгрессно-выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий;

формирование списка конгрессно-выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий, организатором которых определяются исполнительные органы государственной власти, с определением отраслевых тематик;

разработка и внедрение территориально-отраслевой матрицы конгрессно-выставочной деятельности Российской Федерации;

определение на основе территориально-отраслевой матрицы перечня приоритетных конгрессно-выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий с использованием следующих критериев отбора:

прохождение мероприятием независимого выставочного аудита;
участие в Общероссийском рейтинге выставок;
наличие у мероприятия поддержки Российского союза выставок и ярмарок, Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI, Международной ассоциации конгрессов и конференций ICCA;

развитие форматов международных выставок-ярмарок (экспо-ярмарок) с возможностью продажи продукции с отсрочкой таможенных пошлин при временном ввозе;

учреждение новых мировых конгрессов и выставок по отраслевым тематикам;

использование информационных возможностей органов власти различных уровней, посольств России за рубежом, торгпредств, общественных организаций, межрегиональных и отраслевых объединений предпринимателей для продвижения приоритетных выставочных, конгрессных и ярмарочных мероприятий, в частности распространение информации о поддерживаемых выставочных и конгрессных мероприятиях на межрегиональном и федеральном уровнях.

2. Стимулирование спроса на участие в деловых мероприятиях со стороны экспонентов, участников конгрессов и посетителей

Создание комфортных условий для участия в мероприятиях как для российских, так и для зарубежных экспонентов, участников конгрессов и иных деловых событийных мероприятий, создаст благоприятные условия для развития самих мероприятий с точки зрения увеличения их количества, а также с позиций улучшения качества.

К механизмам финансовой поддержки участников мероприятий относятся следующие:

компенсация части затрат на проживание участников мероприятий, прибывающих для участия из других регионов (туристический кэшбэк на деловой туризм);

выделение бюджетного финансирования для программ (подпрограмм) на участие молодежи в мероприятиях, в том числе с культурно-познавательной целью (например, Пушкинская карта);

компенсация затрат участников мероприятий в части налогообложения: возврат налогов / освобождение от уплаты НДС участником при оплате услуг организатору мероприятия;

компенсация суммы налога на добавленную стоимость затрат, которые понесли иностранные участники и делегаты в России (EXPO / Business tax free)

компенсация затрат (полная или частичная) на участие экспортеров в федеральных и региональных выставочных мероприятиях.

К механизмам нефинансовой поддержки участников мероприятий относятся следующие:

защита прав первой выставочной демонстрации экспонентов (выставочный приоритет) на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации, демонстрируемые на выставочных, ярмарочных, конгрессных и деловых событийных мероприятиях;

признание дипломов победителей конкурсов на мероприятиях в качестве подтверждения квалификации в тендерных закупках;

безвизовый въезд/упрощенное оформление визы на территорию Российской Федерации зарубежных участников мероприятий на период его проведения (EXPO ID).

3. Развитие инфраструктуры и материально-технической базы сети конгрессно-выставочных центров

На сегодняшний день Россия занимает 8-е место в мире по наличию закрытых выставочных площадей. При этом 73% всех российских конгрессно-выставочных площадей сконцентрировано в Москве и Санкт-Петербурге, в

регионах сосредоточено всего 27% выставочных площадей. Учитывая меняющуюся географию внешнеторговых отношений России, регионы приобретают новые стратегические цели и задачи. Развитие конгрессно-выставочной инфраструктуры в регионах носит стратегический характер для самой отрасли и страны в целом.

В стране существует потребность в развитии материально технической базы конгрессно-выставочной отрасли как с точки зрения постройки новых, так и модернизации существующих площадок.

При развитии конгрессно-выставочной инфраструктуры в регионах необходимо принимать во внимание:

геоэкономическое положение;

экспортный потенциал;

транспортную доступность;

локальную экспертизу.

Развитие материально-технической базы и инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации должно осуществляться на принципах государственно-частного партнерства в форме концессионных соглашений и арендных договоров по управлению объектами инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности, включая возможность создания совместных предприятий для выполнения государственных и муниципальных заказов.

Основными направлениями развития материально-технической базы и конгрессно-выставочной инфраструктуры в Российской Федерации являются:

анализ и формирование перечня субъектов Российской Федерации, приоритетных с точки зрения развития экспортного потенциала, в которых будет развиваться конгрессно-выставочная инфраструктура в первую очередь;

формирование в субъектах Российской Федерации конгрессно-выставочной инфраструктуры, в том числе на принципах государственно-частного партнерства;

нулевые налоги на имущество и землю, находящиеся в собственности компаний отрасли;

поддержка инвесторов для развития инфраструктуры.

4. Создание системы управления конгрессно-выставочной отраслью

4.1. Совершенствование нормативно-правовой базы

Нормативно-правовое регулирование конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, а также нормативными правовыми документами органов государственной власти Российской Федерации и органов власти субъектов Российской Федерации.

В целом нормативно-правовое регулирование в сфере конгрессно-выставочной деятельности значительно отстает от других отраслей по степени нормативной обеспеченности.

Международный опыт нормативно-правового обеспечения конгрессно-выставочной деятельности свидетельствует о целесообразности внесения изменений в нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие конгрессно-выставочную отрасль, а также о необходимости разработки законодательного акта, определяющего принципы государственной политики, направленной на установление правовых норм единого конгрессно-выставочного рынка в Российской Федерации.

Систему нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной деятельности целесообразно привести в соответствие со сложившейся в Российской Федерации иерархией и структурой нормативных правовых документов, регулирующих деятельность в основных отраслях экономики. Ее основой должны стать: законодательный акт, комплекс национальных стандартов, регламентирующих требования к качеству и безопасности предоставляемых конгрессно-выставочных услуг, документы стратегического планирования, разрабатываемые на федеральном уровне.

Региональные нормативные документы, регламентирующие и отражающие специфику конгрессно-выставочной деятельности в субъектах Российской Федерации

Федерации, должны включать в себя законы, нормативные акты органов исполнительной власти, документы стратегического планирования, разрабатываемые на уровне субъекта Российской Федерации.

Аналогичный по составу ряд нормативных документов может быть разработан и использован на уровне местного самоуправления.

Отдельный блок в системе нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной отрасли могут составить нормативные документы добровольного применения, разрабатываемые профессиональными объединениями предпринимателей и отдельными хозяйствующими субъектами. К таким документам относятся корпоративные кодексы, стандарты организаций, правила добровольной сертификации и другие.

В связи с отсутствием в настоящее время ряда элементов предлагаемой системы нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной деятельности необходимо:

провести анализ и систематизацию нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, в том числе в части налогообложения, таможенного оформления, арендной платы за землю с выставочных и конгрессных комплексов и т.д., по результатам анализа подготовить предложения по внесению изменений в указанные нормативные правовые акты;

разработать и принять нормативно-правовые акты, определяющие основные принципы государственной политики в сфере конгрессно-выставочной деятельности;

разработать комплекс стандартов, регламентирующих основные положения, общие требования, методы контроля и формы сбора статистических данных для конгрессно-выставочной деятельности.

На современном этапе развития конгрессно-выставочной деятельности целесообразно обеспечить процессы актуализации действующих национальных стандартов Российской Федерации, описывающих и регламентирующих конгрессно-выставочную и ярмарочную отрасли, содействовать разработке и актуализации новых национальных и межгосударственных стандартов в отрасли, а

также обеспечить адаптацию международных отраслевых стандартов, отражающих основные положения, общие требования, методы контроля и безопасности предоставляемых конгрессно-выставочных услуг.

Разработка и принятие нормативных правовых актов, корректировка нормативно-правовой базы в сфере конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации должны сопровождаться проведением научно-исследовательских работ, направленных на уточнение основных правовых проблем и оптимальных путей их решения, систематическим мониторингом практики применения нормативных правовых актов.

4.2. Совершенствование системы профессионального образования, повышения квалификации и сертификации специалистов конгрессно-выставочной отрасли

Для динамичного развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации необходима достаточная обеспеченность профессиональными кадрами высокой квалификации.

Развитие системы подготовки специалистов в сфере конгрессно-выставочной деятельности должно осуществляться по следующим направлениям:

разработка и утверждение концепции кадрового обеспечения развития отрасли;

разработка отраслевой рамки квалификаций, разработка и утверждение профессиональных стандартов в сфере конгрессно-выставочной деятельности с учетом отраслевой рамки квалификаций;

разработка федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности, разработка и утверждение профильных основных программ профессионального обучения и типовых дополнительных профессиональных программ в области подготовки специалистов в сфере выставочно-конгрессной деятельности;

развитие системы признания и поощрения заслуг граждан за достижения в области выставочно-конгрессной деятельности.

Подготовка кадров для отрасли должна осуществляться в порядке, установленном Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» с учетом особенностей, установленных настоящим документом.

Подготовку специалистов в сфере конгрессно-выставочной деятельности необходимо реализовывать по следующим образовательным программам: образовательные программы среднего профессионального образования и высшего образования, программы дополнительного профессионального образования (программы переподготовки и повышения квалификации).

Поддержку субъектам конгрессно-выставочной деятельности в сфере образования органами государственной власти и органами местного самоуправления необходимо осуществлять по следующим направлениям:

определение/мониторинг и прогнозирование потребности в профессиональных кадрах различной квалификации в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности;

создание условий для подготовки кадров для субъектов отрасли или их дополнительного профессионального образования;

учебно-методическая и научно-методическая помощь субъектам конгрессно-выставочной деятельности;

актуализация существующих и разработка новых профессиональных стандартов в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности с учетом отраслевой рамки квалификаций;

разработка и реализация профильных основных профессиональных образовательных программ по уровням образования, программ повышения квалификации и переподготовки кадров отрасли;

создание и внедрение системы независимой оценки квалификации работников, занятых в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности.

4.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли

Повсеместное распространение онлайн-продуктов в повседневной жизни граждан (электронная коммерция, онлайн-банкинг, приложения такси и т.п.)

свидетельствует о значительной востребованности среди широких масс населения, особенно в бизнес сообществе, электронных инструментов, позволяющих существенно повысить эффективность, качество и скорость предоставляемых услуг.

Для того чтобы конгрессно-выставочная отрасль отвечала требованиям и потребностям цифровой экономики, необходима разработка единой цифровой платформы отрасли, которая будет способствовать повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности за счет оцифровки и автоматизации бизнес-процессов.

Цель создания цифровой платформы (или программного комплекса) - формирование экосистемы, позволяющей комплексно управлять проектами, компанией и площадкой, реализуя весь комплекс необходимых услуг. Единая цифровая платформа конгрессно-выставочной отрасли будет способствовать повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности за счет оцифровки и автоматизации бизнес-процессов по направлениям: управление проектами, управление компаниями, управление площадками, управление сопутствующими сервисами. Такая платформа призвана обеспечить как доступность проведения выставочных проектов для новых игроков рынка, тем самым увеличивая его объемы, так и значительно повысить эффективность управления процессом для существующих. С точки зрения участников и посетителей мероприятий, платформа экосистемы призвана добиться максимальной эффективности от участия в мероприятии каждого отдельно взятого человека или компании. Это будет содействовать основной цели отрасли – обеспечению роста экономики, культурного развития и профессиональных навыков.

4.4. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли

Эффективность функционирования отрасли зависит от степени обеспеченности участников конгрессно-выставочной деятельности, включая

органы власти всех уровней, актуальной и достоверной отраслевой информацией. Востребованной является информация о состоянии выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры, количестве и качестве проводимых мероприятий, лучших практиках в сфере развития отрасли.

Основными направлениями совершенствования процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли также являются:

создание условий для более широкого применения выставочными организаторами процедуры выставочного аудита посредством использования механизма поддержки органами государственной власти всех уровней мероприятий, располагающих проверенной в ходе аудита статистикой;

поддержка и продвижение на государственном уровне крупных международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, занимающих первые позиции в Общероссийском рейтинге выставок;

формирование и продвижение на государственном уровне территориально-отраслевой матрицы конгрессно-выставочной деятельности России, содержащей информацию о выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в различных регионах и отраслях Российской Федерации;

использование для оценки эффективности проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий «Методики оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия»;

продвижение на государственном уровне Рейтинга событийного потенциала регионов России, оценивающего факторы развития конгрессно-выставочной отрасли и позволяющего планировать деятельность по улучшению социально-экономической ситуации в регионах Российской Федерации;

разработка механизмов сбора статистических данных по конгрессным мероприятиям, проводимым в Российской Федерации.

5. Формирование комплексной системы продвижения России как событийной дестинации на международном уровне

Для формирования комплексной системы продвижения Российской Федерации и регионов страны как событийных дестинаций на международном уровне необходимо:

сформировать в субъектах Российской Федерации сеть региональных конгресс-бюро, с учетом потребностей регионов и во взаимодействии с другими профильными организациями и объединениями. В задачи конгресс-бюро входит:

продвижение регионов России на конгрессно-выставочных рынках в стране и за рубежом;

привлечение мероприятий, значимых для регионов и страны в целом;

контроль качества привлеченных мероприятий;

консолидация и координация участников конгрессно-выставочной отрасли;

использовать на государственном уровне Рейтинг событийного потенциала регионов России как инструмент комплексной оценки конкурентоспособности субъектов Российской Федерации в качестве событийных дестинаций для последующего формирования стратегий продвижения регионов России на внутреннем и внешнем рынках;

продвигать на государственном уровне событийный паспорт региона как инструмент продвижения субъекта Российской Федерации и привлечения на его территорию значимых конгрессных и выставочных мероприятий по ведущим отраслям с учетом специализации данного региона.

VI. Ожидаемые результаты реализации Стратегии

Ожидаемыми результатами реализации настоящей Стратегии являются:

рациональное распределение в регионах Российской Федерации современных выставочно-ярмарочных и конгрессных центров, позволяющих проводить мероприятия на уровне мировых стандартов (индикаторы – отношение динамики выручки компаний отрасли к динамике валового регионального

продукта, коэффициент использования выставочных площадей, коэффициент загрузки конгрессных площадей);

формирование в окружных, межрегиональных, региональных и муниципальных центрах, обладающих выставочно-ярмарочными и конгрессными комплексами, сопутствующей инфраструктуры (гостиницы, транспортные сети, рестораны и др., индикатор «Инфраструктура» – динамика объемов соответствующих услуг);

обеспечение условий свободной, равной и добросовестной конкуренции в выставочной сфере (индикатор «Конкуренция» - количество участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, динамика количества участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности);

увеличение объема и диверсификация структуры российского промышленного высокотехнологичного экспорта (индикатор «Диверсификация» - увеличение доли продукции с высокой степенью добавленной стоимости);

организация в Российской Федерации выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий мирового значения (индикатор «Международный» - рост числа международных выставок, ярмарок и конгрессов, проводимых на территории Российской Федерации);

активизация участия российских компаний и организаций в зарубежных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за счет увеличения объема бюджетного финансирования выставочной программы федеральных органов исполнительной власти (индикатор «Зарубежный» - рост числа российских экспозиций, частично финансируемых за счет средств федерального бюджета);

повышение деловой, инвестиционной и туристической привлекательности регионов (индикатор «Маркетинг территории» - наличие конгресс-бюро или аналогичных структур, место региона в отраслевых рейтингах);

развитие профессиональных кадров (индикатор «Кадры» - доля специалистов, работающих в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации).

VII. Анализ ключевых рисков

Основными внешними рисками реализации Стратегии являются изменение геополитической ситуации, возможное усиление санкционного давления и социально-политическая изоляция России во взаимоотношениях с зарубежными странами.

Среди внутренних рисков развития конгрессно-выставочной отрасли - продление ограничений, связанных с распространением заболеваний пандемического характера.

Еще одним риском является отсутствие структурированной нормативно-правовой базы в сфере конгрессно-выставочной деятельности – это приводит к некорректному трактованию некоторых правовых норм, включающих, в том числе, понятийный аппарат, меры поддержки отрасли, критерии отбора конгрессно-выставочных мероприятий для присвоения им статуса, а также поддержки таких мероприятий со стороны органов исполнительной власти и прочее.

Основные понятия, используемые в стратегии

Выставочное мероприятие (выставочно-ярмарочное мероприятие, выставка) – мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация, которое проходит в четко установленные сроки и в определенном месте, информация о событии доведена до неопределенного круга лиц. Не является массовым мероприятием.

Выставочный аудит – процедура проверки специализированных количественных показателей выставочного мероприятия, документально подтверждающая точные данные о числе посетителей, экспонентов, площадей.

Выставочная деятельность - деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества бизнес-сообщества, государств и субъектов государств.

Инфраструктура конгрессно-выставочной деятельности – комплекс управленческо-информационной конгрессно-выставочной инфраструктуры и материально-технической базы, обеспечивающий подготовку и проведение конгрессных и выставочных мероприятий.

Конгрессная деятельность – деятельность, направленная на создание благоприятных условий для персонифицированного обмена информацией, деловых и научных контактов с целью установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемая в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий.

Конгрессно-выставочная отрасль – это совокупность предприятий (организаторов, операторов, поставщиков сопутствующих услуг, специализированной инфраструктуры), занятых организацией и проведением конгрессных и выставочных мероприятий.

Конгрессно-выставочные услуги – совокупность услуг, предоставляемых субъектами рынка конгрессно-выставочных услуг заказчикам, организаторам и участникам конгрессно-выставочных мероприятий.

Конгрессное мероприятие (конгресс) – организованная встреча представителей стран, отраслей, профессий или учреждений, организаций для обмена знаниями и опытом, поиска необходимых решений, проводимая самостоятельно или сопровождаемая выставочными (выставочно-ярмарочными) мероприятиями. Конгресс не является массовым мероприятием.

Координация конгрессно-выставочной деятельности – согласование и упорядочение конгрессно-выставочной деятельности, осуществляемой ее основными участниками на федеральном, региональном и местном уровнях.

Методика оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия - методика, нацеленная на определение экономической и бюджетной эффективности проведения конгрессно-выставочного мероприятия, участия в нем отдельных компаний-экспонентов и коллективных экспонентов, экономической эффективности конгрессно-выставочной отрасли в целом. (Разработана в рамках реализации "Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации" от 10 июля 2014 г. № 1273-р).

Общероссийский рейтинг выставок - список конгрессно-выставочных мероприятий, проводимых на территории Российской Федерации, проранжированных по отраслевым тематикам в соответствии с количественными статистическими показателями (экспоненты, посетители-специалисты, площадь нетто, международное участие), проверенными в ходе выставочного аудита.

Объекты конгрессно-выставочной деятельности – объекты конгрессно-выставочной недвижимости, временно сооружаемые строения и вспомогательные элементы, а также мероприятия и услуги, направленные на реализацию целей конгрессно-выставочной деятельности.

Поддержка выставочных, конгрессных мероприятий – совокупность мер, обеспечивающих официальную поддержку выставочных, конгрессных мероприятий и содействие предпринимателям, товаропроизводителям и экспортерам в продвижении продукции, товаров и услуг на внутреннем и зарубежном рынках.

Регулирование конгрессно-выставочной деятельности – воздействие на конгрессно-выставочную деятельность и всех ее участников в соответствии с нормативно-правовыми актами для упорядочения процессов, происходящих в конгрессно-выставочной деятельности, и действий участвующих в них лиц, а также принятие нормативных правовых актов в этих целях.

Рейтинг событийного потенциала регионов России – перечень субъектов Российской Федерации, упорядоченных в соответствии с интегральной оценкой основных факторов формирования событийного потенциала региона (специализированной инфраструктуры, продвижения региона, политики в сфере событийной индустрии, опыта проведения мероприятий, туристического потенциала, состояния событийного туризма). Рейтинг является инструментом планирования политики регионов в сфере конгрессно-выставочной отрасли.

Территориально-отраслевая матрица конгрессно-выставочной деятельности - совокупность выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, проводимых в Российской Федерации, представленных во времени (даты проведения), пространстве (место проведения: регион, город, площадка), тематике (отраслевая направленность).

Участники рынка конгрессно-выставочных услуг (субъекты) – юридические или физические лица, участвующие в конгрессно-выставочной деятельности.

Управленческо-информационная конгрессно-выставочная инфраструктура – система управления процессом развития конгрессно-выставочной деятельности, продвижения принимающих городов, регионов, субъектов Российской Федерации, конгрессно-выставочных площадок и конгрессно-выставочного сервиса, информационного обеспечения, подготовки кадров.

Экспо-ярмарка - международная выставка-ярмарка с возможностью продажи продукции с отсрочкой таможенных пошлин при временном ввозе.

Ярмарочное мероприятие (ярмарка) – мероприятие, организованное с целью реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), проводимое в

установленные сроки, в определенном месте, информация о котором доведена до неопределенного круга лиц.

План мероприятий по реализации Стратегии конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации до 2030 года

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|--|--|---|---------------------------|---|
| 1. Создание условий для увеличения количества и качества проводимых мероприятий | | | | |
| 1. | Разработка и совершенствование механизмов государственной поддержки (субсидии) организаторов деловых мероприятий | Постановление Правительства Российской Федерации | на постоянной основе | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда Росконгресс, Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 2. | Оказание государственной поддержки реализации конгрессно-выставочных проектов (мероприятий), направленных на развитие отраслей | Ежегодный отчет о проведенных мероприятиях и их эффективности | 2023 г., далее - ежегодно | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|----|---|--|-------------------|---|
| | экономики | | | палаты Российской Федерации, Фонда Росконгресс, Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 3. | Формирование перечня конгрессно-выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий, организатором которых определяются исполнительные органы государственной власти, с определением приоритетных отраслевых тематик | Акт Правительства Российской Федерации | Ежегодно | Минпромторг России и другие заинтересованные ведомства |
| 4. | Подготовка предложений по определению критериев отбора приоритетных конгрессных, выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий | Доклад в Правительство Российской Федерации, ведомственный акт | I квартал 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|----|---|--------------------|-----------------|---|
| | | | | Фонда Росконгресс, Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 5. | Разработка и внедрение Территориально-отраслевой матрицы конгрессно-выставочной деятельности для сбора, анализа и структурирования статистики и информации о выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в Российской Федерации | Цифровая платформа | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России, Минцифры с участием Торгово- промышленной палаты Российской Федерации, Фонда Росконгресс, Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|----------|--|---|---------------------------------------|--|
| 6. | Формирование на основе территориально-отраслевой матрицы и утвержденных критериев отбора перечня приоритетных конгрессных, выставочных, ярмарочных и деловых событийных мероприятий страны для оказания всех видов государственной поддержки | Акт Правительства Российской Федерации | III квартал 2023 г., далее - ежегодно | Минпромторг России, Минэкономразвития России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 7. | Подготовка предложений по внедрению в Российской Федерации на базе действующих конгрессно-выставочных центров формата экспо-ярмарок с возможностью продажи продукции с отсрочкой таможенных пошлин при временном ввозе | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России, ФТС России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|----|--|---|---------------------------|--|
| | | | | промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 8. | Подготовка предложений по учреждению новых мировых конгрессов и выставок, организуемых российскими операторами, по приоритетным отраслевым тематикам | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 9. | Формирование единой системы информационной поддержки приоритетных выставочных, конгрессных и ярмарочных мероприятий | ежегодный отчет о поддерживаемых мероприятиях | 2024 г., далее - ежегодно | Минпромторг России, Минэкономразвития России, другие заинтересованные ведомства с участием |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|---|---|--|----------------------|---|
| | | | | Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 2. Стимулирование спроса на участие в деловых мероприятиях со стороны экспонентов, участников конгрессов и посетителей | | | | |
| 10. | Совершенствование механизмов финансовой поддержки отечественных производителей товаров и услуг для участия в конгрессных и выставочно-ярмарочных мероприятиях на территории России в части: - компенсации части затрат на проживание участников мероприятий, прибывающих для участия из других регионов (туристический кэшбэк на деловой туризм); - компенсации затрат участников | Акт в Правительство Российской Федерации | На постоянной основе | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|--|---|--------------------------|---|
| | <p>мероприятий в части налогообложения: возврат налогов / освобождение от уплаты НДС участником при оплате услуг организатору мероприятия;</p> <p>- компенсации затрат (полной или частичной) на участие экспортеров в федеральных и региональных выставочных мероприятиях</p> | | | <p>и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций</p> |
| 11. | <p>Введение механизма (EXPO) business tax free - возврат суммы налога на добавленную стоимость затрат, которые понесли иностранные участники и делегаты конгрессно-выставочных мероприятий в России</p> | <p>Акт Правительства Российской Федерации</p> | <p>I квартал 2023 г.</p> | <p>Минфин России, Минэкономразвития России, Минпромторг России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов</p> |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|---|-----------------|---|
| | | | | и ассоциаций |
| 12. | Подготовка предложений по выделению бюджетного финансирования для программ (подпрограмм) участия молодежи в конгрессно-выставочных мероприятиях, в том числе с культурно-познавательной целью (Пушкинская карта или аналогия) | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2023 г. | Минфин России, Минкультуры России, Минэкономразвития России, Минпромторг России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 13. | Внедрение и реализация программ (подпрограмм) участия молодежи в конгрессно-выставочных мероприятиях, в том числе с культурно-познавательной целью | Акт Правительства Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минобрнауки России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|---|-----------------|--|
| | | | | Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 14. | Разработка и внедрение системы персонифицированных карт иностранных участников конгрессно- выставочных мероприятий для организации упрощенного порядка въезда на территорию Российской Федерации на период их проведения (EXPO ID) | Акт Правительства Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минцифры России, Минфин России, ФТС России, ФСБ России, Россотрудничество, Ростуризм, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|--|--|-----------------|---|
| | | | | и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 15. | Обеспечение поддержки конкурсов, проводимых на конгрессно-выставочных мероприятиях, признание дипломов победителей таких конкурсов в качестве подтверждения квалификации для тендерных закупок | Акт Правительства Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 16. | Реализация механизмов по защите прав экспонентов на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства | ежегодный отчет | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|--|---|---|---------------------|--|
| | индивидуализации, демонстрируемые на выставочно-ярмарочных мероприятиях | | | палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 3. Развитие инфраструктуры и материально-технической базы сети конгрессно-выставочных центров | | | | |
| 17. | Анализ и определение потребностей субъектов Российской Федерации в развитии (строительство, реконструкция, модернизация) инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли | Доклад в Правительство Российской Федерации | III квартал 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|--|---|---------------------|---|
| | | | | отраслевых союзов и ассоциаций |
| 18. | Подготовка предложений по формированию в субъектах Российской Федерации выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры, в том числе на принципах государственно-частного партнерства | Доклад в Правительство Российской Федерации | III квартал 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 19. | Формирование на основе проведенного анализа перечня субъектов Российской Федерации, приоритетных с точки зрения развития конгрессно-выставочной инфраструктуры | Акт Правительства Российской Федерации | IV квартал 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|--|--------------------|--|
| | | | | Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 20. | Разработка и реализация механизмов государственной поддержки инвестиционных проектов по созданию и развитию конгрессно-выставочной инфраструктуры | Акт Правительства Российской Федерации | 2023-2024 гг. | Минфин России, Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 21. | Внесение изменений в Налоговый | Законодательный акт | II квартал 2023 г. | Минфин России, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|--|---------------------------------------|-----------------|---|
| | кодекс Российской Федерации в части, касающейся налогов на имущество и аренду земли, находящихся в собственности компаний, осуществляющих конгрессно-выставочную деятельность | | | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 22. | Разработка и внедрение финансового механизма стимулирования организаций-инвесторов по строительству и реконструкции конгрессно-выставочных центров в виде освобождения организаций от налога на имущество на 5 лет и более с момента введения в эксплуатацию на территории субъекта РФ | внесение изменений в Налоговый кодекс | 2025 год | Минфин России, Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза промышленников |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|---|---|--|--------------------|--|
| | | | | и предпринимателей, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 23. | Подготовка предложений по формированию системы сертификации объектов конгрессно-выставочной инфраструктуры | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2025 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 4. Создание системы управления конгрессно-выставочной отраслью | | | | |
| 4.1. Совершенствование нормативно-правовой базы отрасли | | | | |
| 24. | Анализ нормативно-правовой базы конгрессно-выставочной отрасли | Аналитический материал | IV квартал 2022 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|---|----------------------|--|
| | | | | Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 25. | Обеспечение совершенствования нормативной правовой базы в сфере конгрессно-выставочной деятельности | Законодательный акт, Нормативно-правовые акты Правительства Российской Федерации | На постоянной основе | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 26. | Разработка и актуализация национальных стандартов в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности | Программа стандартизации в сфере конгрессно-выставочной деятельности | На постоянной основе | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|--|---|--|----------------------|--|
| | | | | Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 27. | Адаптация международных стандартов в сфере выставочной, конгрессной и ярмарочной деятельности | Ведомственный акт | На постоянной основе | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 4.2. Совершенствование системы профессионального образования, повышения квалификации и сертификации специалистов конгрессно-выставочной отрасли | | | | |
| 28. | Разработка и утверждение концепции кадрового обеспечения развития отрасли | Акт Правительства Российской Федерации | 2024 г. | Минпромторг России, Минобрнауки России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|-------------------|-----------------|--|
| | | | | Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 29. | Разработка отраслевой рамки квалификаций конгрессно- выставочной деятельности | Ведомственный акт | 2024 г. | Минобрнауки России, Минтруда России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 30. | Разработка и утверждение профессиональных стандартов в сфере конгрессно-выставочной деятельности с учетом отраслевой рамки квалификаций | Ведомственный акт | 2030 г. | Минобрнауки России, Минтруда России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|--|-------------------|-----------------|---|
| | | | | и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 31. | Разработка и утверждение профильных основных программ профессионального обучения и типовых дополнительных профессиональных программ в области подготовки специалистов в сфере конгрессно-выставочной деятельности | Ведомственный акт | 2025 г. | Минобрнауки России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 32. | Создание и внедрение системы независимой оценки квалификации работников, занятых в сфере выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности | Ведомственный акт | 2026 г. | Минтруд, Национальный совет по профессиональным квалификациям с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|--|---|---|-----------------|---|
| | | | | отраслевых союзов и ассоциаций |
| 4.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли | | | | |
| 33. | Подготовка предложений по разработке и реализации проекта цифровой платформы для проведения новых форматов конгрессно-выставочных мероприятий, оптимизации бизнес-процессов конгрессно-выставочной деятельности | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2023 г. | Минпромторг России, Минцифры России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 4.4. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли | | | | |
| 34. | Введение кода ОКВЭД 83.1 «Деятельность по организации ярмарок» | Ведомственный акт | 2023 г. | Минпромторг России, Росстат с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|-----|---|---|-----------------|---|
| | | | | и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 35. | Признание систем и механизмов добровольной оценки эффективности проведения конгрессно-выставочных мероприятий (выставочный аудит, Общероссийский рейтинг выставок) в качестве критериев для отбора приоритетных мероприятий | Ведомственный акт | 2023 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, Минфин России с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 36. | Подготовка предложений по продвижению «Методики оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия» | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2024 г. | Минпромторг России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|---|---|---|-----------------|--|
| | | | | ассоциаций |
| 5. Формирование комплексной системы продвижения России на международном уровне как событийной дестинации | | | | |
| 37. | Разработка и реализация проекта создания сети региональных конгресс-бюро в субъектах Российской Федерации при участии правительства субъектов | Акт Правительства Российской Федерации | 2025 г. | Минпромторг России, Минэкономразвития России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |
| 38. | Подготовка предложений по продвижению на государственном уровне Рейтинга событийного потенциала регионов России | Доклад в Правительство Российской Федерации | 2024 г. | Минпромторг России, с участием Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, Фонда "Росконгресс", Российского союза выставок |

| № | Мероприятие | Вид документа | Срок исполнения | Исполнитель (соисполнители) |
|----------|--------------------|----------------------|------------------------|---|
| | | | | и ярмарок, отраслевых союзов и ассоциаций |