

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ

В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДО 2030 ГОДА

Документ подготовлен рабочей группой по разработке Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года в следующем составе:

- Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ)
- Торгово-промышленная палата Российской Федерации (ТПП РФ)
- Ассоциация «Национальное конгресс-бюро» (АНКБ)
- Выставочный научно-исследовательский центр R&C (ВНИЦ R&C)
- Группа компаний «Русском Ай-Ти»

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	6
2. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	11
2.1. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации	11
2.2. Нормативно-правовая база и государственное регулирование конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации	18
3. ОБЗОР МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ	21
3.1. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в зарубежных странах	21
3.2. Государственное регулирование конгрессно-выставочной отрасли в зарубежных странах	25
4. ТЕКУЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	26
5. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ. ЦЕЛЕВОЕ ВИДЕНИЕ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ И ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	29
5.1. Цели Стратегии.....	29
5.2. Задачи Стратегии.....	30
6. СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ СТРАТЕГИЕЙ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ.....	32
6.1. Разработка форм и механизмов государственной поддержки отрасли.....	32
6.2. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли.....	32

6.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли.....	40
6.4. Создание системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и сертификации кадров конгрессно-выставочной отрасли и программ обучения экспонентов	42
6.5. Разработка и реализация государственной политики продвижения событийного потенциала России.....	45
6.6. Развитие инфраструктуры конгрессно-выставочной отрасли.....	47
6.7. Основные направления реализации стратегии	55
7. РИСКИ И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ.....	58
7.1. Оценка рисков реализации Стратегии	58
7.2. Ожидаемые результаты реализации Стратегии	59
8. МОНИТОРИНГ И КОНТРОЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ.....	60
9. ОРГАНИЗАЦИОННО-ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ	60
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СРЕДНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВЫСТАВОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ.....	62
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОТИРУЕМЫХ КОНГРЕССНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЕ ПЛОЩАДКИ РОССИИ, ВВЕДЕННЫЕ ПОСЛЕ 2010 Г.....	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ НА ПЕРИОД ДО 2025 Г.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ ЗА 2014–2020 ГГ.....	67

ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ОТРАСЛИ С 2021 ПО 2025 ГГ.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. ПЕРЕЧЕНЬ РОССИЙСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ – КАНДИДАТОВ В КЛЮЧЕВЫЕ ЕВРОПЕЙСКИЕ И МИРОВЫЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ.....	81

1. Общие положения

Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации разработана во исполнение Протокола совещания у Первого заместителя Председателя Правительства Российской Федерации А. Р. Белоусова от 21 августа 2020 г. № АБ-П13-154 пр. в формировании Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и утвержденного плана мероприятий по реализации данной концепции, одобренных Распоряжением Правительства № 1273-р от 10.07.2014 г.

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

- создана Ассоциация «Национальное конгресс-бюро»;
- разработаны стандарты отрасли: ГОСТ 32608–2014 «Выставочная деятельность. Термины и определения», ГОСТ Р 56765–2015 «Выставочная деятельность. Основные положения»;
- 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 были введены 9 современных конгрессно-выставочных площадок, среди них КВЦ «Экспофорум», КВЦ «Патриот Экспо», ВКК «Экспоград Юг», МВЦ «Казань Экспо» и другие.

Однако реализовать удалось не все цели. Актуальными остаются вопросы унифицирования законодательства выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации, создания единой информационно-аналитической системы отрасли, формирования системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров отрасли и обучения экспонентов.

Происходящие глобальные социально-экономические изменения дают возможность России занять новое место в мировом бизнесе. Отрасль выставочно-конгрессной деятельности может внести существенный вклад в работу в данном направлении. Для этого необходима консолидация усилий государства и бизнеса в сохранении и развитии национальной индустрии делового общения.

Несмотря на то что конгрессно-выставочная отрасль России в период пандемии оказалась в числе признанных наиболее пострадавшими отраслей, попала под все ограничения и нуждается в восстановлении, в сложившихся условиях назрела необходимость не только актуализировать концепцию, но и дополнить ее до уровня Стратегии отрасли, а также проработать меры по ее реализации.

Стратегия развития выставочно-конгрессной деятельности будет способствовать привлечению инвестиций, внедрению высокотехнологичных производств, реализации потенциала регионов, что имеет важное социально-экономическое значение для государства.

Основные понятия, использованные в Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года:

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

Выставочная отрасль (выставочно-ярмарочная отрасль) – это совокупность предприятий, занятых организацией выставочных мероприятий, компаний, специализирующихся на оказании сопутствующих услуг, а также профильных общественных организаций, занятых регулированием коммуникации между участниками отрасли.

Конгрессная отрасль (индустрия встреч, отрасль деловых мероприятий) – это совокупность предприятий (организаторов, операторов, поставщиков сопутствующих услуг, специализированной инфраструктуры), занятых организацией и проведением деловых мероприятий.

Отрасль специальных мероприятий – это совокупность компаний, участвующих в организации мероприятий, которые проводят в досуговых, культурных, личных или организационных целях. Специальные мероприятия, проводимые от имени компании, обеспечивают укрепление их социального имиджа и положительно влияют на восприятие бренда. Примеры специальных мероприятий: фестиваль, карнавал, праздник, массовые мероприятия, городские события, спонсорские или благотворительные мероприятия, тематические мероприятия, конкурс, рекламные туры (roadshow) и т. д.

Выставочное мероприятие (выставочно-ярмарочное мероприятие) – 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.

Конгрессное мероприятие – организованная встреча представителей стран, отраслей, профессий или учреждений, организаций для обмена знаниями и опытом, поиска необходимых решений, проводимая самостоятельно или сопровождаемая выставочно-ярмарочными мероприятиями.

Ярмарка – мероприятие, организованное с целью реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг), проводимое в установ-

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

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.

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.

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

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 выста-

вочных, 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.

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

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

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.

2. Оценка состояния конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

2.1. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

По данным исследования Российского союза выставок и ярмарок (далее – РСВЯ), конгрессно-выставочные мероприятия генерируют около 3,2 трлн рублей или 3% ВВП России.

Объем конгрессно-выставочной деятельности (далее – КВД) России оценивается в 203 млрд руб.

Традиционно на Москву приходится самая большая доля рынка КВД, особенно по объемам выручки компаний. Это обусловлено высокой деловой активностью региона и активным продвижением на международном рынке. На конгрессно-выставочном рынке Москвы работает 753¹ компании. Объем рынка Москвы – 134,5 млрд рублей.

Сумма налогов, перечисленных в федеральный и региональные бюджеты в 2019 г. компаниями КВД, являющихся частью событийной индустрии, составляет более 13,8 млрд рублей.

Сумма страховых взносов, оплаченных компаниями событийной индустрии в 2019 г., составляет 5,3 млрд рублей.

Количество государственных контрактов в событийной индустрии за всю историю компаний составляет более 19 000 на общую сумму 126,5 млрд рублей.

На конгрессно-выставочном рынке работают 1700² компаний, 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 31 477. Отрасль динамично развивается, что подтверждает количество новых игроков – 483

¹ По данным Росстата на январь 2020 г.

² По данным Росстата на январь 2020 г.

компании за период 2019–2020 гг. В целом доля компаний, созданных в течение последних пяти лет, составляет 69%.

Общая доля малых и средних предприятий, работающих на рынке КВД России, составляет 66%³.

Самая распространенная форма организации компаний на рынке КВД – общества с ограниченной ответственностью (ООО), на их долю приходится 77% всех организаций. Реже встречаются индивидуальные предприниматели (ИП) и акционерные общества (АО). При этом доля коммерческих организаций составляет 78%. Соответственно, на некоммерческие организации (преимущественно в форме ассоциаций, фондов, автономных некоммерческих организаций) приходится 22%. Доля компаний с государственным участием составляет 1%.

Согласно официальной отчетности, предоставляемой в государственные органы, количество занятых в конгрессно-выставочной индустрии (среднесписочная численность) в 2019 г. составляло 21 356 человек. При этом учитываются только компании, указывающие ОКВЭД 82.3 в качестве основного вида деятельности.

Основные показатели выставочной деятельности

В *Приложении 1* приведены средние показатели выставочных мероприятий в России за 7 лет с 2013 по 2019 год, по данным членов РСВЯ. Положительная динамика по основным показателям КВД в России за указанный период отмечается по всем показателям, за исключением среднего количества экспонентов. Так, средняя выставочная площадь нетто выросла в 2019 г. по сравнению с исходным периодом (2013 г.) на 23% и составила 2661 кв.м., средняя арендованная площадь выставки – на 16% и составила 2308 кв.м. Отмечается увеличение среднего размера стенда: на 21% (до 17 м²) выросла средняя арендо-

³ По данным Росстата на январь 2020 г.

ванная выставочная площадь на одного экспонента, на 33% (до 20 м²) выросла средняя площадь нетто на одного экспонента. Общее число экспонентов снизилось за рассматриваемый период на 2,9%. Одновременно значительный рост показало число посетителей – на 61%.

Рост большинства показателей в течение рассмотренных семи лет демонстрирует стабильное развитие отрасли, востребованность выставочных мероприятий среди целевой аудитории и подтверждает наличие потенциала развития конгрессно-выставочных мероприятий для регионов и экономики страны в целом.

Выставки, проводимые в России, в среднем собирают только 6% зарубежных посетителей⁴, 94% посетителей российских мероприятий живут и работают в России. Это говорит о том, что в настоящее время маркетинговый потенциал российских выставок нацелен в основном на местный, российский рынок. Необходимо усилить международную составляющую российского выставочного рынка - привлекать в Российскую Федерацию как международные выставки, так и зарубежных участников для российских выставочных мероприятий.

Основные показатели конгрессной деятельности

Российский сектор конгрессов, конференций и деловых встреч имеет достаточный потенциал для развития: международные эксперты оценивают его более чем в 500 млн евро в год. При этом доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий, по официальным оценкам, составляет пока менее 1%, а в мировой торговле Россия занимает долю примерно в 3%. Данные цифры свидетельствуют о необходимости и возможности конгрессного сектора вырасти до масштабов, сопоставимых с событийными рынками ведущих в отрасли зарубежных стран. В настоящее время российские эксперты оценивают

⁴ Под данным выставочного аудитора «РуссКом Ай-Ти Системс».

конгрессный рынок России в 10–15 млрд руб. Общее количество мероприятий, ежегодно проходящих на территории России, определяется в пределах от 10 000 до 13 500.

В настоящее время эксперты отмечают улучшение ситуации по материально-технической базе конгрессно-выставочной деятельности России: возможностями проводить крупные мероприятия, конгрессы и конференции располагают 165 городов.

В *Приложении 2* приведены основные показатели ротируемых конгрессных мероприятий в России по данным ICCA (International Congress and Convention Association – Международная ассоциация конгрессов и конференций).

По данным ICCA, в 2019 г. в России состоялось 117 мероприятий международных ассоциаций. Россия заняла 35-е место в мировом рейтинге ICCA, 20-е место – в европейском рейтинге ICCA. Три российских города (Москва, Санкт-Петербург и Казань) вошли в официальные рейтинги ICCA. За последнее десятилетие в рейтинге ICCA также был Сочи в 2015 г. (6 мероприятий, 378-е место в мире, 187-е – в Европе) и Владивосток в 2014 г. (5 мероприятий, зафиксированных в базе ICCA, 404-е место в мире, 202-е место в Европе).

Всего за 10 лет мероприятия международных ассоциаций состоялись в 64 городах России, и это не только крупные региональные центры, но и небольшие города: научные центры (например, Пущино, Дубна), культурные центры (например, Сергиев Посад, Суздаль), курортные города (Светлогорск, Геленджик).

При этом согласно ICCA, в России в ближайшие несколько лет потенциально можно организовать более 8000 конгрессов только с участием международных ассоциаций. Сегодня в мире насчитывается око-

ло 7000 международных профессиональных ассоциаций, которые проводят в год около 20 000 мероприятий в разных странах и регионах.

Россия является новым игроком на мировом рынке деловых конгрессных мероприятий. Это подтверждает статистика ИССА по проведенным в России ротируемым конгрессным мероприятиям в сравнении с другими странами Европы и мира за период с 2009 по 2019 г.

Во всем мире конгрессная деятельность признана одним из самых эффективных механизмов делового информационного взаимодействия и превратилась в перспективную и динамично развивающуюся отрасль экономики. Доля в 1%, занимаемая российской конгрессной отраслью на мировом рынке, свидетельствует о ее потенциале роста. С развитием конгрессной деятельности связано продвижение и развитие дестинаций, привлечение инвестиций в региональную экономику.

Состояние конгрессно-выставочной инфраструктуры

По оценке ВНИЦ R&C, в 2019 г. в России прошло около 2000 выставочных мероприятий. 79% из них состоялись в 26 городах, где функционируют специализированные выставочные площадки.

По состоянию на 2019 г. рынок специализированных площадок России серьезно преобразился. Изменения произошли как за счет ввода новых площадок, так и за счет модернизации уже существовавших выставочно-конгрессных центров.

В России 40 специализированных площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Из них 27 комплексов (68%) обладают закрытой выставочной площадью более 5000 м². Россия входит в топ-10 стран по количеству закрытых выставочных площадей специализированных комплексов с площадью брутто более 5000 м². Доля закрытых выставочных площадей России составляет 2,2% от мирового

объема выставочных площадей⁵. Две площадки обладают закрытой выставочной площадью более 100 тыс. м².

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 на сегодняшний день осуществляют работу 63 специализированных конгрессных площадки и более 600 конгресс-отелей, способных принимать более 100 человек одновременно (по данным Рейтинга событийного потенциала регионов Российской Федерации).

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 целом с 2012 г.⁶ площадь специализированных выставочных площадей России с учетом обоих сегментов (выставочного и конгрессного) выросла на 430 тыс. м², т. е. на 72%, что говорит об активном развитии выставочной отрасли в последние годы.

⁵ По данным исследования UFI «Мировая карта выставочных площадок».

⁶ По данным исследования UFI «Мировая карта выставочных площадок».

Всего с 2010 г. в России введено 12 новых специализированных площадок общей выставочной площадью 292,5 тыс. м² (*Приложение 3*). По площади они относятся к средним и малым площадкам.

В сегменте существующих специализированных конгрессно-выставочных центров также произошли значительные изменения. Наиболее значительные у МВЦ «Крокус Экспо» и ВК «Кузбасская ярмарка» – они нарастили свои выставочные площади на 151 тыс. м² и на 20 тыс. м² соответственно.

В целом в сегменте существующих площадок с 2012 г. отмечается положительный прирост, который составил 25%.

Резкого роста строительства новых выставочных комплексов в ближайшее время не прогнозируется, в следующие пять лет рост выставочных закрытых площадей составит до 7–10%.

Несмотря на то что к 2019 г. произошло увеличение количества региональных конгрессно-выставочных центров, обеспеченность регионов специализированными площадями недостаточна. Для сравнения: суммарная площадь закрытых выставочных площадей в России – 1,028 млн м², в Италии – 2,3 млн м², в Германии – 3,2 млн м², в Китае – 6 млн м².

Для экономического развития регионов Российской Федерации важно расширение специализированных выставочных и конгрессных площадей, соответствующих мировому уровню. В настоящее время свою заинтересованность в развитии материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности подтвердили порядка 50 администраций субъектов Российской Федерации.

Таким образом, конгрессно-выставочная отрасль в России динамично развивается и обладает большим потенциалом роста. Кроме того, важно учитывать влияние конгрессно-выставочной индустрии на

смежные отрасли и вклад в экономику страны в целом. Так, по оценке международных экспертов, мультипликативный эффект индустрии⁷ может достигать соотношения 1:7. Это значит, что каждый рубль, вложенный в эту отрасль, приносит 5–7 рублей дохода в сопряженные с ней сегменты других отраслей экономики: туризм, транспорт, гостеприимство, общественное питание, культура, торговля и другие сферы.

Среди нерешенных вопросов развития можно отметить следующие:

- несовершенство нормативно-правовой базы отрасли;
- недостаточность мер и механизмов государственной поддержки отрасли;
- отсутствие полномасштабной системы сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли;
- несовершенство системы профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров конгрессно-выставочной отрасли;
- недостаточная обеспеченность регионов современной конгрессно-выставочной инфраструктурой;
- нацеленность отрасли на местные рынки, относительно небольшое количество иностранных посетителей российских мероприятий.

2.2. Нормативно-правовая база и государственное регулирование конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

Настоящая стратегия разработана с учетом следующих нормативно-правовых документов:

⁷ Интегральный мультипликативный эффект КВМ равен соотношению всего валового оборота, сгенерированного КВМ во всех связанных отраслях экономики всеми субъектами конгрессно-выставочной деятельности, к сумме средств, затраченных на проведение КВМ.

Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» от 21 июля 2020 г. № 474;

распоряжение Правительства Российской Федерации «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» от 10 июля 2014 г. № 1273-р;

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;

постановление от 28 марта 2019 г. № 342 «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр», г. Москва, в целях развития инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности;

постановление Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2020 г.

№ 2316 «О государственной поддержке российских организаций и индивидуальных предпринимателей в целях возмещения части затрат, связанных с участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях»;

постановление «Об утверждении положения о проведении международных выставок образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации и об участии российских организаций в таких выставках на территориях иностранных государств» от 2 июня 2007 г. № 339;

постановление Правительства Российской Федерации «Об освобождении от предоставления обеспечения исполнения обязанности по уплате таможенных пошлин, налогов в отношении иностранных товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации для экспонирования и показа (демонстрации в действии) на международных выставках образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации, а также предназначенных для использования при организации и проведении указанных выставок» от 20 июля 2019 г. № 940;

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

национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», утвержденный президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 24 декабря 2018 г. № 16;

соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств от 26 мая 1995 г.;

конвенция о временном ввозе от 26 июня 1990 г.;

таможенная конвенция о карнете А.Т.А. для временного ввоза товаров от 6 декабря 1961 г.;

конвенция о международных выставках от 22 ноября 1928 г.;

Участниками системы координации конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, система торгово-промышленных палат в Российской Федерации, Российский союз выставок и ярмарок, Ассоциация «Наци-

ональное конгресс-бюро», юридические и физические лица, занятые в отрасли.

Система нормативно-правового регулирования конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации требует дальнейшей доработки и приведения в соответствие со сложившейся структурой нормативных правовых документов, регулирующих деятельность в основных отраслях экономики.

Необходимо провести анализ нормативно-правовой базы конгрессно-выставочной отрасли на основе информации, полученной от региональных органов исполнительной власти, общественных формирований и бизнес-сообществ.

Основой нормативно-правового регулирования отрасли должен стать профильный федеральный закон, который обеспечит ее поддержку и развитие, создаст условия для прозрачности в принятии решений органами власти по ключевым для отрасли вопросам, включающим вопросы предоставления государственной поддержки в области развития деятельности.

3. Обзор международного опыта развития конгрессно-выставочной отрасли

3.1. Текущее состояние конгрессно-выставочной отрасли в зарубежных странах⁸

По данным Международной ассоциации конгрессов и мероприятий (ИССА), в мире было организовано более 13 000 международных деловых событий с общим числом участников более 5 млн человек, вклад от которых в мировую экономику составил 11 млрд долл. При

⁸ Представлены данные за 2018–2019 гг.

этом за последние 10 лет в мире состоялось 123 000 международных конгрессов.

За последние десять лет США и Германия сохранили лидерство по проведению на своей территории деловых мероприятий. В первой пятерке также Франция, Испания и Великобритания. Россия занимает 42-е место в мире, обогнав такие страны, как ОАЭ, Новая Зеландия, Турция, Израиль. Однако доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий по официальным оценкам составляет менее 1%.

Азия расширяет свое присутствие на рынке конгрессно-выставочных мероприятий. По данным ICSSA, по сравнению с прошлым десятилетием доля Азии увеличилась с 17% до 20%.

Тенденция по числу участников сохраняется на протяжении последних нескольких лет: среднее число участников продолжает уменьшаться, мероприятия становятся короче по количеству дней проведения и более специализированными.

В то же время UIA отмечает тренд: количество конгрессных мероприятий с сопутствующими выставками возрастает.

По данным отчета Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Oxford Economics, 4,5 млн участников и 303 млн посетителей выставок по всему миру расходуют на свое участие в мероприятиях 116 млрд евро.

1,3 млн человек, работающих в мировой выставочной индустрии, генерируют в мировой ВВП 68,7 млрд евро, что обеспечивает отрасли 72-е место в рейтинге мировой экономики.

Совокупный вклад выставочно-ярмарочной отрасли в мировой валовой внутренний продукт (без учета байерского эффекта выставок),

по данным отчета Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI и Oxford Economics, составил 167,2 млрд евро.

В соответствии с этим показателем отрасль занимает 56-е место в рейтинге отраслей мировой экономики.

Общий прямой и косвенный вклад выставочно-ярмарочной отрасли в мировой валовой внутренний продукт (после учета всех расходов экспонентов, посетителей, а также всех цепочек поставок, связанных с организацией выставок), по данным отчета Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Oxford Economics, составил 275 млрд евро.

По данным отчета UFI и Oxford Economics, вклад отрасли в занятость – 1,3 млн рабочих мест непосредственно в отрасли и 3,2 млн рабочих мест с учетом других отраслей (косвенный эффект).

Согласно отчету, в мире прошло порядка 32 000 выставочных мероприятий общей площадью нетто 138 млн м², Европа (с учетом России) заняла 1-е место по количеству посетителей и экспонентов: 112 млн и 1,3 млн соответственно.

Общая площадь выставочных комплексов в мире достигла уровня 35 млн м². Самую серьезную динамику продолжают демонстрировать выставочные комплексы стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Всего в мире сегодня свыше 1200 выставочных площадок (половина – в Европе), превышающих по площади 5000 м². 61 объект в мире обладает площадью свыше 100 тыс. м² (в том числе в России – ЦВК «Экспоцентр» и «Крокус-Экспо»).

Конгрессно-выставочные мероприятия (далее – КВМ) являются эффективным инструментом преодоления всех экономических кризисов и фактором мощного развития отраслей экономики и промышленности, внося значимый вклад в развитие ВВП страны. Чем более разви-

та отрасль, тем значительнее ее участие в формировании ВВП страны, что подтверждают приведенные ниже показатели:

- ВВП страны, млрд долл. США: США – 19 391,00, Китай – 12 243,00, Германия – 3691,00, Россия – 1578,00;

- выставочная площадь, проданная за год, млн м²: Северная Америка – 48,00, Европа – 46,50, Азия – 33,8, Россия – 2,05;

- площадь среднего стенда, м²: США – 30,00, Азия – 27,93, Европа – 29,06, Россия – 19,52;

- количество участников, млн: Северная Америка – 1,60, Европа – 1,60, Азия – 1,21, Россия – 0,11;

- количество посетителей, млн: Северная Америка – 91,20, Европа – 112,00, Азия – 81,50, Россия – 4,94;

- прямые продажи выставок, млрд долл. США: Северная Америка – 59,70, Европа – 46,70, Азия – 22,40, Россия – 0,25;

- процент компаний, участвующих в выставках, от общего количества зарегистрированных в стране компаний: США – 90, Германия – 40, Россия – 5;

- затраты на продвижение национальных продуктов и маркетинг: США – 8%, Европа – 6%, Россия – 1%;

- квадратных метров на 1 млн долл. США ВВП: США – 2,5, Россия – 1,3⁹.

КВД, кроме содействия развитию других отраслей в качестве канала коммуникации для отраслевых компаний, является также отдельным сектором экономики, и в этом качестве – влиятельным фактором формирования ВВП.

⁹ Ряд приведенных данных по зарубежным странам требует уточнения. При необходимости возможен запрос во Всемирную ассоциацию выставочной индустрии (UFI).

3.2. Государственное регулирование конгрессно-выставочной отрасли в зарубежных странах

В мировой практике существуют следующие формы государственного регулирования конгрессно-выставочной деятельности:

- единый для страны нормативно-правовой акт (закон или другой документ, регулирующий данную деятельность);
- местные нормативно-правовые акты, регулирующие конгрессно-выставочную и ярмарочную деятельность в регионах, при отсутствии единого для страны регулирующего документа;
- отсутствие в стране нормативно-правовых актов по конгрессно-выставочной деятельности; в данном случае отрасль регулируется рыночными механизмами, общим законодательством, подзаконными актами государственных органов;
- межгосударственные нормативно-правовые акты, регулирующие взаимодействие государств в сфере организации выставок, конгрессов и ярмарок.

В странах ЕС выставочно-ярмарочная деятельность регулируется следующими актами:

- закон «О выставочно-ярмарочных мероприятиях» от 11 сентября 1945 г. (Франция);
- рамочный закон о выставочно-конгрессной отрасли № 7 от 11 января 2011 г. (Италия);
- региональный закон, регулирующий выставочно-ярмарочную деятельность (Испания);
- общее законодательство страны; законы, регулирующие отдельные аспекты деятельности; федеральные и региональные программы поддержки (Германия, Великобритания, США).

В большинстве стран Европы событийная отрасль поддерживается через меры для малых и средних предприятий (МСП).

Между странами, входящими в СНГ, действует Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Содружестве Независимых Государств.

4. Текущие тенденции конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации

На сегодняшний день в мировой практике прослеживается ряд тенденций развития конгрессно-выставочной деятельности, которые находят отражение в Стратегии.

Основные тенденции современного конгрессно-выставочного рынка описаны ниже.

Возрастающая конкуренция в отрасли

В российском конгрессно-выставочном секторе сегодня наблюдается усиливающаяся конкуренция в связи с выходом на рынок новых участников и возрастанием числа проводимых мероприятий. Одной из наиболее острых проблем, возникающих вследствие этих процессов, является недобросовестная конкуренция – перехват выставочных брендов и проведение выставок одинаковой тематики в близкие сроки, что, в свою очередь приводит к дезориентации экспонентов и отрицательно сказывается на имидже мероприятий и организаторов.

Путем решения данной проблемы видится продвижение процедуры выставочного аудита как инструмента, позволяющего предоставлять потребителям конгрессно-выставочных услуг необходимую информацию для последующего выбора мероприятий, а также используемого для решения других маркетинговых задач.

Инструментом, позволяющим избежать недобросовестной конкуренции, призвана стать разрабатываемая территориально-отраслевая матрица – платформа, аккумулирующая информацию о выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в различных регионах и отраслях России, и позволяющая координировать выставки одной тематики во времени и пространстве, помочь им отстроиться друг от друга.

Одной из предпосылок обозначенной выше проблемы является отсутствие законодательных ограничений недобросовестной конкуренции. Эффективной мерой представляется здесь принятие отраслевого закона, регулирующего присвоение статусов мероприятиям, формирование выставочного календаря, гарантирующего добросовестную конкуренцию в отрасли.

Цифровизация отрасли

Новые тенденции, такие как развитие «экономики впечатлений» и сектора онлайн-мероприятий, формируют новые подходы к организации мероприятий, работы комплексов, их оснащённости. Деловые мероприятия демонстрируют тенденцию к развитию в сторону гибридного формата, а также повышению эмоционального фактора для участников, предлагая отрасли новые технологии и услуги. Для того чтобы конгрессно-выставочная отрасль отвечала требованиям и потребностям цифровой экономики, необходимо формирование стандартов проведения новых гибридных и онлайн мероприятий, разработка механизмов сбора статистических данных этих мероприятий, и разработка единой цифровой платформы отрасли, которая будет способствовать повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности за счёт оцифровки и автоматизации бизнес-процессов.

Возрастание роли конгрессно-выставочных мероприятий как маркетингового канала продвижения отраслей и предприятий

Несмотря на развитие 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 свое место среди важнейших каналов продвижения и продаж, демонстрации и изучения новинок, получения информации об отраслевых трендах, поддержания имиджа.

Статистика участия компаний в мероприятиях показывает четкую корреляцию с конкурентоспособностью как самих компаний, так и национальных экономик. Важнейшими направлениями развития конгрессно-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.

Усиление роли конгрессно-выставочных мероприятий как необходимых составляющих формирования имиджа страны и укрепления внешнеэкономических связей

Сегодня мировое сообщество наблюдает обострение глобальной экономической конкуренции, борьбы за рынки, за лидерство государств, геополитическое пространство. Конкурентная борьба за привлечение бизнеса, инвестиций, туристов и специалистов идет не только между компаниями, но и между странами и регионами. В этих условиях конгрессно-выставочная индустрия становится фактором, способ-

ствующим формированию позитивного имиджа страны и действенным средством коммуникационной политики в международном маркетинге.

Повышению событийного потенциала России и развитию внешнеэкономических связей будет способствовать разработка маркетинговой стратегии на уровне государства и систематическое распространение информации на зарубежную аудиторию об экономическом и инвестиционном потенциале регионов и о проводимых там значимых конгрессно-выставочных мероприятиях.

5. Цели и задачи Стратегии. Целевое видение развития отрасли и основные показатели

5.1. Цели Стратегии

Настоящая Стратегия сформирована в целях:

- формирования в Российской Федерации конкурентоспособной, устойчивой конгрессно-выставочной индустрии, способствующей социальному и экономическому развитию страны;
- формирования бизнес-имиджа России как государства с благоприятным деловым и инвестиционным климатом;
- закрепления на законодательном уровне конгрессно-выставочной деятельности как самостоятельного вида экономической деятельности;
- содействия продвижению российских товаров, услуг и результатов научно-исследовательской и образовательной деятельности на внутренние и внешние рынки и поиск новых каналов сбыта.

Стратегией конгрессно-выставочной отрасли определяются следующие основные целевые показатели:

- увеличение объема конгрессно-выставочного рынка с **161,1 млрд руб. в 2019 г. до 220 млрд руб. в 2030 г.;**

- увеличение вклада конгрессно-выставочной отрасли в ВВП Российской Федерации с **3 трлн руб. в 2019 г. до 4,05 трлн руб. в 2030 г.;**

- увеличение объема выставочных площадей с **2,05 млн м² в 2019 г. до 2,7 млн м² в 2030 г.;**

- увеличение количества значимых международных мероприятий, привлеченных в Российскую Федерацию, с **8 в 2019 г. до 30 в 2030 г.**

Полный перечень целевых показателей реализации Стратегии на период до 2030 гг. приведен в *Приложении 4*¹⁰.

Стратегия направлена на развитие системы координации конгрессно-выставочной деятельности Российской Федерации, включая разработку комплекса мер в области государственной поддержки отечественных товаропроизводителей — участников конгрессно-выставочной деятельности, предпринимателей и потребителей, выставочных организаций, собственников конгрессно-выставочных площадок, конгрессно-выставочных бюро и других представителей конгрессно-выставочной отрасли.

5.2. Задачи Стратегии

Стратегией определены следующие **задачи**:

- развитие механизмов сотрудничества государственных структур, общественных организаций и участников конгрессно-выставочной отрасли; создание платформы сотрудничества между исполнительной властью субъектов Российской Федерации и участниками конгрессно-выставочной отрасли;

¹⁰ Методики сбора информации и расчета на ее основе ряда дополнительных целевых показателей будут доработаны (в том числе показатели, характеризующие влияние конгрессно-выставочной отрасли на развитие событийного и делового туризма, а также на сопутствующие недельные мероприятия).

- углубление интеграционных процессов между участниками конгрессно-выставочного рынка, инвесторами, экспертами, способствующие развитию конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации и увеличению ее вклада в ВВП;
- совершенствование нормативно-правовой базы конгрессно-выставочной отрасли;
- разработка форм и механизмов государственной поддержки отрасли и стимулирования участия российских производителей в конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых в Российской Федерации и за рубежом, как одно из направлений содействия российскому экспорту;
- обеспечение развития конгрессно-выставочной инфраструктуры в Российской Федерации, отвечающей требованиям международных стандартов;
- развитие территорий за счет формирования и реализации государственной политики продвижения событийного потенциала Российской Федерации;
- повышение качества услуг, предоставляемых участниками отрасли через механизмы стандартизации; внедрение международных стандартов качества для конгрессно-выставочной отрасли;
- развитие системы образования и повышения квалификации в конгрессно-выставочной отрасли;
- расширение использования цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли;
- привлечение и организация в Российской Федерации международных выставок, форумов, конгрессов, конференций, симпозиумов и прочих деловых встреч, имеющих значение для экономики Российской Федерации;

– содействие созданию прозрачной информационной среды и улучшению информационного обмена между участниками конгрессно-выставочной отрасли, а также между участниками отрасли и профильными государственными органами.

6. Способы достижения поставленных Стратегией целей и задач

6.1. Разработка форм и механизмов государственной поддержки отрасли

В настоящее время требуется совершенствование системы поддержки и продвижения конгрессно-выставочной деятельности на государственном уровне.

Необходимо систематизировать существующий порядок государственной поддержки и продвижения конгрессно-выставочной деятельности и совершенствовать имеющиеся механизмы и инструменты поддержки с учетом положительной практики в субъектах Российской Федерации.

С целью совершенствования системы поддержки отрасли предлагается:

- внести изменения и дополнения в некоторые положения действующих нормативных правовых актов, регулирующих конгрессно-выставочную деятельность в части налогообложения; таможенного оформления; арендной платы за землю с выставочных и конгрессных комплексов и т. д.;
- сформировать систему повышения эффективности организации и проведения российских выставок на территории Российской Федерации и российского участия в выставках за рубежом;
- усовершенствовать механизмы субсидирования организаторов и участников конгрессно-выставочных мероприятий, проводимых как в

России, так и за рубежом, отечественных товаропроизводителей и экспортеров.

- разработать новые программы и проекты федерального и регионального уровней.

Предпринятые меры помогут как действующим, так и новым субъектам конгрессно-выставочной деятельности осуществлять свою работу в рамках российской и международной конкуренции, поспособствуют укреплению имиджа Российской Федерации за рубежом, а также послужат систематизации взаимоотношений государственных и региональных властей в области стратегического планирования развития отрасли.

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

Эффективность функционирования отрасли во многом зависит от степени обеспеченности всех участников конгрессно-выставочной деятельности, включая органы власти всех уровней, актуальной и достоверной отраслевой информацией: статистикой мероприятий и отрасли в целом, показателями коммерческой эффективности мероприятий, данными о состоянии инфраструктуры и т.д.

В рамках конгрессно-выставочной деятельности в России создан и продолжает создаваться комплекс инструментов, способствующих решению ряда проблем по сбору и анализу отраслевой информации.

В перечень проблем входят следующие:

1. Получение достоверной статистической информации о показателях выставочных мероприятий.

Данную проблему решает **аудит выставочной статистики**. Аудит учрежден в России в 2005 г. Российским союзом выставок и ярмарок. Проводится компанией – выставочным аудитором, уполномо-

ченным и сертифицированным РСВЯ и UFI, в соответствии с Правилами проведения аудита UFI и Правилами добровольного контроля выставочной статистики членов РСВЯ.

Аудит выставочной статистики – процедура, в ходе которой аудитор проверяет и подтверждает следующие статистические показатели мероприятия:

- выставочную площадь: открытую/закрытую, отечественную/инострannую;
- количество экспонентов: национальных/иностранных;
- количество посетителей и посещений: национальных/иностранных, количество посетителей-специалистов;
- перечень стран-участниц.

В период с 2005 по 2020 гг. в России проведено более 1200 аудитов выставочных мероприятий, в результате которых проверено более половины застраиваемых в стране площадей.

Благодаря аудиту выставочной статистики отрасль имеет возможность получать достоверную потребительскую информацию о проведенных мероприятиях и использовать ее в решении маркетинговых задач: продвижение отдельных мероприятий через присвоение им знаков РСВЯ и UFI, рейтингование выставок, предоставление потребителям выставочных услуг необходимой информации для последующего выбора мероприятий, определение их экономической эффективности и динамики развития.

2. Создание быстрых инструментов информирования и последующего выбора участниками рынка выставочных мероприятий, проводимых в стране.

Общероссийский рейтинг выставок предоставляет участникам рынка «быструю», и в ту же время, глубокую информацию событиях

выставочной индустрии, основанную на их основных потребительских качествах.

Рейтинг выставок формируется Российским союзом выставок и ярмарок при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ ежегодно с 2013 г.

Выставки рейтингуются по тематикам (отраслям) и по территориям проведения: общероссийский рейтинг, региональный рейтинг, рейтинг по федеральным округам. В рейтинг входят мероприятия, чьи статистические параметры (потребительские характеристики) проверены на достоверность в результате проведения выставочного аудита. Поскольку не все мероприятия проходят аудит, в каждой тематике рейтинг дополнен перечнем выставок, площадь которых 1000 м² и более, и выставок, которые проводятся при поддержке ТПП РФ. Данный дополнительный перечень выставок приводится без указания их статистических показателей. Цель данного раздела рейтинга – проинформировать участников рынка о том, какие в целом мероприятия проводятся в той или иной отрасли.

Для экспонентов, посетителей, отраслевых союзов и ассоциаций рейтинг является инструментом информирования и выбора эффективных выставочных мероприятий, экономящим им значительное количество времени.

3. Оценка состояния факторов, влияющих на уровень конгрессно-выставочной деятельности в регионах Российской Федерации.

Оценить данные факторы позволяет Рейтинг событийного потенциала регионов Российской Федерации. Рейтинговая оценка, обозначая проблемные точки, позволяет планировать деятельность по улучшению общей ситуации в регионе.

Для построения рейтинга используется многофакторный анализ. Методика основывается на агрегировании показателей, характеризующих важнейшие факторы оценки событийного потенциала дестинации:

- наличие событийной инфраструктуры;
- наличие программы продвижения региона как событийной дестинации;
- политика региона в области конгрессно-выставочной деятельности и деятельность специализированных координирующих органов;
- опыт проведения крупных международных событий в регионе;
- туристический потенциал.

Рейтинг событийного потенциала регионов России в динамике за 2014–2020 гг. приведен в *Приложении 5*.

4. Оценка эффективности участия в конгрессно-выставочных мероприятиях, проведения самих мероприятий и оценка эффективности всей отрасли в целом.

Для решения данной проблемы создана «Методика оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия».

Методика нацелена 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.

В методике рассматриваются следующие виды эффектов:

- байерский экономический эффект – полезный результат экономической деятельности экспонентов, измеряемый разностью между денежным доходом от реализации товаров и услуг по итогам участия в мероприятии и денежными расходами на участие в мероприятии;

- байерская экономическая эффективность – соотношение полезного результата экономической деятельности экспонентов (денежный доход от реализации товаров и услуг по итогам участия в мероприятии) и денежных расходов на участие в мероприятии;

- бюджетный (налоговый) экономический эффект – полезный результат экономической деятельности государства, измеряемый разностью между суммой налогов, полученных государством от всех субъектов выставочного мероприятия по итогам их работы и денежными расходами государства на организацию мероприятия;

- бюджетная (налоговая) экономическая эффективность – соотношение полезного результата экономической деятельности государства (сумма налогов, полученных государством от всех субъектов выставочного мероприятия по итогам их работы) и денежных расходов государства на организацию мероприятия;

- мультипликативный эффект выставочной деятельности – полезный результат экономической деятельности всех субъектов выставочного мероприятия во всех связанных отраслях экономики, измеряемый разностью между денежным доходом от их деятельности и денежными расходами на ее осуществление;

- мультипликативная эффективность выставочной деятельности – соотношение полезного результата экономической деятельности всех субъектов выставочного мероприятия во всех связанных отраслях экономики (денежные доходы от их деятельности) и денежных расходов на ее осуществление.

Результаты оценки экономической и бюджетной эффективности мероприятий могут быть использованы в их продвижении, в качестве аргументации эффективности участия экспонентов в мероприятии, для оценки эффективности организации коллективного стенда, всего меро-

приятия (в том числе с участием государственного финансирования), выставочной отрасли в целом.

5. Отсутствие систематизированной информации о конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых в Российской Федерации и вся связанная с этим проблематика.

Данную проблема призвана решить Территориально-отраслевая матрица КВД России, как совокупность выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий России, представленных во времени (даты проведения), пространстве (место проведения: регион, город, площадка), тематике (отраслевая направленность).

Матрица формируется путем ввода данных о выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях их организаторами.

Основное назначение матрицы – аккумулировать информацию о выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в различных регионах и отраслях России, решив следующие задачи:

- координировать выставки одной тематики во времени и пространстве, помочь им отстроиться друг от друга;
- усилить значение выставок как канала маркетинга, полнее раскрыв возможности региональных рынков нашей страны;
- предоставить институтам государственного управления и бизнеса единый и продуманный перечень выставок для поддержки;
- сделать выставки понятнее для рынков, достигнуть более цивилизованных принципов конкуренции между выставочными организаторами.

6. Оценка состояния конгрессно-выставочной индустрии в динамике в целом.

Данную проблему решает индекс выставочной отрасли – расчетный показатель, характеризующий изменение совокупности показате-

лей выставочной отрасли (арендованная площадь, количество экспонентов, количество посетителей) с течением времени.

Расчет индекса осуществляется на основе статистических показателей стабильной группы индикаторных выставок, проверенных на достоверность в результате проведения выставочного аудита.

Цель расчета индекса – получить отображение состояния выставочной отрасли России в динамике ее основных потребительских характеристик.

Таким образом, комплекс приведенных инструментов позволяет участникам рынка получать информацию:

- о достоверных потребительских (статистических) показателях мероприятий – выставочный аудит, рейтинг выставок;
- об их месте во времени и пространстве – территориально-отраслевая матрица выставочной отрасли России, Рейтинг событийного потенциала регионов Российской Федерации;
- об экономической эффективности проводимых мероприятий – методика определения экономической эффективности конгрессно-выставочных мероприятий;
- о текущем состоянии конгрессно-выставочной индустрии России, в динамике – индекс выставочной отрасли России.

Поскольку вышеперечисленные инструменты, за исключением Рейтинга событийного потенциала регионов Российской Федерации, в той или иной степени базируются на статистических показателях, проверенных в ходе проведения добровольной процедуры – выставочного аудита, получаемая в результате их применения информация не всегда имеет всеобъемлющий для отрасли характер.

Для повышения эффективности использования данных инструментов необходимо повысить статус процедуры проведения выставочного аудита, создать условия для более широкого его применения выставочными организаторами. Сделать это можно, в частности, если реализовать принцип, при котором органы государственной власти всех уровней будут поддерживать только мероприятия, предоставившие им статистические показатели своих мероприятий, полученные в ходе аудиторской проверки.

Требует продвижения на государственном уровне территориально-отраслевая матрица КВД России – инструмент, цель которого – аккумуляция информации обо всех конгрессно-выставочных мероприятиях, организуемых в стране.

Одним из инструментов совершенствования информационного обеспечения конгрессно-выставочной индустрии может стать организация централизованного сбора и анализа статистической информации компаний отрасли. Это позволит, в частности, произвести анализ налоговой нагрузки на предприятия отрасли, скорректировать политику государства в отношении мер и механизмов государственного регулирования и поддержки компаний отрасли. Центрами сбора такой информации могут стать как отраслевые общественные организации, так и органы статистического учета через введение обязательного предоставления информации в статистических отчетах компаний.

6.3. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли

Одним из приоритетных направлений развития отрасли является стимулирование инноваций, в частности, за счет разработки цифровой платформы отрасли, или программно-аппаратного комплекса управле-

ния конгрессно-выставочной деятельностью. Цель такой платформы (или программного комплекса) - создание экосистемы из единой цифровой платформы и программно-аппаратных средств, 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.

Платформа решит следующие ключевые функциональные задачи:

- шаблонизация и автоматизация всех ключевых бизнес-процессов по подготовке и проведению мероприятий, начиная с разработки концепции мероприятия и заканчивая контролем реализации;

- обеспечение всех участников рынка современными и технологичными средствами взаимодействия и коммуникации, такими как личные кабинеты и мобильные приложения;

- формирование «единого окна» для получения информации о проводимых и планируемых мероприятиях, площадках, сервисных компаниях и спектре оказываемых ими услуг;

- расширение возможностей участия в мероприятиях за счет новых сервисов, таких как онлайн-трансляции, онлайн-нетворкинг, а также сервисов, основанных на технологиях AR и VR;

- повышение качества клиентского сервиса и стандартов безопасности при проведении мероприятий.

Ожидаемые результаты разработки и внедрения цифровой платформы отрасли:

оптимизация численности персонала и повышение эффективности труда;

обеспечение единых стандартов обмена информацией;

сокращение затрат на обучение и адаптацию новых сотрудников;

повышение безопасности и эффективности мероприятий;

вывод на рынок новых, высокотехнологичных сервисов

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, платформы экосистемы призваны добиться максимальной эффективности от участия в мероприятии каждого отдельно взятого человека или компании, тем самым достигая главную цель отрасли – обеспечение роста экономики, культурного развития и профессиональных навыков.

6.4. Создание системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и сертификации кадров конгрессно-выставочной отрасли и программ обучения экспонентов

Для обеспечения активного развития выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли в Российской Федерации необходима достаточная обеспеченность профессиональными кадрами высокой квалификации.

Специалиста для работы в этой отрасли можно подготовить только в рамках эффективной системы, построенной на основе синергетического подхода, объединяющего практику и теорию. Стандарты профессии, на базе которых формируется рамка квалификаций

и образовательные стандарты, помогут гармонизировать взаимоотношения системы образования и рынка труда.

Реализация мероприятий по подготовке кадров и повышении квалификации специалистов и участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности должна осуществляться по следующим направлениям:

- обеспечение возможности получения профильного образования всех уровней в учебных заведениях РФ;
- создание механизма признания (или подтверждения) квалификаций на основе сертификации;
- создание механизма для возможности повышения квалификаций работников отрасли согласно концепции «обучение в течение всей жизни» (программы короткого цикла, обучение на рабочем месте, участие в профессиональных мероприятиях, в том числе организация системного курсового обучения участников деловых мероприятий и потенциальных партнеров эффективной работе на деловых мероприятиях; проведение тренингов, мастер-классов, образовательных и научно-практических семинаров и круглых столов для специалистов отрасли);
- формирование базы современной отечественной и иностранной учебно-методической литературы, освещающей актуальные вопросы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- создание мотивирующих механизмов для вовлечения работников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в научно-методическую и исследовательскую работу отрасли.

В России в 2016 г. для специалиста в области выставочной деятельности разработан и утвержден профессиональный стандарт 33.019 «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок», в 2017 г. разработан проект профессио-

нального стандарта «Специалист по организации конгрессных мероприятий».

В связи с развитием цифровизации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности необходимо провести маркетинговые исследования потребностей отрасли в новых профессиональных компетенциях и разработать на базе исследований предложения по модернизации существующих и формированию новых профессиональных стандартов.

Следующим этапом для проведения оценки квалификаций и организации сертификации специалистов в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности предполагается создание региональных центров оценки квалификации.

Для определения профессиональной характеристики выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности требуется разработать отраслевую рамку квалификации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

На уровне учебных заведений России необходимо организовать оценку образовательных программ по направлениям выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на основе образовательных стандартов России (общественно-профессиональная аккредитация образовательных программ). Для формирования непрерывной модели образования на современном этапе, кроме разработки структуры, необходимо определить инструментарий, который позволит обеспечить качество подготовки специалистов. В этой связи профессиональные стандарты и отраслевая рамка квалификации могут рассматриваться в качестве приоритетных инструментов при формировании требований к квалификации специалистов и разработке актуальных образовательных

программ разного уровня подготовки (бакалавриат, магистратура, программы короткого цикла и т.п.).

Необходимо сформировать систему мониторинга и прогнозирования потребностей отрасли в профессиональных кадрах различных уровней квалификации, разработать комплекс мероприятий по: упорядочиванию системы повышения квалификации и переподготовки кадров, в т.ч. занятых на предприятиях и в организациях малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности; по развитию образовательных программ и созданию системы поддержки молодежных предпринимательских инициатив и проектов; по выявлению, поддержке и стимулированию к профессиональной деятельности в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии талантливой молодежи, проведению профориентационных программ и мероприятий.

Представляется необходимым разработать мероприятия по стимулированию фундаментальных и прикладных научных исследований по ключевым проблемам развития выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии и включению профессиональной проблематики в приоритетные направления научных исследований, программы опережающего кадрового и научно-технологического обеспечения глобальной конкурентоспособности страны в условиях перехода к устойчивой экономике.

6.5. Разработка и реализация государственной политики продвижения событийного потенциала России

Для привлечения организаторов мероприятий в Россию важно учитывать не только географию их штаб-квартир и головных офисов,

но также отраслевую направленность и приоритеты при формировании контента. Они должны совпадать с основными направлениями развития регионов, где предлагается провести мероприятие. Алгоритм определения событий, которые можно привлекать в тот или иной регион России, должен включать следующие шаги:

1. Определение приоритетных направлений развития региона в социально-экономической, научной и других сферах.
2. Определение ключевых стран, с которыми у региона установлены партнерские отношения.
3. Поиск в международных базах потенциальных мероприятий для проведения в регионе с учетом приоритетов, обозначенных ранее.
4. Поиск локальных членов и представителей организаторов этих событий на территории России. Отдельное внимание при этом необходимо обратить на местные университеты и научные институты, которые часто являются членами различных международных ассоциаций.
5. Ранжирование по приоритету найденных потенциальных мероприятий.

Инструментом для продвижения событийных возможностей субъектов Российской Федерации и привлечения в российские регионы мероприятий по ведущим отраслям и научным направлениям является «Событийный паспорт региона». «Событийный паспорт региона» позволяет систематизировать и обобщить значимую информацию о регионе для его продвижения как места проведения деловых событий. В настоящий момент разработка событийных паспортов ведется Ассоциацией «Национальное конгресс-бюро».

К инструментам создания бренда России относится концепция единой экспозиции российских компаний под брендом «Россия, открытая миру» (Russia open to the world) и проект «Сделано в России».

Целью создания концепции единой экспозиции российских компаний под брендом «Россия, открытая миру» (Russia open to the world) является определение принципов развития и организации объединенных российских экспозиций на крупнейших международных конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых за рубежом, под общим брендом «Россия, открытая миру». Реализация данной концепции будет способствовать развитию системы демонстрации достижений и поддержки вывода на мировой рынок продукции российской промышленности, российских технологий.

«Сделано в России» – первый коммуникационный проект для продвижения экспорта, бизнеса и культуры, включающий международное СМИ, логотип «Сделано в России» и отраслевые каталоги. Участие в данном проекте подразумевает в т. ч. размещение логотипа «Сделано в России» на своей продукции, рекламных материалах и сайтах, что становится частью коллективного продвижения экспорта, бизнеса и культуры России.

Участие в зарубежных выставках, ярмарках и конгрессах является действенным средством коммуникационной политики в международном маркетинге, стимулирующим продажи товаров и услуг на зарубежных рынках, эффективным методом в конкурентной борьбе.

6.6. Развитие инфраструктуры конгрессно-выставочной отрасли

Развитие конкурентоспособной конгрессно-выставочной инфраструктуры

Для экономического развития регионов Российской Федерации важно расширение специализированных выставочных и особенно конгрессных площадей, соответствующих мировому уровню.

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 КВД, включая возможность создания совместных предприятий для выполнения государственных и муниципальных заказов.

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

- формирование в субъектах РФ конгрессно-выставочной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства;
- использование имеющихся и создаваемых выставочных площадей для продвижения инновационных проектов на территории особых экономических зон и технопарков;
- формирование системы сертификации объектов конгрессно-выставочной инфраструктуры.

Реализация указанных направлений предусматривает:

- определение потребностей субъектов РФ в развитии инфраструктуры конгрессно-выставочной отрасли (строительство, реконструкция, модернизация) на основе оценки бюджетной и социально-экономической эффективности конгрессно-выставочной деятельности, экономического анализа производственного и логистического потенциала региона;
- разработку требований к составу и содержанию проектной документации для рассмотрения возможности и целесообразности государственной поддержки развития инфраструктуры конгрессно-

выставочной деятельности (строительство, реконструкция, модернизация) в субъекте РФ.

При этом государственная поддержка развития инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности в субъекте РФ должна осуществляться на принципах государственно-частного партнерства в реализации инвестиционного проекта, включающего мероприятия, связанные с инвестиционной деятельностью и предполагающие прединвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную фазы.

Создание сети региональных конгрессно-выставочных бюро

В настоящий момент в большинстве субъектов РФ отсутствуют специализированные структуры, которые занимались бы продвижением регионов на международном и внутреннем рынках, а также привлечением в субъекты РФ знаковых деловых мероприятий. Создание сети региональных конгрессно-выставочных бюро в России должно стать платформой для эффективного решения данных задач. Конгрессно-выставочные бюро будут способствовать развитию экономики регионов через привлечение деловых мероприятий, улучшению делового туризма и повышению качества услуг локальных компаний. Это наиболее эффективный инструмент для развития российского конгрессно-выставочного рынка и один из факторов для комплексного решения задач региона и продвижения на международном уровне.

Региональное конгрессно-выставочное бюро является некоммерческой маркетинговой организацией. Она помогает организаторам мероприятий, предоставляя информацию о местных ресурсах и услугах, включая выбор площадок, услуги до и после конференции.

Цели регионального конгрессно-выставочного бюро:

- усиление конгрессно-выставочного и индустриального потенциала региона/города

- усиление роли региона на российском и международном рынке делового туризма
- развитие конгрессно-выставочной отрасли
- развитие индустрии встреч, повышении качества услуг, предоставляемых участниками отрасли, а также защита их интересов
- инициирование, привлечение и организация в регионе/городе выставок, форумов, конгрессов, конференций, симпозиумов и прочих деловых мероприятий
- создание платформы сотрудничества между исполнительной властью региона и участниками конгрессно-выставочного рынка, а также рынка делового туризма
- объединение усилий предприятий индустрии гостеприимства и компаний конгрессно-выставочной отрасли, способствующих развитию и совершенствованию деловой и туристической инфраструктуры региона/города
- содействие в создании благоприятного делового имиджа региона

Задачи регионального конгрессно-выставочного бюро:

- продвижение региона/города на международном и внутреннем рынках – привлечение и содействие в проведении деловых мероприятий различного формата и уровня
- представление региона/города на международном рынке, а также использование конгрессно-выставочной деятельности в качестве инструмента для демонстрации делового, инновационного и индустриального потенциала региона/города
- представление региона на международных профессиональных мероприятиях, в том числе организация региональных экспозиций

- обмен опытом между профессиональными участниками рынка
- информационные услуги для участников отрасли
- привлечение компетентных знаний и практик в регион /город
- адаптация мирового опыта к местным условиям
- внедрение международных стандартов качества
- содействие развитию рынка делового туризма через развитие конгрессно-выставочной отрасли региона
- создание базы данных проектов и идей для местного отраслевого сообщества
- участие в координации приоритетных мероприятий, организуемых в регионе
- проведение собственных деловых мероприятий в профессиональной области
- участие совместно с представителями власти в формировании благоприятной среды для развития конгрессно-выставочной деятельности
- содействие в налаживании связей и прямых отношений между местным сообществом, инвесторами, экспертами, способствующие развитию отрасли в регионе

Мировой практике существуют *три варианта организационных моделей конгрессно-выставочных бюро*:

- исключительно государственное управление и финансирование деятельности конгрессно-выставочного бюро
- ассоциация/отраслевое объединение, где членами конгрессно-выставочного бюро являются участники рынка конгрессно-выставочных услуг; финансирование происходит за счёт членских взносов

- долевое участие города (государства) и коммерческих компаний в финансировании и совместном управлении.

Третий вариант организационной модели наиболее распространён и эффективен, так как позволяет соблюсти баланс интересов власти и бизнеса в вопросах развития конгрессно-выставочной деятельности, а также обеспечивает наиболее эффективную консолидацию финансовых ресурсов, поступающих как из бюджетных средств, так и от участников рынка.

Создание конгрессно-выставочного бюро на городском или региональном уровнях будет зависеть от стратегии и уровня развития самого субъекта. Возможно образование конгрессно-выставочных бюро, в ведении которых будет находиться координация продвижения сразу нескольких регионов или федеральных округов. Например, создание федеральных представительств НКБ.

Создавать сеть конгрессно-выставочных бюро будут в несколько этапов. Первый этап – это создание бюро в субъектах, где отмечен высокий событийный потенциал. На 2019 г. в России функционирует девять региональных конгрессно-выставочных бюро, однако нет информации о количестве других структур, которые отвечают за содействие экономическому развитию своего региона посредством конгрессно-выставочной деятельности. Необходимость региональных конгрессно-выставочных бюро в центрах из топ-30 Рейтинга событийного потенциала регионов России обосновывается тем, что города, которые занимают верхние позиции рейтинга, обладают высоким потенциалом, который необходимо поддерживать и развивать. Результатом деятельности данных структур станет оптимизация загрузки средств размещения туристов, выставочных площадок, конгресс-центров и других инфраструктурных ресурсов.

Сеть региональных конгрессно-выставочных бюро создается под эгидой Ассоциации «Национальное конгресс-бюро» с возможным участием региональных ТПП, корпораций развития и агентств по привлечению инвестиций.

Усиление роли отраслевых сообществ

Российские профессиональные ассоциации так же, как и профессиональные сообщества экономически развитых стран мира, осуществляют важную роль в формировании общественно-экономической жизни своего государства. Ассоциации реализуют независимые отраслевые экспертизы, обучают и развивают специалистов отрасли, распространяя ценный передовой опыт, выступают с законодательскими инициативами, осуществляют общественный контроль соблюдения обязательств со стороны органов власти и управления, проводят отраслевые мероприятия различной направленности и форматов. Наличие мощных отраслевых ассоциаций развивает и структурирует экономику, является эффективным катализатором отраслевых сегментов промышленности, торговли и сферы услуг. Стала заметна роль отраслевых сообществ в поддержке развития единого понятийного аппарата конгрессно-выставочной деятельности, утверждении соответствующих стандартов и расширении перечня кодов ОКВЭД отрасли.

Профессиональные ассоциации конгрессно-выставочного рынка видят свое предназначение в консолидации усилий предприятий конгрессно-выставочной отрасли России, направленных на улучшение деловой среды, повышение статуса российской конгрессно-выставочной деятельности в стране и в мире, поддержание баланса интересов общества, власти и отрасли.

Отраслевые сообщества выполняют следующие задачи:

- представляют и продвигают интересы отрасли в федеральных и региональных органах государственной власти;
- содействуют развитию экспорта российских товаров и услуг, выступая в качестве организаторов единых национальных экспозиций;
- участвуют в формировании позитивного имиджа России, ее регионов и российских производителей;
- содействуют развитию связей с деловыми кругами зарубежных стран, отраслевыми сообществами;
- способствуют привлечению инвестиций, внедрению инновационных решений и передовых отечественных технологий;
- участвуют в создании эффективной системы экспертной оценки проектов законодательных и нормативных актов в интересах представителей отрасли;
- содействуют продвижению принципов цивилизованного бизнеса и социальной ответственности в предпринимательской среде.

Эффективное развитие конгрессно-выставочной деятельности требует тесных совместных и скоординированных действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, торгово-промышленных палат, предпринимательских союзов и отраслевых объединений конгрессно-выставочной отрасли.

Однако современная система взаимодействия государственных институтов и отраслевых профессиональных ассоциаций России по развитию конгрессно-выставочной деятельности требует усовершенствования. Для формирования современной высокоорганизованной отрасли необходимо использовать координирующий потенциал отраслевых сообществ – на сегодня он не исчерпан.

Необходимо на базе профессиональных ассоциаций совместно с государственными структурами сформировать единое окно для обра-

щения операторов для включения мероприятий в перечни поддержки со стороны федеральных и региональных органов власти, а участникам мероприятий – для предоставления документов на получение субсидий. Это позволит сделать процесс субсидирования более простым и понятным, повысит число желающих принять участие в конгрессно-выставочных мероприятиях и воспользоваться возмещением затрат.

6.7. Основные направления реализации стратегии

1. Совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере конгрессно-выставочной деятельности

Данное направление предполагает, в частности, продолжение работы по формированию профильного федерального закона, проработку возможности расширения ОКВЭД 82.3, выработку мер по защите прав экспонентов на объекты интеллектуальной собственности.

2. Разработка форм и механизмов государственной поддержки отрасли

В рамках данного направления предусматривается расширение национальных программ субсидирования и поддержки отечественных и иностранных организаторов мероприятий, а также участия отечественных производителей товаров и услуг в конгрессно-выставочных мероприятиях.

Государственная поддержка отрасли также может быть нацелена на создание в России выставочных мероприятий, которые могли бы стать мероприятиями №1 на европейском или мировом выставочном рынках. Мультипликативный эффект выставок от проведения подобных мероприятий на территории России и «мягкая сила», сопровождающая все связанные с этим аспекты международной торговли, станут значимым драйвером дальнейшего социально-экономического разви-

тия страны, ее неуклонного продвижения на мировой экономической арене.

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

Данное направление включает: внедрение методики экономического анализа, оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, внедрение территориально-отраслевой матрицы для сбора, анализа и структурирования статистики и информации о конгрессно-выставочных мероприятиях в Российской Федерации.

Для совершенствования системы сбора достоверной статистической информации о проводимых в России выставочных мероприятиях также необходимо ввести систему соответствующих мотиваторов. Государство может рекомендовать организаторам прохождение выставочного аудита, связав его с условиями получения различных видов государственной поддержки.

С учетом собранных статистических данных и по результатам проведенного аудита видится необходимым формирование перечня приоритетных российских конгрессно-выставочных мероприятий, что положительно скажется на качестве самих мероприятий, а также облегчит процесс планирования государственных бюджетных средств. В Приложении 7 приведены российские мероприятия, предлагаемые в качестве кандидатов в ключевые европейские и мировые конгрессно-выставочные проекты.

4. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли

Оптимизация ведения конгрессно-выставочной деятельности требует разработки единой отраслевой цифровой платформы.

5. Создание системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и сертификации кадров конгрессно-выставочной отрасли

В рамках этого направления необходимо запланировать мероприятия, направленные на расширение возможностей получения профильного образования и повышения квалификации в сфере конгрессно-выставочной деятельности, разработку и внедрение профстандартов отрасли.

6. Разработка и реализация государственной политики продвижения событийного потенциала России

С целью повышения событийного потенциала России необходимо предусмотреть разработку соответствующей маркетинговой стратегии и содействие участию регионов России в тендерах на проведение международных мероприятий.

7. Развитие инфраструктуры КВД

В рамках данного направления предусматривается разработка государственной программы формирования конгрессно-выставочной инфраструктуры и создание специализированного конгрессно-выставочного бюро в каждом субъекте РФ.

План мероприятий по реализации Стратегии включает два этапа: I этап – 2021–2025 гг.; II этап – 2025–2030 гг. В *Приложении 6* представлен План мероприятий реализации Стратегии с 2021 по 2025 гг. Реализация I этапа плана характеризуется необходимостью нивелирования негативного воздействия пандемии 2020 г. и формирования необходимых условий для интенсивного развития конгрессно-выставочной индустрии в последующие годы.

7. Риски и ожидаемые результаты реализации Стратегии

7.1. Оценка рисков реализации Стратегии

При реализации Стратегии существуют риски, которые могут негативно повлиять на достижение целей Стратегии.

Ключевые внутренние риски:

- наложение ограничений, связанных с наступлением обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажор), эпидемиологическими рисками и прочими непредвиденными факторами. Минимизировать риски позволит целенаправленная поддержка отрасли со стороны государства, выработка пакета мер поддержки отрасли и ее участников на случай наступления подобных ситуаций;

- недостаточность информации для принятия решений и анализа реализации Стратегии. Мерой минимизации риска могут стать реализация мероприятий, направленных на формирование системы сбора и анализа статистики отрасли, регулярный мониторинг выполнения мероприятий по реализации данной Стратегии всеми заинтересованными сторонами, поддержание постоянного взаимодействия между исполнителями Стратегии.

Ключевые внешние риски:

- изменение геополитической ситуации, возможное усиление санкционного давления и социально-политическая изоляция России во взаимоотношениях с зарубежными странами. Такие изменения могут негативно сказаться на привлекательности России как событийной дестинации, стать барьером для организации крупных международных мероприятий на территории страны и существенно снизить поток зарубежных участников. Условием минимизации этих рисков может стать разработка и планомерная реализация государственной политики продвижения событийного потенциала России за рубежом, информирова-

ние мирового сообщества о преимуществах страны как событийной дестинации для проведения на ее территории международных мероприятий и участия в них.

7.2. Ожидаемые результаты реализации Стратегии

Достижение целевых показателей развития КВД (см. *Приложение 4*) предполагает системную государственную поддержку отрасли в достижении ключевых целей и решении поставленных задач.

Ожидаемые результаты реализации Стратегии:

- обеспечение Российской Федерации лидерских позиций на мировом событийном рынке;
- закрепление на законодательном уровне статуса КВД как инструмента устойчивого социально-экономического и инновационного развития экономики Российской Федерации;
- повышение качества конгрессно-выставочных услуг за счет формирования системы государственных механизмов и мер поддержки участников отрасли как на федеральном, так и на региональном уровнях;
- активизация участия российских компаний и организаций в конгрессно-выставочных мероприятиях в России и за рубежом за счет совершенствования системы стимулирующих мер и механизмов;
- увеличение проводимых в Российской Федерации конгрессно-выставочных мероприятий мирового значения;
- формирование современной конкурентоспособной конгрессно-выставочной и сопутствующей инфраструктуры;
- обеспечение отрасли профессиональными кадрами за счет формирования системы профессионального образования и повышения квалификации;

- рост занятости в отрасли и смежных индустриях;
- рост международного туристического потока с последующей загрузкой всей туристической инфраструктуры по всей цепочке продаж.

8. Мониторинг и контроль реализации Стратегии

Мониторинг реализации Стратегии и достижения ее целевых индикаторов осуществляется на ежегодной основе с предоставлением итогового отчета до 1 июля года, следующего за отчетным.

Мониторинг реализации Стратегии ведется в течение всего периода ее действия и предполагает сбор, консолидацию и обработку количественной и качественной информации. Мониторинг базируется на данных отраслевого статистического наблюдения и отчетных материалах по выполнению плана мероприятий по реализации Стратегии.

Контроль реализации Стратегии осуществляется Министерством промышленности и торговли Российской Федерации с участием заинтересованных органов государственной власти и представителей индустрии.

По результатам мониторинга осуществляется подготовка решений о корректировке задач и мероприятий Стратегии.

9. Организационно-финансовое обеспечение реализации Стратегии

Финансирование Стратегии развития отрасли осуществляется за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ, средств муниципальных образований, внебюджетных источников. Оно осуществляется за счет средств, выделенных на реализацию Государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328 (в ред. Постановле-

ния Правительства Российской Федерации от 31.03.2020 N 377-19), а также в рамках национального проекта (программы) «Международная кооперация и экспорт», национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», утвержденных в рамках указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.», а также с учетом разрабатываемого национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Приложение 1. Средние показатели выставочных мероприятий в России

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Динамика
Средняя площадь нетто выставки, м ²	2163	2236	2146	2089	2642	2550	2661	23%
Средняя арендованная площадь выставки, м ²	1984	2042	1832	1801	2376	2224	2308	16%
Среднее кол-во экспонентов	140	129	119	117	132	138	136	–2,9%
Среднее кол-во посетителей	7104	8747	8728	9811	10 509	12 276	11 453	61%
Средняя выставочная площадь нетто на 1 экспонента, м ²	15	17	18	18	20	18	20	33%
Средняя арендованная выставочная площадь на 1 экспонента, м ²	14	16	15	15	18	16	17	21%

Источник: РСВЯ

Приложение 2. Основные показатели ротируемых конгрессных мероприятий в России

Таблица 1. Динамика количества мероприятий в России за 10 лет (2010–2019 гг.)

Годы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Количество мероприятий	60	82	97	103	96	94	95	100	92	117

Таблица 2. Количество мероприятий и места в рейтинге ICCA 2019 российских городов

Дестинация	Кол-во мероприятий в 2019 г.	Место в мировом рейтинге 2019 г.	Место в европейском рейтинге 2019 г.	Кол-во мероприятий в последние 10 лет
Москва	39	70	39	359
Санкт-Петербург	36	79	42	310
Казань	6	377	182	36

Таблица 3. Динамика количества мероприятий по городам России, вошедших в рейтинг ICCA в 2019 г.

Города	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Москва	22	36	34	42	35	36	35	42	38	39
Санкт-Петербург	16	30	36	34	41	32	31	34	20	36
Казань	1	2	5	5	0	5	6	4	2	6

Источник: ICCA

Приложение 3. Специализированные конгрессно-выставочные площадки России, введенные после 2010 г.

Тип площадки	Выставочный комплекс	Город	Закрытая выставочная площадь (м ²)	Год ввода	Общая закрытая выставочная площадь (м ²)
Средние площадки, S от 20 до 50 тыс. м ²	МВЦ «Казань Экспо»	Казань	41 326	2018	217 926
	КВЦ «Патриот ЭКСПО»	Московская область	41 000	2015	
	ВКК «Экспоград Юг»	Краснодар	35 600	2015	
	КВЦ «Экспофорум»	Санкт-Петербург	70 000	2014	
	МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»	Екатеринбург	50 000	2013	
Малые площадки, S от 5 до 20 тыс. м ²	Конгресс-центр МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»	Екатеринбург	10 000	2019	72 976
	МВЦ «Минводы ЭКСПО»	Минеральные Воды	9756	2019	
	Главный медиацентр	Сочи	19 920	2014	
	ВДНХ ЭКСПО Уфа	Уфа	13 600	2014	
	EXPO EVENT HALL	Воронеж	5300	2013	
	МВК «Новосибирск Экспоцентр»	Новосибирск	14 400	2012	
Площадка менее 5 тыс. м ²	ВЦ «Норд Экспо»	Архангельск	1600	2018	1600
Итого, S (м ²)			292 502		292 502

Источник: ВНИЦ R&C

Приложение 4. Целевые показатели конгрессно-выставочной отрасли на период до 2030 г.

	Показатель	Ед. изм.	Значение в 2019 г.	Целевое значение к 2030 г.
1	Объем конгрессно-выставочного рынка	руб.	161,1 млрд	220,00 млрд
2	Объем налоговых отчислений компаний конгрессно-выставочной отрасли	руб.	13 млрд	17,5 млрд
3	Вклад конгрессно-выставочной отрасли в ВВП РФ	руб.	3 трлн	4,05 трлн
4	Количество компаний в отрасли	шт.	2060	2600
5	Количество занятых в конгрессно-выставочной отрасли	чел.	16 879	23 000
6	Доля МСП в отрасли	%	64	75
7	Позиции РФ в мире по обеспеченности специализированными площадями	место в рейтинге	9	5
8	Позиции РФ в мировом рейтинге событийной индустрии	место в рейтинге	35	в составе топ-20
	Выставочные мероприятия:			
9	Количество мероприятий	шт.	2000	1800
10	Выставочная площадь, нетто	м ²	2 050 000	2 700 000
11	Количество участников выставок зарубежных/отечественных	чел.	24 420/ 85 580	33 000/ 115 000
12	Количество посетителей выставок зарубежных/отечественных	чел.	122 018/ 4 817 982	165 000/ 6 500 000

Показатель		Ед. изм.	Значение в 2019 г.	Целевое значение к 2030 г.
13	Объем экспортных контрактов, заключенных российскими компаниями, участвовавшими в конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях при поддержке АО «Российский экспортный центр»	руб.	36 млрд	216 млрд ¹¹
14	Количество российских экспортеров в зарубежных выставках	чел.	1178	2400 ¹²
Конгрессные мероприятия:				
15	Количество ротируемых мероприятий в РФ за год	шт.	117	195
16	Количество значимых международных мероприятий, привлеченных в Россию (пока не проведенные, но подтвержденные), стимулирующих развитие отраслей российской экономики.	шт.	8	30
17	Количество делегатов привлеченных конгрессных мероприятий, в т. ч. международных	чел.	28 152	47 000
18	Суммарные расходы делегатов привлеченных конгрессных мероприятий, в т. ч. международных	долл. США	50 млн	90 млн
19	Количество действующих региональных конгресс-бюро	шт.	9	30
20	Количество поданных заявок от регионов РФ для участия в тендерах на проведение значимых международных мероприятий	шт.	32	360

¹¹ Требуется уточнения в соответствии с показателями и KPI АО «РЭЦ».

¹² См. предыдущую ссылку.

Приложение 5. Рейтинг событийного потенциала регионов России за 2014–2020 гг.

Регион	Город	Место							
		2020	Дина- мика	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Санкт-Петербург и Ленинградская область	Санкт-Петербург	1		1	1	1	1	-	-
Свердловская область	Екатеринбург	2		2	2	2	2	2	2
Республика Татарстан	Казань	3		3	4	5	5	4	3
Краснодарский край	Сочи	4		4	3	3	3	1	1
Республика Башкортостан	Уфа	5	+1	6	6	8	11	7	13
Калининградская область	Калининград	6	+5	11	8	16	20	-	-
Краснодарский край	Краснодар	7	-2	5	7	4	4	3	6
Красноярский край	Красноярск	8	+2	10	21	17	15	-	4
Самарская область	Самара	9	-1	8	16	18	18	12	11
Приморский край	Владивосток	10	+8	18	10	6	6	-	-
Нижегородская область	Нижний Новгород	11	-4	7	5	7	8	-	5
Челябинская область	Челябинск	12	+3	15	20	10	12	-	-
Камчатский край	Петропавловск-Камчатский	13	+6	19	17	-	-	-	-
Мурманская область	Мурманск	14	+3	17	9	12	13	-	14
Ростовская область	Ростов-на-Дону	15	-6	9	15	11	7	5	8
Волгоградская область	Волгоград	16	+4	20	19	-	33	-	-
Кемеровская область	Кемерово	17	+6	23	27	48	37	-	-

Регион	Город	Место							
		2020	Дина- мика	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Ярославская область	Ярославль	18	+14	32	31	9	10	6	12
Иркутская область	Иркутск	19	-7	12	12	15	17	8	9
Владимирская область	Владимир	20	+5	25	30	-	-	-	-
Новгородская область	Великий Новгород	21	-5	16	24	24	23	-	21
Архангельская область	Архангельск	22		22	23	-	-	-	-
Хабаровский край	Хабаровск	23	-9	14	11	-	-	-	-
Новосибирская область	Новосибирск	24	-11	13	14	14	9	-	7
Тюменская область	Тюмень	25	-4	21	13	20	21	13	15
Омская область	Омск	26	+1	27	32	20	26	-	-
Саратовская область	Саратов	27	+7	34	22	44	47	-	-
Республика Саха	Якутск	28	+11	39	26	-	-	-	-
Воронежская область	Воронеж	29	-1	28	29	13	14	8	24
Ханты-Мансийский АО – Югра	Ханты-Мансийск	30	-1	29	28	-	-	-	-
Республика Мордовия	Саранск	31		31	46	-	-	-	-
Белгородская область	Белгород	32	-8	24	35	-	-	8	15
Ставропольский край	Ставрополь	33	+3	36	37	-	-	13	15
Республика Крым и г. Севастополь	Симферополь	34	-8	26	49	-	-	-	-
Пермский край	Пермь	35	+2	37	18	19	16	8	10
Томская область	Томск	36	+5	41	50	23	21	-	-

Регион	Город	Место							
		2020	Дина- мика	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Рязанская область	Рязань	37	+1	38	47	27	25	-	18
Оренбургская область	Оренбург	38	-8	30	38	41	48	21	-
Забайкальский край	Чита	39	-4	35	36	-	-	-	-
Республика Карелия	Петрозаводск	40	+3	43	39	-	-	-	-
Тульская область	Тула	41	-1	40	40	31	39	18	23
Калужская область	Калуга	42	+11	53	48	35	41	-	21
Республика Бурятия	Улан-Удэ	43	-10	33	25	-	-	-	-
Астраханская область	Астрахань	44	+1	45	44	26	27	13	19
Удмуртская Республика	Ижевск	45	+13	58	34	40	28	-	-
Ульяновская область	Ульяновск	46	-4	42	33	32	22	-	-
Республика Северная Осетия – Алания	Владикавказ	46	+9	55	62	-	-	-	30
Республика Дагестан	Махачкала	48	+13	61	76	-	-	-	-
Республика Коми	Сыктывкар	49	-5	44	52	50	49	-	26
Чеченская Республика	Грозный	50	-3	47	54	45	44	-	-
Тверская область	Тверь	51	+20	71	57	-	-	20	19
Кировская область	Киров	52		52	45	32	35	-	-
Вологодская область	Вологда	53	-2	51	65	25	30	-	-
Алтайский край	Барнаул	54		54	43	42	42	-	-
Амурская область	Благовещенск	55	+15	70	41	-	-	-	-

Регион	Город	Место							
		2020	Дина- мика	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Ивановская область	Иваново	56	+1	57	66	-	-	-	-
Орловская область	Орел	57	-11	46	74	-	-	-	-
Республика Алтай	Горно-Алтайск	58	+16	74	68	-	-	-	-
Республика Адыгея	Майкоп	59	+17	76	72	-	-	-	-
Республика Марий Эл	Йошкар-Ола	60	+2	62	61	-	-	-	-
Костромская область	Кострома	61	+4	65	59	-	-	-	-
Республика Тыва	Кызыл	62	-12	50	60	-	-	-	-
Псковская область	Псков	63	-14	49	51	-	-	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	Нальчик	64	-16	48	70	-	-	-	-
Чувашская Республика – Чувашия	Чебоксары	65	-7	58	71	-	-	-	-
Республика Калмыкия	Элиста	66	+3	69	80	-	-	-	-
Липецкая область	Липецк	67	-11	56	58	36	29	16	-
Тамбовская область	Тамбов	68	-5	63	73	38	36	-	-
Ямало-Ненецкий АО	Салехард	69	-3	66	78	-	-	-	-
Пензенская область	Пенза	70	-6	64	67	37	40	-	24
Магаданская область	Магадан	71	+2	73	55	-	-	-	-
Сахалинская область	Южно-Сахалинск	72	-12	60	42	47	38	19	26
Курганская область	Курган	73	-1	72	56	-	-	-	-
Республика Хакасия	Абакан	74	-6	68	75	-	-	-	-

Регион	Город	Место							
		2020	Дина- мика	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Смоленская область	Смоленск	75	−8	67	69	-	-	-	-
Курская область	Курск	76	+1	77	64	-	-	-	-
Чукотский АО	Анадырь	77	+2	79	81	-	-	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	Черкесск	78	+3	81	79	-	-	-	-
Еврейская АО	Биробиджан	79	−4	75	53	-	-	-	-
Брянская область	Брянск	80	−3	77	77	-	-	-	26
Республика Ингушетия	Магас	81	−1	80	82	-	-	-	-
Ненецкий АО	Нарьян-Мар	82		82	63	-	-	-	-

Источник: ВНИЦ R&C

Приложение 6. План мероприятий по реализации Стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли с 2021 по 2025 гг.

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
I. Совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере конгрессно-выставочной деятельности				
1	Проведение мониторинга состояния нормативной правовой базы конгрессно-выставочной отрасли	декабрь 2021 г.	Информационная справка в Минпромторг РФ	ТПП РФ РСВЯ
2	Рассмотрение вопроса о разработке отраслевого федерального закона	I квартал 2022 г.	Доклад в Правительство РФ по итогам согласования с отраслевым сообществом	Минпромторг РФ ТПП РФ РСВЯ
3	Разработка национальных стандартов отрасли	2021–2025 гг.	Внесение проектов стандартов в Росстандарт	ТПП РФ РСВЯ АНКБ
4	Проработка возможности расширения кода ОКВЭД 82.3 «Деятельность по организации конференций и выставок»	2021–2022 гг.	Внесение проекта в Минэкономразвития России	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ ТПП РФ РСВЯ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
5	Разработка предложений по защите прав экспонентов на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации, демонстрируемые на выставочно-ярмарочных мероприятиях	2021 г.	Рекомендации по внесению изменений и дополнений в федеральное законодательство Российской Федерации	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ Минобрнауки РФ Минобороны РФ ТПП РФ РСВЯ
II. Разработка форм и механизмов государственной поддержки отрасли				
6	Совершенствование финансовой поддержки отечественных производителей товаров и услуг для участия в международных конгрессно-выставочных мероприятиях на территории России и за рубежом	2021–2022 гг.	Рекомендации по внесению изменений и дополнений в государственные программы финансовой поддержки отечественных производителей товаров и услуг для участия в международных конгрессно-выставочных мероприятиях на территории России и за рубежом (доклад в Правительство Российской Федерации)	Минпромторг РФ ТПП РФ РСВЯ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
7	Развитие региональных программ финансовой поддержки участия отечественных производителей товаров и услуг в конгрессно-выставочных мероприятиях в России и за рубежом	2021–2022 гг.	Рекомендации по внесению изменений и дополнений в региональные программы финансовой поддержки участия отечественных производителей товаров и услуг в конгрессно-выставочных мероприятиях в России и за рубежом (доклад в Правительство Российской Федерации)	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ Минфин РФ АО «РЭЦ» ТПП РФ РСВЯ АНКБ
8	Разработка предложений по запуску механизма business tax free для иностранных участников конгрессно-выставочных мероприятий в России	2021 г.	Рекомендации по запуску механизма business tax free для иностранных участников конгрессно-выставочных мероприятий в России (доклад в Правительство Российской Федерации)	Минэкономразвития РФ Минфин РФ Минпромторг РФ
9	Разработка предложений по запуску механизма компенсации НДС для		Рекомендации по запуску механизма компенсации	Минэкономразвития РФ Минфин РФ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
	иностранных организаторов конгрессно-выставочных мероприятий в России		НДС для иностранных организаторов конгрессно-выставочных мероприятий в России (доклад в Правительство Российской Федерации)	Минпромторг РФ
10	Разработка программ поддержки организаторов ведущих российских отраслевых выставок с целью создания на их базе лидирующих европейских или мировых выставочных проектов ¹³ .		Принятие программ поддержки организаторов ведущих российских отраслевых выставок	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ Минфин РФ АО «РЭЦ» ТПП РФ РСВЯ
III. Совершенствование процесса сбора, анализа и управления статистическими данными отрасли				
11	Продвижение методики оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия	2021 г.	Утвержденный регламент продвижения методики оценки экономической и бюджетной эффективности конгрессно-выставочного мероприятия	Минпромторг РФ РЭЦ ТПП РФ РСВЯ АНКБ

¹³ См. перечень мероприятий – кандидатов в Приложении 7.

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
12	Продвижение процедуры выставочно-аудита через механизм поддержки органами власти мероприятий с проверенными статистическими показателями	2021 г.	Разработанный и принятый ФОИВ механизм поддержки органами власти мероприятий с проверенными статистическими показателями	Минпромторг РФ
13	Разработка методики сбора, анализа, структуризации статистики и информации о компаниях выставочной отрасли	2021 г.	Утвержденная методика сбора, анализа, структуризации статистики и информации о компаниях выставочной отрасли	Минпромторг РФ Росстат ТПП РФ РСВЯ АНКБ
14	Продвижение территориально-отраслевой матрицы для сбора, анализа и структурирования статистики и информации о конгрессно-выставочных мероприятиях, проводимых в РФ	2021–2023 гг.	Территориально-отраслевая матрица с полным информационным наполнением	Минпромторг РФ Минкомсвязи РФ ТПП РФ РСВЯ АНКБ
15	Разработка методики сбора, анализа и структуризации статистики и информации о конгрессных мероприятиях	2022 г.	Утвержденная методика сбора, анализа и структуризации статистики и информации о конгрессных мероприятиях	Минпромторг РФ АНКБ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
IV. Внедрение цифровых технологий в конгрессно-выставочной отрасли				
16	Разработка и реализация проекта цифровой платформы для проведения новых форматов конгрессно-выставочных мероприятий, оптимизации бизнес-процессов конгрессно-выставочной деятельности	2022 г.	Создание цифровой платформы для проведения новых форматов конгрессно-выставочных мероприятий, оптимизации бизнес-процессов конгрессно-выставочной деятельности	Минпромторг РФ Минкомсвязи РФ РСВЯ
17	Оценка состояния конгрессно-выставочных площадок на предмет оснащенности цифровыми технологиями	2021–2022 гг.	Предложения для конгрессно-выставочной отрасли по повышению уровня оснащенности площадок цифровыми технологиями и оборудованием	Минпромторг РФ ТПП РФ РСВЯ АНКБ
V. Создание системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и сертификации кадров конгрессно-выставочной отрасли				
18	Разработка предложений по оптимизации возможностей получения профильного образования и повышения квалификации в сфере конгрессно-выставочной деятельности	2022 –2023 гг.	Утвержденные рекомендации по развитию системы профильного образования и повышения квалификации в сфере конгрессно-	РСВЯ ТПП РФ Минобрнауки РФ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
			выставочной деятельности Утвержденная рамка квалификаций	
19	Разработка дополнительных профстандартов отрасли	2021–2022 гг.	Профстандарты отрасли, внесенные на рассмотрение в Минтруда РФ	ТПП РФ РСВЯ АНКБ
20	Разработка и реализация профильных основных профессиональных образовательных программ по уровням образования, программ повышения квалификации и переподготовки кадров конгрессно-выставочной отрасли	2021-2025	Утвержденные профильные основные профессиональные образовательные программы по уровням образования, программы повышения квалификации и переподготовки кадров конгрессно-выставочной отрасли	Минобрнауки РФ Минпросвещения РФ Минтруда РФ Образовательные учреждения по уровням образования Образовательные организации дополнительного образования
21	Создание и внедрение системы независимой оценки квалификаций ра-	2021-2025	Утвержденная система независимой оценки квалифи-	ТПП РФ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
	ботников конгрессно-выставочной отрасли		каций работников конгрессно-выставочной отрасли	РСВЯ
22	Создание и внедрение системы поддержки исследований и инновационного предпринимательства обучающихся по профильным образовательным программам	2022-2023	Утвержденные программы стимулирования исследований и инновационного предпринимательства обучающихся по профильным образовательным программам	Минобрнауки РФ Минпросвещения РФ Образовательные учреждения по уровням образования Институты развития
VI. Разработка и реализация государственной политики продвижения событийного потенциала России				
23	Разработка механизмов продвижения России как событийной дестинации на международном уровне и формирование для этого единого окна на базе Ассоциации «Национальное конгресс-бюро»	IV квартал 2021 г.	Маркетинговая стратегия продвижения России как событийной дестинации на международном уровне	Минпромторг РФ АНКБ
24	Содействие участию регионов России, имеющих соглашение о сотруд-	2021–2025 гг. (в течение всего периода)	Привлеченные в регионы России международные ме-	Минпромторг РФ АНКБ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
	ничестве с НКБ, в тендерах на проведение международных мероприятий		роприятия (один из целевых показателей данной стратегии, см. Приложение 4)	
25	Разработка предложений по совершенствованию механизма продвижения событийного потенциала России на государственном уровне	2022 г.	Принятие государственной программы продвижения событийного потенциала России	Минпромторг РФ АНКБ РСВЯ
VII. Развитие инфраструктуры КВД				
26	Разработка предложений по механизму развития конгрессно-выставочной инфраструктуры в субъектах РФ (строительство, реконструкция, модернизация)	2022–2025 гг.	Принятие государственной программы развития конгрессно-выставочной инфраструктуры в субъектах РФ	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ ТПП РФ РСВЯ АНКБ
27	Разработка и реализация проекта создания специализированных конгрессно-выставочных бюро в субъектах РФ при участии администраций субъектов	2025 гг.	Создание сети специализированных конгрессно-выставочных бюро в 30 ведущих по событийному потенциалу регионах РФ (целевой показатель данной стратегии, см. Приложение	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ ТПП РФ РСВЯ АНКБ

№	Мероприятие	Срок реализации	Результат	Ответственный исполнитель
			4)	
28	Разработка и реализация проекта использования выставочных площадей для продвижения инновационных проектов на территориях особых экономических зон и технопарков	2021–2025 гг.	Принятие государственной программы продвижения инновационных проектов на территориях особых экономических зон и технопарков	Минпромторг РФ Минэкономразвития РФ ТПП РФ РСВЯ АНКБ Фонд «Сколково»

Приложение 7. Перечень российских мероприятий – кандидатов в ключевые европейские и мировые конгрессно-выставочные проекты.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
1	Международная промышленная выставка ИННОПРОМ	Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург Экспо»	«Бизнес Ивент», ООО ГК «Формика»	ИННОПРОМ – международная промышленная выставка в России, проводится в Екатеринбурге ежегодно с 2010 г. В 2012 г. Правительство России присвоило выставке ИННОПРОМ федеральный статус. Занимает 2-е место по тематике «Машиностроение, металло-

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
				обработка, станки, промышленное оборудование» в Общероссийском рейтинге выставок (2019 г.) в номинациях «Выставочная площадь», «Профессиональный интерес», «Охват рынка», а также 3-е место в номинации «Международное признание». Статистические параметры по данным аудита 2019 г.: площадь нетто, м² – 19 135; экспоненты, число компаний – 746; посетители, количество человек – 24 968; посетители-специалисты, количество человек – 21 223; стран-участниц – 21.
2	Петербургский международный экономический форум	Санкт-Петербург, КВЦ «Экспофорум»	Фонд Росконгресс	Ежегодное лидирующее деловое российское мероприятие в экономической сфере, проводимое в Петербурге с 1997 г. и с 2005 г. – при участии Президента России.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
3	Петербургский международный газовый форум	Санкт-Петербург, КВЦ «Экспофорум»	«ЭкспоФорум-Интернэшнл», ООО «ФАРЭКСПО», ООО	Петербургский международный газовый форум – Международная выставка и конференция, посвященные возобновляемым источникам энергии. Распределение и ее эффективное использование. Статистические параметры по данным аудита 2018 г.: площадь нетто, м ² – 13 383; экспоненты, число компаний – 505; посетители, количество человек – 9920; посетители-специалисты, количество человек – 9620; стран-участниц – 19.
4	Международная выставка и конференция по гражданскому судостроению, судоходству, деятельности портов, освоению океана и шельфа «Нева»	Санкт-Петербург, КВЦ «Экспофорум»	«Нева-Интернэшнл», ООО	В 2019 г. прошла XV юбилейная выставка-конференция. По данным организаторов, в 2019 г. выставку посетило почти 25 тыс. человек, количество экспонентов превысило 650 компаний из 29 стран мира. Общая площадь выставочных площадей – бо-

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
5	Выставочная программа «Ювелирная Россия»: международная ювелирная выставка «JUNWEX Москва», международная ювелирная выставка «JUNWEX Петербург» – международная выставка ювелирных и часовых брендов «JUNWEX Новый Русский Стил», ювелирная выставка «Лучшие украшения России»	Москва, ВДНХ; Санкт-Петербург, КВЦ «Экспофорум»	Медиахолдинг JUNWEX	более 30 тыс. кв. м. Объединенные единой концепцией крупнейшие в России ювелирные выставки, профессиональный маркетплейс для производственно-торговых ювелирных предприятий и компаний в сфере ювелирных технологий, оборудования, упаковки и программного обеспечения. Среди участников выставки – предприятия, являющиеся стержнем ювелирного рынка России, ведущие бренды, пользующиеся заслуженным доверием покупателя. Статистические показатели 2019 г.: площадь нетто, м² – 36 664; экспоненты, число компаний – 1641; посетители, количество человек – 89 932.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
6	Международная выставка сельскохозяйственной техники, оборудования и материалов для производства и переработки растениеводческой сельхозпродукции «ЮГА-ГРО»	Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»	Huve Group (бывш. «АйТиИ Экспо», ООО)	Международная выставка сельскохозяйственной техники, оборудования и материалов для производства и переработки растениеводческой сельхозпродукции. В 2021 г. проводится 27-я выставка. Является самой крупной выставкой России по тематике «Сельское хозяйство» в Общероссийском рейтинге выставок (2018 г.) в номинациях: «Выставочная площадь», «Международное признание». Статистические параметры по данным аудита 2017 г.: площадь нетто, м² – 35 622; экспоненты, число компаний – 679; посетители, количество человек – 16 990; посетители-специалисты, количество человек – 15 121.
7	Международная специализированная	Новокузнецк, «Кузбас-	«Кузбасская Яр-	Выставка проводится 29 лет.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
	ная выставка технологий горных разработок «Уголь России и майнинг»	ская ярмарка», ВК	марка», ЗАО	Имеет почетные наименования Общероссийского рейтинга выставок: 1. Лучшая выставка России 2018–2019 гг. по тематике «Природные ресурсы. Горнодобывающая промышленность» во всех номинациях 2. Лучшая региональная выставка России 2018–2019 гг. по тематике «Природные ресурсы. Горнодобывающая промышленность» во всех номинациях 3. Лучшая региональная выставка 2018–2019 гг. по тематике «Природные ресурсы. Горнодобывающая промышленность» во всех номинациях – Сибирский федеральный округ России. Статистические параметры по данным аудита 2018 г.: площадь нетто, м² – 16 529; экспоненты, число компаний – 502; посетители, количество человек –

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
				17 750; посетители-специалисты, количество человек – 17 040; стран-участниц – 27.
8	Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо»	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	«Экспоцентр», АО	Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства проводится 28 лет. Место выставки в номинациях Общероссийского рейтинга выставок: Самая крупная выставка России 2018–2019 гг. по тематике «Продукты питания», в номинациях «Выставочная площадь», «Профессиональный интерес», «Охват рынка», «Продэкспо-2018». Статистические параметры по данным аудита 2018 г.: площадь нетто, м ² – 49 008; экспоненты, число компаний – 2387; посетители, количество человек – 61 971;

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
				посетители-специалисты, количество человек – 58 872; стран-участниц – 65.
9	Международная специализированная выставка «Оборудование, приборы и инструменты для металлообрабатывающей промышленности» («Металлообработка»)	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	«Экспоцентр», АО	21-я по счету выставка пройдет в 2021 г. Имеет почетные наименования Общероссийского рейтинга выставок: Лучшая выставка России 2018–2019 гг. по тематике «Машиностроение, металлообработка, станки, промышленное оборудование» во всех номинациях «Металлообработка-2019». Статистические параметры по данным аудита 2019 г.: площадь нетто, м ² – 42 385; экспоненты, число компаний – 1186; посетители, количество человек – 35 024; посетители-специалисты, количество человек – 32 648; стран-участниц – 33.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
10	Международная выставка «Медицинская техника, изделия медицинского назначения и расходные материалы» («Здравоохранение»)	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	«Экспоцентр», АО	В 2021 г. пройдет в 30-й раз. Является лучшей выставкой России по тематике «Медицина, здоровье, гигиена» в Общероссийском рейтинге выставок. Статистические параметры по данным аудита 2019 г.: площадь нетто, м ² – 12 054; экспоненты, число компаний – 698; посетители, количество человек – 28 250; посетители-специалисты, количество человек – 26 840; стран-участниц – 30.
11	Международная выставка «Мебель, фурнитура и обивочные материалы» («Мебель»)	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	«Экспоцентр», АО	Крупнейшая отраслевая выставка, главное событие мебельного рынка в России и Восточной Европе, собирает ведущие мировые бренды и производителей, дизайнеров и специалистов по интерьеру для демонстрации новых коллекций и лучших образцов мебельной моды, эф-

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
				фективного делового общения и развития бизнеса. Является лучшей выставкой России по тематике «Мебель для дома и офиса, оформление интерьера, предметы быта» в Общероссийском рейтинге выставок. Статистические параметры по данным аудита 2018 г.: площадь нетто, м² – 31 474; экспоненты, число компаний – 791; посетители, количество человек – 42 264; посетители-специалисты, количество человек – 37 615; стран-участниц – 28.
12	Международный военно-технический форум «Армия»	Московская область, Кубинка, КВЦ «Патриот»	«Международные конгрессы и выставки», ООО	Международный военно-технический форум «Армия» проводится с 2015 г. Является уникальной базовой платформой для демонстрации лучших достижений научно-технической мысли, воплощенных в современных и перспек-

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
				тивных образцах интеллектуального оружия, военной техники и технологий, в проектах в области строительства и материально-технического обеспечения, а также для предприятий, готовых выступить в линейке кооперации различных уровней в интересах оборонно-промышленного комплекса – крупнейшего потребителя современного высокотехнологичного производственного оборудования, материалов и комплектующих. Является лучшей выставкой России по тематике «Вооружение, военная техника» в Общероссийском рейтинге выставок (2018 г.). Статистические параметры по данным аудита 2020 г.: площадь нетто, м² – 116 555; экспоненты, число компаний – 944; стран-участниц – 20.

№	Название	Место проведения	Организатор	Характеристика мероприятия
13	Международный авиационный космический салон (МАКС)	Московская область, Жуковский, комплекс на базе аэродрома Летно-исследовательского института им. М. М. Громова	«Авиасалон», АО	Международный авиационно-космический салон (МАКС) проводится с 1993 г. Проходит под патронажем Президента РФ с его личным участием, а также с участием стран – партнеров России. Является лучшей выставкой России по тематике «Авиация, космос» в Общероссийском рейтинге выставок. Статистические параметры по данным аудита 2019 г.: площадь нетто, м² – 111 241; экспоненты, число компаний – 799; посетители, количество человек – 449 460; посетители-специалисты, количество человек – 94 390; стран-участниц – 30.