

Исх. №б/н от 29.09.2022

**Заместителю Министра
промышленности и торговли
Российской Федерации
А.В. Груздеву**

Уважаемый Алексей Владимирович!

В соответствии с пунктом II протокола совещания по обсуждению мероприятий («дорожной карты») по реализации мер поддержки и стратегического развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности до 2025 года от 11.08.2022 г. №4-ГА/29, а также пунктом 5 Плана мероприятий («дорожной карты»), утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 16.07.2022г. № 1957-р касательно утверждения Стратегии развития выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли в Российской Федерации до 2030 года предлагается:

- рассмотреть проект Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли до 2030 года, разработанный отраслевым сообществом;
- взять за основу вышеуказанный проект документа в виду того, что он отражает реальные потребности конгрессно-выставочного рынка.

Приложение: проект Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли до 2030 года – на 27 л.

С уважением,

Президент РСВЯ,
председатель Комиссии РСПП
по выставочной и конгрессной
деятельности



С.Г. Воронков

Председатель Правления,
директор Фонда Росконгресс



А.А. Стуглев

Директор Ассоциации
«Национальное конгресс-бюро»



С.С. Заремуков

Генеральный директор АНО
«Национальный выставочный
оператор»



Д.И. Михайлов

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

Москва

2022 год

Оглавление

I. Общие положения	3
II. Оценка состояния конгрессно-выставочной отрасли	5
1. Позиции России в мировой конгрессно-выставочной отрасли	5
2. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации	7
III. Цели и задачи стратегии	9
IV. Основные мероприятия по реализации задач Стратегии.....	10
1. Создание условий для увеличения количества и качества проводимых мероприятий	10
2. Стимулирование спроса на участие в деловых мероприятиях со стороны экспонентов, участников конгрессов и посетителей.....	11
3. Развитие инфраструктуры и материально-технической базы сети конгрессно-выставочных центров.....	13
4. Создание системы управления конгрессно-выставочной отраслью	14
4.1. Совершенствование нормативно-правовой базы	14
4.2. Совершенствование системы профессионального образования, повышения квалификации и сертификации специалистов конгрессно-выставочной отрасли	16
4.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли.....	18
4.4. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли	19
5. Формирование комплексной системы продвижения России как событийной дестинации на международном уровне	21
V. Ожидаемые результаты реализации Стратегии	21
VI. Анализ ключевых рисков	23
Приложение 1	24

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;

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

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

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.

II. 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.

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

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

III. 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.

IV. 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 их 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, 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.

Основным кодом конгрессно-выставочной отрасли согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОКВЭД-2 является группа 82.30 «Деятельность по организации конференций и выставок». Однако на сегодняшний момент в качестве основного его используют только 30% компаний. Это препятствует сбору всеобъемлющей статистики отрасли и осуществлению точного анализа и описания ее состояния, а также делает невозможным для ряда пострадавших компаний получение доступа к мерам поддержки в период кризиса (например, пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-19).

В этой связи необходимо разработать проект расширения кода ОКВЭД-2 82.30 «Деятельность по организации конференций и выставок» с целью описания организаций, деятельность которых осуществляется в конгрессно-выставочной отрасли, но связана с организацией мероприятий косвенно, например, компаний, осуществляющих дизайн, проектирование и застройку на конгрессно-выставочных мероприятиях, владельцев конгрессно-выставочных комплексов, сервисных компаний.

Предлагается выделить следующие подгруппы ОКВЭД-2 82.30 «Деятельность по организации конференций и выставок»:

82.30.1 «Деятельность организаторов и операторов выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий»

82.30.2 «Деятельность по предоставлению вспомогательных услуг при организации и проведении выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий»

82.30.3 «Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом, предназначенным для проведения выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий»

82.30.4 «Работы по монтажу и демонтажу, связанные с устройством (обустройством) временных выставочных стендов и павильонов, для выставочных, ярмарочных и конгрессных мероприятий»

Также, с учетом потребностей регионов в проведении ярмарочных мероприятий, необходимо предусмотреть введение нового кода ОКВЭД-2 для ярмарочной деятельности - 83.1 «Деятельность по организации ярмарок».

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.

V. 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).

VI. 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 заказчиком, 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.