



Правительство  
Российской Федерации

**МИНИСТЕРСТВО  
ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
И ТОРГОВЛИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНПРОМТОРГ РОССИИ)**

Китайгородский пр., д. 7, Москва, 109074

Тел. (495) 539-21-66, (495) 539-21-87

Факс (495) 632-87-83

<http://www.minpromtorg.gov.ru>

*11.07.2013* № *Н2-8856/03*

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

**О подготовке проекта Концепции  
развития выставочно-ярмарочной  
и конгрессной деятельности  
в Российской Федерации**

Поручения Правительства  
Российской Федерации  
от 11.11.2011 № ВП-П13-7902  
от 02.02.2012 № ВЗ-П2-557

Минпромторг России во исполнение поручений Правительства Российской Федерации от 11.11.2011 № ВП-П13-7902 и от 02.02.2012 № ВЗ-П2-557 направляет проект концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (далее – проект Концепции).

Подготовленный проект Концепции согласован Минрегионом России и направляется при наличии разногласия с Минэкономразвития России по вопросу использования в проекте Концепции основных понятий государственно-частного партнерства (лист разногласий по проекту Концепции прилагается).

Приложение: на 49 л. в 1 экз.

Врио Министра

А.А. Тер-Арутюнова  
8(499) 346-05-37

Министерство промышленности и торговли  
Российской Федерации  
Копия электронного документа,  
подписанного электронной подписью  
**ВЕРНО**  
Административный департамент

Должность: *консультант*  
Ф.И.О. *Колычева С.В.*  
Дата: *11.07.2013* Подпись: *[подпись]*



Г.С. Никитин

Лист разногласий  
по проекту Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности  
в Российской Федерации

Проектом Концепции предусмотрено	Позиция Минэкономразвития России	Позиция Минпромторга России
<p><b>Пункт 2</b> <b>Основные понятия, используемые в Концепции:</b> <b>Подпункт 2.2.</b> <b>В сфере государственно-частного партнерства</b></p>	<p>В подпункте 2.2. пункта 2 проекта Концепции даются определения в сфере государственно-частного партнерства, а пунктом 5 Концепции определяются основные направления и принципы государственного частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.</p> <p>В настоящее время Государственной Думой Российской Федерации в первом чтении принят проект федерального закона «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации», в котором устанавливаются основные понятия в сфере государственно-частного партнерства.</p> <p>С учетом изложенного, а также того, что Концепция не является нормативно-правовым документом полагается целесообразным исключение подпункта 2.2 пункта 2 и закрепления в ней только основных направлений и принципов государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной</p>	<p>Подготовленный проект Концепции рассматривается как основополагающий документ, определяющий порядок действий по перспективному развитию выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и комплекс мер государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в субъектах Российской Федерации на принципах частного государственного партнерства.</p> <p>Основная цель Концепции состоит в формировании интегрированной системы взглядов на задачи, основные принципы организации, направления перспективного развития, систему координации и поддержки государством выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности с использованием механизмов государственно-частного партнерства.</p> <p>В этой связи с учетом задач, определенных поручениями Правительства Российской Федерации от 11.11.2011 № ВП-П13-7902 «О формировании в субъектах Российской Федерации выставочно-ярмарочной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства» и от 2.02.2012 № В3-П2-552 «Организация разработки концепции выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации», изложение в проекте Концепции основных</p>

	деятельности.	<p>понятий в сфере государственно-частного партнерства представляется принципиально важным и не противоречит действующему законодательству.</p> <p>В случае необходимости после принятия федерального закона «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации» основные понятия, используемые в Концепции в сфере государственно-частного партнерства, будут приведены в соответствие с принятым нормативно-правовым актом, согласно подпункту 2.2. пункта 2 проекта Концепции.</p>
--	---------------	---

Врио Министра промышленности и торговли  
Российской Федерации

Г.С. Никитин

**КОНЦЕПЦИЯ  
РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ И КОНГРЕССНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**1. Общие положения**

Настоящая Концепция определяет перспективы и основные направления развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации. Концепция направлена на развитие системы координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации, включая разработку комплекса мер в области государственной поддержки отечественных товаропроизводителей-участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, предпринимателей и потребителей, выставочных организаций и представителей всех сфер выставочно-ярмарочного и конгрессного бизнеса. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности нацелена на формирование выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, как современной отрасли, содействующей устойчивому социально-экономическому и инновационному развитию экономики Российской Федерации.

В рамках настоящей Концепции рассматриваются вопросы, связанные с повышением эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, в том числе на принципах государственно-частного партнерства, в интересах инновационного социально-экономического развития Российской Федерации.

**1.1. Цели Концепции**

Целями Концепции являются:

- комплексное развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации, как эффективного инструмента социально-экономической политики государства;
- содействие продвижению российских товаров и услуг на внутренние и внешние рынки;
- обеспечение занятости населения за счет создания новых рабочих мест в выставочно-ярмарочной и конгрессной индустрии;
- формирование положительного имиджа Российской Федерации в мире.

## **1.2. Задачи Концепции**

Задачами Концепции являются:

- создание современной индустрии выставочно-ярмарочных и конгрессных услуг, обеспечивающей интенсификацию социально-экономического развития Российской Федерации и отвечающей требованиям международных стандартов по техническому уровню и качеству выставочных услуг;
- формирование новых принципов государственной политики выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в России и за рубежом с использованием механизмов государственно-частного партнерства;
- обеспечение развития современной выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры в Российской Федерации в соответствии с потребностями экономики;
- содействие инновационному развитию территорий за счет эффективного включения выставочно-ярмарочных и конгрессных комплексов и сопутствующей инфраструктуры в деятельность территориальных, отраслевых и межотраслевых инновационных кластеров;
- разработка основных форм государственной поддержки и стимулирования участия российских производителей в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом - как одного из направлений содействия российскому экспорту.

## **2. Основные понятия, используемые в Концепции**

### **2.1. В сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности:**

Выставочно-ярмарочная деятельность - предпринимательская деятельность в сфере выставочных услуг, осуществляемая для содействия становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества.

Выставка [ярмарка] - выставочно-ярмарочное мероприятие, на котором демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит в четко установленные сроки и с определенной периодичностью.

Конгрессная деятельность - предпринимательская 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.

Конгрессные услуги - совокупность услуг, предоставляемых субъектами рынка конгрессных услуг заказчикам, организаторам и участникам конгрессных мероприятий.

Координация выставочно-ярмарочной деятельности - согласование и упорядочение выставочно-ярмарочной деятельности ее основными участниками на федеральном, региональном и местном уровнях.

Поддержка выставочно-ярмарочных мероприятий - совокупность мер, обеспечивающих официальную поддержку выставочно-ярмарочных мероприятий и содействие российским предпринимателям, товаропроизводителям и экспортерам в продвижении продукции, товаров и услуг на российском и зарубежных рынках.

Регулирование выставочно-ярмарочной деятельности - воздействие на выставочно-ярмарочную деятельность и всех ее участников принятием нормативных правовых актов для упорядочения процессов, происходящих в выставочно-ярмарочной деятельности, и действий участвующих в ней лиц.

Регулирование конгрессной деятельности - воздействие на конгрессную деятельность и ее субъектов, проводимое на основе нормативных правовых актов.

Управление выставочно-ярмарочной деятельностью - процесс выработки и осуществления управляющих воздействий на выставочно-ярмарочную деятельность.

Эффективность выставочно-ярмарочной деятельности - результативность проведения выставочно-ярмарочных мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта к затратам.

## **2.2. В сфере государственно-частного партнерства:**

Основные понятия в сфере государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации носят описательный характер и требуют дальнейшей корректировки и гармонизации с Федеральным законом «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации» после его промульгации.

Государственно-частное партнерство – долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество публичного и частного партнеров, направленное на реализацию проектов государственно-частного партнерства, в целях достижения задач социально-экономического развития публично-правовых образований, повышения уровня

доступности и качества публичных услуг, достигаемое посредством разделения рисков и привлечения частных ресурсов.

Проект государственно-частного партнерства – проект, реализующийся при взаимодействии публичного и частного партнеров, с помощью которого публичный партнер получает возможность в большем объеме и более качественно выполнить возложенные на него действующим законодательством обязанности, а частный партнер на условиях распределения рисков привлекает собственные и (или) привлеченные денежные средства и компетенции и выполняет возложенные на него соглашением о государственно-частном партнерстве функции.

Объект соглашения о государственно-частном партнерстве – недвижимое имущество, движимое имущество, или недвижимое и движимое имущество, технологически связанное между собой, создаваемое, в том числе путем строительства, реконструируемое, модернизируемое и (или) эксплуатируемое в соответствии с соглашением о государственно-частном партнерстве.

Соглашение о государственно-частном партнерстве – договор, заключаемый между публичным и частным партнерами, регулирующий отношения по реализации проекта государственно-частного партнерства и устанавливающий совокупность прав и обязанностей публичного и частного партнеров.

Концессионное соглашение – один из видов соглашений о государственно-частном партнерстве, заключаемый в соответствии с Федеральным законом от 21 июля 2005 г. №115-ФЗ "О концессионных соглашениях".

Публичный партнер – действующие самостоятельно или совместно Российская Федерация, субъекты Российской Федерации, муниципальные образования в лице уполномоченного органа власти. На стороне публичного партнера может участвовать уполномоченное юридическое лицо, более пятидесяти процентов акций или долей в уставном капитале которого в совокупности принадлежат Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию либо уполномоченное юридическое лицо, имущество которого принадлежит на праве собственности Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию.

Частный партнер – российское или иностранное юридическое лицо, а также их объединения, действующие без образования юридического лица, являющиеся стороной соглашения о государственно-частном партнерстве, которое в соответствующем порядке

признано победителем конкурса на право заключения соглашения о государственно-частном партнерстве или определено в ином порядке, предусмотренном действующим законодательством.

Публичные услуги в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности – услуги, оказываемые публичным партнером частному партнеру в рамках реализации проектов государственно-частного партнерства в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Финансирующая организация – привлеченное частным партнером российское или иностранное юридическое лицо, а также объединение юридических лиц, действующее без образования юридического лица, предоставившее денежные средства, иное имущество для финансирования проекта государственно-частного партнерства, осуществляемого на основании соглашения о государственно-частном партнерстве.

### **2.2.1. Классификация выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий**

Классификация выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, а также их организаторов представлена в Приложении 1.

## **3. Состояние выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и основные показатели ее развития**

### **3.1. Состояние выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность создает условия для реализации целей и задач Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. №2227-р., направленных на увеличение доли предприятий промышленного производства, осуществляющих технологические инновации, в общем количестве предприятий промышленного производства; увеличение доли России на мировых рынках высокотехнологичных товаров и услуг; увеличение доли экспорта российских высокотехнологичных товаров в общем мировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров.

В настоящее время выставочно-ярмарочные и конгрессные мероприятия обеспечивают мобильность рынка, создают необходимое информационное поле, формируют значительные финансовые потоки, а также приносят дополнительный доход



в бюджеты всех уровней. Конгрессы, выставки и ярмарки являются связующим звеном между внутренними и международными рынками и способствуют расширению и диверсификации промышленного и высокотехнологичного экспорта, привлечению иностранных инвестиций для реализации инвестиционных проектов российских организаций.

Конгрессная деятельность, включая сопровождающие ее деловой и событийный туризм – наиболее динамично развивающаяся и высоко rentable отрасль мировой экономики.

В качестве основных инструментов реализации политики инновационного развития на региональном уровне выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность реализует конкурентный потенциал территорий и формирующихся инновационных высокотехнологичных кластеров, расширяя доступ к инновациям, технологиям, ноу-хау, специализированным услугам, совместным кооперационным проектам.

Важным аспектом выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности является ее социально-экономическая направленность, обеспечивающая повышение деловой активности в регионах, развитие региональных экономик, эффективное рыночное позиционирование территорий, создание новых рабочих мест и постоянную занятость населения в инфраструктуре региона.

По экспертным оценкам, бюджетная эффективность проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий складывается из многих показателей, среди которых: денежные поступления от аренды площадей, оборудования, грузоперевозок; издательской и полиграфической деятельности, проживания участников и гостей мероприятий, организации питания в кафе и ресторанах, проезда на транспорте, услуг связи, организации экскурсий и т.д., что влечет за собой увеличение налоговых поступлений в бюджеты регионов и в консолидированный бюджет Российской Федерации. Значительный суммарный торгово-экономический эффект дают сделки купли-продажи товаров, услуг и технологий, заключаемые на национальных и международных выставках и ярмарках, проводимых в России.

### **3.2. Основные характеристики выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации**

Ежегодно в выставках принимают участие около 140 тысяч российских экспонентов и около 20 тысяч зарубежных компаний. По количеству выставочных площадей лидирует

г. Москва, на которую приходится около 62%, на втором месте находится г. Санкт – Петербург-11% площадей, на долю остальных регионов России приходится около 27%.

За последние 6 лет произошло удвоение числа региональных выставочных центров. В настоящее время в стране создано и работают 38 выставочных комплексов общей закрытой выставочной площадью около 800 тыс.кв.м. В частности, введено в эксплуатацию 6 новых выставочных комплексов. В их числе: ВК «Сибирь» (г.Красноярск), ГУП «Москва» на ВВЦ, «Петрокоммерц» (г.Санкт-Петербург), ЦМТ (г.Краснодар). 8 комплексов созданы с участием торгово-промышленных палат (торгово-промышленная палата Российской Федерации - ЦВК «Экспоцентр» и ОАО «ЦМТ», Белгородская торгово-промышленная палата - ООО «Белэкспоцентр», торгово-промышленная палата Республики Мордовия - ООО «Мордовэкспоцентр», а также с участием Иркутской, Вятской торгово-промышленных палат, торгово-промышленная палата Республики Коми). Объем российского рынка выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, согласно различным экспертным оценкам, составляет сегодня около 1,3–1,5 млрд.долл. США.

Вместе с тем, обеспеченность регионов выставочно-ярмарочными площадями недостаточна. В настоящее время свою заинтересованность в развитии материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности подтвердили 49 администраций субъектов Российской Федерации.

Например, для сравнения, в Германии для проведения специализированных выставочных мероприятий используются 22 выставочных комплекса общей площадью 2 750 000 кв.м. В Италии совокупная площадь используемых выставочных центров составляет более 2 млн.кв.м., в Китае – более 6 млн.кв.м.

Для экономического развития регионов России очень важно расширение специализированных выставочных, и, особенно, конгрессных площадей, соответствующих мировому уровню. Согласно экспертным оценкам, ежегодно в мире проходит порядка 40 миллионов конгрессных мероприятий, участие в которых принимает около 2 миллиардов человек. Общая годовая выручка рынка составляет более 800 млрд евро (по данным Всемирной ассоциации организаторов конгрессов International Congress and Convention Association (ICCA) за 2010 год)<sup>1</sup>. Считается, что

---

<sup>1</sup> По данным ICCA, *Statistics Report 2001-2010*

индустрия деловых встреч приносит, по крайней мере, крупным городам, в четыре раза больше средств, чем организация каких-либо других массовых мероприятий. Доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий за последние 10 лет снизилась почти в 2 раза и составляет менее 1 %.

В первой пятерке стран-лидеров по проведению на своей территории конгрессов и конференций – США, Германия, Испания, Италия, Великобритания. Среди ведущих городов – Вена, Барселона, Париж, Берлин. В 2011 году г. Москва находился на 100 месте, а г. Санкт-Петербург - на 119 месте.

### **3.3. Современные проблемы развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

В выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации имеется ряд нерешенных проблем:

- действующая нормативная правовая база не в полном объеме регулирует вопросы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и требует совершенствования действующих и разработки дополнительных нормативных правовых актов;
- материально-техническая база выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности недостаточно развита и не в полной мере соответствует международным требованиям;
- отсутствует эффективная система координации и государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- не развита целенаправленная работа по обеспечению участия России в тендерах на право организации и проведения международных конгрессных мероприятий;
- не разработана единая методика определения социально-экономической и бюджетной эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- недостаточно широко применяется система проверки статистических показателей выставочных мероприятий (выставочный аудит), являющейся частью мировой системы выставочного аудита;
- отсутствии официальной статистики по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- требует дополнительного совершенствования таможенного администрирования перемещения выставочных грузов через границу Российской Федерации;
- требуется развития многоуровневой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

#### **4. Нормативная правовая база выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

В Российской Федерации, на федеральном уровне, развитие и управление выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельностью осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, а также нормативными правовыми документами органов государственной власти Российской Федерации.

##### **4.1. Характеристика существующей нормативной правовой базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

Нормативное правовое регулирование выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации осуществляется комплексом федеральных законов и нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации, регламентирующих отдельные стороны и элементы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

К международным документам, регуливающим выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, участницей которых является Российская Федерация, относятся:

- Конвенция о международных выставках (Париж, 22 ноября 1928 г.);
- Соглашение с государствами-участниками СНГ «О развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств» от 26 мая 1995 г.;

- Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами – членами Организации Договора о коллективной безопасности (г. Душанбе, 6 октября 2007 г.);
- Концепция рекламно-выставочной деятельности в области военно-экономического сотрудничества государств – членов Организации Договора о коллективной безопасности (г. Бишкек, 6 октября 2011 г.);
- Таможенная конвенция о карнете А.Т.А. (Admission Temporaire - Temporary Admission) для временного ввоза товаров (Брюссель, 6 декабря 1990 г.);
- Конвенция о временном ввозе (Стамбул, 26 июня 1990 г.);
- двусторонние соглашения Российской Федерации о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве с иностранными государствами, содержащие отдельные положения, касающиеся выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Ряд федеральных органов исполнительной власти (Минобрнауки России, Минздрав России, Минприроды России, Минпромторг России, Минкомсвязь России, Минспорт России, ФСВТС России, Роскосмос и др.) сформировали ведомственную нормативную правовую базу проведения соответствующих отраслевых выставок.

Участие российских организаций в выставках продукции военного назначения регулируется законодательством Российской Федерации в области военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами (далее – ВТС). Полномочия по контролю и надзору за рекламно-выставочной деятельностью в области ВТС осуществляет ФСВТС России.

Действуют также соглашения о сотрудничестве между территориальными торгово-промышленными палатами России и иностранными палатами, а также партнерскими организациями за рубежом, в которых содержатся статьи о сотрудничестве в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Ряд нормативных документов по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, в частности концепций и программ развития, подготовлен в субъектах Российской Федерации (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Нижегородская обл., Тверская обл., Костромская обл., Самарская обл., Мурманская обл., республики Карелия и Чувашия и др.).

В целом, нормативное правовое регулирование в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности значительно отстает от других отраслей по степени нормативной обеспеченности. Прежде всего, отсутствует федеральный закон о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Международный опыт нормативного правового обеспечения выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности свидетельствует о целесообразности внесения изменений и дополнений в действующие законодательные и нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, а также о необходимости разработки федерального закона, определяющего принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка в Российской Федерации.

#### **4.2. Направления совершенствования нормативной правовой базы в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

Систему нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности целесообразно привести в соответствие со сложившейся в Российской Федерации иерархией и структурой нормативных правовых документов, регулирующих деятельность основных отраслей экономики. Ее основой должен стать базовый федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», комплекс национальных стандартов, регламентирующих требования к качеству и безопасности предоставляемых выставочно-ярмарочных и конгрессных услуг, федеральные целевые программы, стратегии и концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Региональные нормативные документы, регламентирующие и отражающие специфику выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в отдельных субъектах Российской Федерации, должны включать в себя законы, нормативные акты органов исполнительной власти, стратегии, концепции, программы развития и поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности субъектов Российской Федерации.

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

Отдельный блок в системе нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности могут составить нормативные документы

добровольного применения, разрабатываемые профессиональными объединениями предпринимателей, отдельными хозяйствующими субъектами. Сюда входят: корпоративные кодексы, стандарты организаций, правила добровольной сертификации и другие подобные документы.

Кроме того, анализ разделов действующего в Российской Федерации национального стандарта ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» на соответствие международным нормам показал, что основные положения стандарта гармонизированы с содержанием ISO 25639-1: 2008 «Выставки, шоу, ярмарки и конвенции» часть 1: Словарь. В тоже время содержание национального стандарта ориентировано на отечественную экономику и содержит ряд положений, детализирующих и расширяющих понятия, приведенные в международном стандарте.

За период действия национального стандарта ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» приняты изменения к классификаторам технико-экономической информации, утверждены новые национальные стандарты и приняты изменения к ряду законов и постановлений. Данное обстоятельство дает основание актуализировать настоящий стандарт.

Кроме того, содержание национального стандарта ГОСТ Р 53103-2008 ориентировано на терминологию, но не адаптировано к ведению выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, не дает возможности выставочному сообществу оценивать качество и безопасность выставочных мероприятий и услуг. При этом, не применяется одна из функций стандартизации, предусмотренная законом «О техническом регулировании» – развитие добросовестной конкуренции среди участников рынка.

В целях решения данной проблемы необходимо разработать ряд национальных стандартов для сферы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности. Первыми из этой серии стандартов должны быть: ГОСТ Р «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения» и ГОСТ Р «Деятельность выставочно-ярмарочная. Общие требования».

Анализ соответствия национального стандарта ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения» положениям второго международного стандарта ISO 25639-2: 2008 «Выставки, шоу, ярмарки и конвенции» часть 2: Процедуры измерения в статистических целях» показал, что в нем отсутствуют международные нормы по оценке и измерению параметров в статистических целях. Отсюда можно сделать вывод,

что два международных стандарта могут быть признаны в качестве национальных после проведения процедуры их адаптации.

Анализ Федерального закона от 21 июля 2005 г. №115-ФЗ "О концессионных соглашениях" выявил противоправность заключения концессионных соглашений в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, т.к. согласно Федеральному закону объекты выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности не относятся к объектам концессионного соглашения. С учетом вышеизложенного, представляется целесообразным внесение дополнений в действующий Федеральный закон "О концессионных соглашениях", в части касающейся закрепления объектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, как объектов концессионного соглашения.

В связи с отсутствием в настоящее время ряда элементов предлагаемой системы необходимо:

- провести анализ действующих нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, в том числе в части налогообложения; таможенного оформления; арендной платы за землю с выставочно-ярмарочных и конгрессных комплексов и т.д. По результатам анализа подготовить предложения по внесению изменений и дополнений в действующие нормативные правовые акты;
- разработать Концепцию федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации»;
- разработать проект федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации»;
- разработать федеральную целевую программу «Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на период до 2020 года»;
- перевести в статус национальных стандартов международные стандарты, разработанные ТК/ИСО (ПК) 237 «Выставочная терминология»;
- разработать комплекс стандартов, регламентирующих основные положения, общие требования, методы контроля для сферы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Основными положениями проекта федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» должны быть:



- разделение компетенций в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности между федеральными органами исполнительной власти и органами власти субъектов РФ;

- порядок и формы осуществления государственной поддержки участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- регламентация взаимодействия органов государственной власти с профессиональными объединениями предпринимателей в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- координация проведения выставок, ярмарок и конгрессов как на национальном, так и на международном уровне;

- гарантии при инвестировании в строительство выставочно-ярмарочных и конгрессных объектов.

Перспективная модель нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации представлена в Приложении 2.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части формирования нормативной правовой базы приведена в Плане мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

## **5. Государственная координация и поддержка выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на принципах государственно-частного партнерства**

Одним из приоритетных направлений развития выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры межгосударственного, национального, регионального и муниципального значения должно стать использование механизмов и разнообразных форм государственно-частного партнерства в Российской Федерации.

Планируемое существенное повышение доли частного капитала в программах социально-экономического развития невозможно без использования опыта развитых стран. Новейший опыт международного сообщества по развитию государственно-частного партнерства заслуживает внимательного изучения и может быть успешно адаптирован к особенностям каждой отдельной отрасли экономики.

Практическая ориентация и комплексность интересов участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности позволяют сформировать пилотные программы и отдельные проекты для реальной практики масштабного внедрения инновационных механизмов государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

Соглашение о государственно-частном партнерстве в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности заключается с целью распределения рисков и обеспечения высокой и эффективной реализации проектов.

Государственно-частное партнерство в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации может быть основано на принципах:

- равноправного характера взаимоотношений сторон соглашения о государственно-частном партнерстве;
- соответствие цели государственно-частного партнерства стратегическим интересам инновационного социально-экономического развития Российской Федерации;
- баланс интересов частного и публичного партнеров;
- добросовестного исполнения сторонами обязательств по соглашению о государственно-частном партнерстве;
- справедливого распределения рисков и обязательств между сторонами соглашения о государственно-частном партнерстве и компенсации затрат;
- свободы заключения соглашений о государственно-частном партнерстве;
- применения конкурентных процедур при заключении соглашений о государственно-частном партнерстве;
- открытости и прозрачности отношений государственно-частного партнерства.

В Российской Федерации реализация проектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на принципах государственно-частного партнерства может осуществляться на основе законодательства субъектов Российской Федерации о государственно-частном партнерстве. При этом оплата публичных услуг, оказываемых частным партнером в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, может осуществляться в соответствии с законодательством субъектов Российской Федерации о государственно-частном партнерстве:

- лицом, которому оказывается публичная услуга;

- публичным партнером;
- на паритетных началах публичным партнером и лицом, которому оказывается публичная услуга.

В рамках соглашений государственно-частного партнерства при реализации проектов государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности могут применяться различные схемы и механизмы взаимодействия, а также распределения функций и полномочий между публичным партнером и частным партнером, эффективность которых подтверждается международной практикой (Приложение 3) <sup>2</sup>. Схемы и механизмы взаимодействия носят описательный характер и требуют дальнейшей корректировки и гармонизации с Федеральным законом «Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации» после его промульгации.

В рамках реализации Концепции будут также разработаны и другие схемы и механизмы взаимодействия, а также распределения функций и полномочий между публичным партнером и частным партнером, соответствующие законодательству Российской Федерации, субъектов Российской Федерации или нормативным правовым актам муниципальных образований о государственно-частном партнерстве.

### **5.1. Координация выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности со стороны государства**

Развитие рыночных процессов, а также необходимость закрепления позитивных структурных изменений в экономике, научно-техническом и технологическом обновлении отечественного производства требуют корректировки существующей системы координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, а также оптимизации механизмов взаимодействия субъектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, товаропроизводителей - участников выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

Участниками системы координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации являются федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, Торгово-

---

<sup>2</sup> *Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства. Издание Организации Объединенных Наций, Нью-Йорк и Женева, 2008*

промышленная палата Российской Федерации, территориальные торгово-промышленные палаты, Российский союз выставок и ярмарок, выставочные сообщества и общественные объединения.

Одной из наиболее оптимальных форм взаимодействия органов государственной власти Российской Федерации, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций и структур выставочного бизнеса является государственно-частное партнерство.

Опираясь на практику и потребности субъектов Российской Федерации в области использования форм и механизмов государственно-частного партнерства необходимо:

- разработать положение о государственно-частном партнерстве в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации;
- инициировать разработку проекта федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», содержащего, в том числе, положения о государственно-частном партнерстве в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Большая часть необходимых норм о государственно-частном партнерстве не может быть принята на уровне субъекта Российской Федерации/муниципального образования, поскольку эти нормы относятся к гражданскому законодательству, находящемуся в ведении Российской Федерации.

Отсутствие в законодательстве субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, необходимых норм, регулирующих государственно-частное партнерство, существенным образом ухудшает привлекательность проектов для потенциальных инвесторов. Такие проекты на региональном уровне могут осуществляться только при существенной бюджетной поддержке со стороны субъекта Российской Федерации/муниципального образования.

Механизмы государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности наиболее эффективно могут быть реализованы в форме концессионных соглашений и арендных договоров по управлению объектами инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, включая возможность создания совместных предприятий для выполнения государственных и муниципальных заказов.

## **5.2 Координация участия отечественных товаропроизводителей и экспортеров в зарубежных выставках и всемирных выставках "ЭКСПО"**

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.

Координация со стороны государства должна быть направлена на поддержку субъектов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и товаропроизводителей - участников выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий проводимых за рубежом, в том числе во всемирных выставках Экспо и должна содействовать обеспечению условий для повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей в условиях Всемирной торговой организации, расширению сбыта их продукции на внешних рынках.

Формирование в Российской Федерации одного из мировых центров выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности является стратегической задачей на перспективу. Одним из важных шагов в этом направлении может стать проведение в Российской Федерации универсальной выставки "ЭКСПО". Участие Российской Федерации в конкурсах на право проведения универсальной выставки "ЭКСПО" базируется на долгосрочном плане по укреплению партнерских отношений с международным сообществом. Является составной частью Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, поскольку открывает дополнительные инвестиционные и инновационные возможности как для страны в целом, так и для конкретных регионов и городов.

## **6. Приоритетные направления развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности**

К приоритетным направлениям развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности можно отнести:

- совершенствование нормативного правового регулирования;
- развитие материально-технической базы;
- повышение экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и увеличение на этой основе поступлений финансовых средств в федеральный, региональные и местные бюджеты Российской Федерации;

- совершенствование механизмов координации, стимулирования участия российских предприятий, особенно малого и среднего бизнеса, в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом;
- организация системы профессиональной подготовки кадров и стимулирование развития научно-технических исследований в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- развитие механизмов участия России во всемирных выставках ЭКСПО и борьбы за право организации ЭКСПО в России;
- развитие и реализация механизмов и форм государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Следует отметить, что развитие и координация выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности должны осуществляться в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, что в значительной степени будет способствовать формированию Евразийского экономического союза.

## **7. Ожидаемые результаты (целевые индикаторы)**

Ожидаемыми результатами Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности являются:

- рациональное распределение в регионах России современных выставочно-ярмарочных и конгрессных центров, позволяющих проводить мероприятия на уровне мировых стандартов (индикаторы – вклад в ВВП региона, коэффициент использования выставочных площадей, количество кв.м. выставочных площадей на 1 жителя региона);
- формирование в окружных, межрегиональных, региональных и муниципальных центрах, обладающих выставочно-ярмарочными и конгрессными комплексами, сопутствующей инфраструктуры (гостиницы, транспортные сети, рестораны и т.п.) (индикатор «Инфраструктура» – объем соответствующих услуг, приведенных к 1 кв.м. выставочных площадей);
- обеспечение условий свободной, равной и добросовестной конкуренции

- в выставочной сфере (индикатор «Конкуренция» - количество участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, динамика количества участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности);
- увеличение объема и диверсификация структуры российского промышленного высокотехнологичного экспорта (индикатор «Диверсификация» – увеличение доли продукции с высокой степенью добавленной стоимости);
  - организация в России выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий мирового значения (индикатор «Международный» – рост числа международных выставок, ярмарок и конгрессов, проводимых на территории России);
  - активизация участия российских компаний и организаций в зарубежных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за счет увеличения объема бюджетного финансирования выставочной программы федеральных органов исполнительной власти (индикатор – «Зарубежный» - рост числа российских экспозиций, частично финансируемых за счет средств федерального бюджета);
  - развитие профессиональных кадров (индикатор «Кадры» – доля специалистов, работающих в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации).

## **8. Заключение**

Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность является одним из важных инструментов активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, способствует привлечению иностранных инвестиций, внедрению высокотехнологических производств, укреплению экономического потенциала нашей страны. На современном этапе экономических преобразований в Российской Федерации выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность превратилась в значимый, динамично развивающийся сегмент рынка.

В качестве основных инструментов реализации политики инновационного развития на региональном уровне выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность реализует конкурентный потенциал территорий и формирующихся инновационных

высокотехнологичных кластеров, расширяя доступ к инновациям, технологиям, ноу-хау, специализированным услугам, совместным кооперационным проектам. Важным аспектом выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности является ее социально-экономическая направленность, обеспечивающая повышение деловой активности в регионах, развитие региональных экономик, эффективное рыночное позиционирование территорий, создание новых рабочих мест и постоянную занятость населения в инфраструктуре региона.

Вместе с тем следует отметить, что обеспеченность регионов выставочно-ярмарочными площадями недостаточна. Более 70 процентов существующих выставочно-ярмарочных комплексов расположены в г. Москва и г. Санкт-Петербург. В настоящее время свою заинтересованность в развитии материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности подтвердили 49 администраций субъектов Российской Федерации.

У выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности имеется значительный потенциал, который многократно возрастет в случае осуществления координации и оказания поддержки со стороны государства. В связи с этим развитие этой сферы деятельности в России может стать важным элементом структурной перестройки и технологической модернизации экономики страны. Вместе с тем, большая часть выставочно-ярмарочных и конгрессных комплексов не отвечает мировым стандартам. Значительный физический и моральный износ материально-технической базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, отсутствие выставочно-ярмарочных и конгрессных площадей соответствующего качества являются препятствием для организации полномасштабных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на уровне современных требований.

Для создания современной индустрии выставочно-ярмарочных и конгрессных услуг, обеспечивающую интенсификацию социально-экономического развития Российской Федерации и отвечающую требованиям международных стандартов по техническому уровню и качеству выставочных услуг, необходимо развивать инфраструктуру выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, реконструировать и модернизировать устаревшие объекты инфраструктуры, строить новые выставочно-ярмарочные и конгрессные площади, отвечающие мировым стандартам, и самое главное активно и рационально их использовать с получением максимальной прибыли.



Государственная политика в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности должна быть направлена на координацию работы федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, системы ТПП РФ, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций, структур выставочного бизнеса с целью оказания организационной, финансовой и информационной поддержки российским товаропроизводителям при участии в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях в России и за рубежом.

На современном этапе развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности требуется формирование и совершенствование ее нормативной правовой базы, обеспечивающей равные условия конкуренции всем ее участникам и включающей, в первую очередь, правовые акты в области государственно-частного партнерства. Международный опыт и отечественные научно-исследовательские работы по изучению нормативного правового обеспечения выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности свидетельствуют о целесообразности внесения изменений и дополнений в действующие законодательные и нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, а также о необходимости разработки федерального закона, определяющего принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка в Российской Федерации, и подкрепленного развитой системой национальных стандартов, региональных законов, а также нормативных документов добровольного применения, разрабатываемых самими участниками выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Развитие организационных, информационных и финансовых форм государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, а также стимулирование участия российских организаций в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом, обеспечит в условиях жесткой конкуренции на мировом рынке эффективное содействие российскому экспорту и импортозамещению, позволит укрепить имидж Российской Федерации, сформировать доверие к качеству продукции, сделанной в России, к деловой репутации российских производителей.

## Приложение 1

### Классификация выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий

В соответствии с мировой практикой выставки/ярмарки/конгрессы принято классифицировать по пяти основным признакам:

- по географическому составу экспонентов (в зависимости от того, какие страны/регионы они представляют);
- по тематическому (отраслевому) признаку;
- по значимости мероприятия для экономики города/региона/страны;
- по территориальному признаку (на территории какой страны проводится выставочно-ярмарочные и конгрессные мероприятия);
- по времени функционирования (в зависимости от продолжительности работы).

Классификация выставок/ярмарок/конгрессов по географическому составу экспонентов:

- всемирные (международные выставки, на которых страны демонстрируют свои достижения в области экономики, науки, техники и культуры) – в частности, к таким выставкам относятся всемирные универсальные выставки «ЭКСПО»;
- международные (характеризуются участием в них фирм из разных стран, число иностранных участников должно составлять не менее 10% от общего числа экспонентов посещением официальных делегаций иностранных государств, выставочно-ярмарочное и конгрессное оборудование и предоставляемый набор услуг должны соответствовать международным стандартам);
- с международным участием (с числом иностранных участников менее 10% от общего числа участников);
- национальные (с участием фирм отдельно взятой страны);
- межрегиональные (демонстрирующие продукцию и услуги производителей из нескольких регионов);
- местные (региональные) – с участием фирм только из того города/региона, где проводится выставка/ярмарка/конгресс.

Классификация выставок/ярмарок/конгрессов по отраслевому (тематическому) признаку:

В соответствии с отраслевой принадлежностью выставленных экспонатов выставки/ярмарки/конгрессы подразделяются на:

- универсальные;
- специализированные (многоотраслевые и отраслевые).

Классификация выставок/ярмарок/конгрессов по значимости мероприятия:

- выставки федерального значения (имеющие значение для страны в целом);
- выставки межрегионального значения (имеющие значение для нескольких регионов страны);
- выставки регионального значения (имеющие значение только для одного региона);
- выставки местного значения (имеющие значение для города, области).

Классификация выставок/ярмарок/конгрессов по территориальному признаку  
(в зависимости от того, на территории какой страны проводится выставочное мероприятие):

- выставки, проводимые внутри страны;
- выставки, проводимые на территории других стран.

Классификация выставок/ярмарок/конгрессов по времени функционирования  
(в зависимости от продолжительности работы):

- постоянно действующие (0,5-1 год и более);
- временные (0,5-5 месяцев);
- краткосрочные (от 1-5 дней до 0,5 месяца).

**Классификация организаторов выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий**

Организаторами выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий могут выступать:

- федеральные органы исполнительной власти и органы исполнительной власти субъектов Федерации;
- органы местного самоуправления;
- выставочные организации;
- торгово-промышленные палаты (ТПП) – ТПП Российской Федерации и региональные ТПП;
- ассоциации (межрегиональные ассоциации экономического взаимодействия субъектов Федерации, а также отраслевые);

прочие организации различных форм собственности, для которых организация выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий не является основной деятельностью.

## Перспективная модель нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации



**Перспективные схемы и механизмы государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации**

**«Приобретение-строительство-эксплуатация»:**

- публичный партнер предоставляет частному партнеру имущество, находящееся в собственности публичного партнера, на условиях соглашения, согласно которому имущество должно быть модернизировано и эксплуатироваться частным партнером определенный период времени, публичным партнером осуществляется государственный контроль на протяжении срока действия соглашения о передаче имущества;

**«Строительство-владение-эксплуатация»:**

- частный партнер финансирует, строит, владеет и эксплуатирует сооружение в целях осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности или на законном основании оказывает услуги, связанные с выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельностью, публичным партнером осуществляется государственный контроль выполнения условий соглашения о государственно-частном партнерстве;

**«Строительство-владение-эксплуатация-передача»:**

- частный партнер получает франшизу, обеспечивает финансирование, модернизацию, эксплуатацию в целях осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (включая взимание платы за использование) недвижимого и (или) движимого имущества публичного партнера на определяемый соглашением о государственно-частном партнерстве период, по истечении которого имущество возвращается публичному партнеру;

**«Строительство-эксплуатация-передача»:**

- частный партнер осуществляет создание и (или) реконструкцию и (или) модернизацию, последующее техническое обслуживание и (или) эксплуатацию в целях осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности объекта соглашения о государственно-частном партнерстве в течение определенного срока и передает право собственности на объект соглашения публичному партнеру в сроки, порядке и на условиях, определенных соглашением;

«Строительство-аренда-эксплуатация-передача»:

- частный партнер получает франшизу, обеспечивает финансирование, проектирование, строительство и эксплуатацию имущества, арендуемого у публичного партнера, в целях ведения выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в период аренды, в течение которого частный партнер производит арендные платежи публичному партнеру;

«Проектирование-строительство-финансирование-эксплуатация»:

- частный партнер обеспечивает финансирование, проектирование, строительство и эксплуатацию в целях ведения выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности нового имущества на основе договора долгосрочной аренды, по окончании которого новое имущество передается публичному партнеру;

«Участие в финансировании»:

- частный партнер участвует в финансировании проекта государственно-частного партнерства в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности напрямую или посредством различных механизмов реализации инвестиционных проектов;

«Проектирование-строительство»:

- частный партнер обеспечивает проектирование и строительство объектов инфраструктуры обеспечения выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности публичного партнера ресурсами, отпускаемыми по установленной стоимости и в соответствии с установленными нормами, риски перерасхода принимает на себя частный партнер.

«Право на эксплуатацию»:

- частный партнер получает право использования имущества, находящегося в собственности публичного партнера, для предоставления общественных услуг в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, в соответствии с законодательством субъектов Российской Федерации о государственно-частном партнерстве.

**План мероприятий  
по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной  
деятельности в Российской Федерации**

Реализация мероприятий развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации должна осуществляться по шести основным направлениям:

1. Совершенствование нормативного правового регулирования.
2. Развитие материально-технической базы и инфраструктуры.
3. Государственная поддержка выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на принципах государственно-частного партнерства.
4. Совершенствование механизмов координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и стимулирования участия российских предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях.
5. Информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.
6. Профессиональная подготовка кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

**1. Мероприятия по совершенствованию нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации** выполняются в соответствие со сложившейся в Российской Федерации иерархией и структурой нормативных правовых документов, регулирующих деятельность основных отраслей экономики:

- федеральный уровень – проект федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации»; нормативные правовые акты Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, федеральных министерств и ведомств в области регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности; федеральная целевая программа развития (государственная программа) выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;



- документы добровольного применения национального уровня - классификаторы технико-экономической информации; международные стандарты, адаптированные к условиям России; национальные стандарты в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности; правила, методики, положения, регламентирующие деятельность в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации;

- региональный уровень – проекты региональных законов, нормативных правовых актов органов исполнительной власти, стратегии, концепции, программы в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в субъектах Российской Федерации;

- документы добровольного применения регионального уровня - правила, методики, положения, регламентирующие выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность, добровольные региональные системы сертификации;

- уровень местного самоуправления - акты органов местного самоуправления, муниципальные программы, стратегии, концепции в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- уровень профессиональных объединений предпринимателей и саморегулируемых организаций – кодексы, правила добровольной сертификации, стандарты организации;

- уровень хозяйствующих субъектов - стандарты организации, инструкции, положения.

Необходимо:

- провести мониторинг нормативно-правовых актов Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти, в части касающейся координации вопросов выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, подготовить предложения по совершенствованию;

- разработать проект федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации», определяющий методы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого рынка выставочно-ярмарочных и конгрессных услуг в Российской Федерации.

Основой системы нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности должен стать федеральный закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации».

Разработка и принятие новых нормативных правовых актов, корректировка действующей нормативной базы регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации должны сопровождаться проведением научно-исследовательских работ, направленных на уточнение основных правовых проблем и оптимальных путей их решения, систематическом мониторинге практики применения действующих нормативных правовых актов.

Совершенствование нормативного правового регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации предусматривает этапность в реализации, которая представлена в таблице 1.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части совершенствования нормативного правового регулирования (Таблица 1)

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
1.	Провести анализ действующих нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность (в сфере налогового, таможенного, концессионного, патентного законодательства, регулирования земельных отношений, охраны промышленной собственности и др.). По результатам анализа подготовить предложения по внесению изменений и дополнений в действующие нормативные правовые акты		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минфин России ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	IV квартал 2013 г.
2	Разработка концепции Федерального закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в России»		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России;	I-II кварталы 2014 г.

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
			ТПП России; РСВЯ	
3.	Разработка проекта Федерального Закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в России»		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	III- IV кварталы 2014 г.
4.	Разработка государственной программы (Федеральной целевой программы) «Развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на период до 2020 г.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2015 г.
5.	Разработка элементов системы технического регулирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности включающая:		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 г.
5.1	Формирование комплекса национальных стандартов, гармонизированных с международными: - внесение изменений и дополнений в национальный стандарт ГОСТ Р 53103-2008 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения»;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.2	- внесение изменений и дополнений в национальный стандарт ГОСТ Р 53524-2009 «Конгрессная деятельность. Термины и определения»;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.3	- адаптация национального		Минпромторг	1

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
	стандарта ISO 25639-1 (2008-11-15) Выставки, шоу, ярмарки и конвенции —Часть 1: Словарь, к международным нормам;		России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	полугодие 2014 г.
5.4	- адаптация национального стандарта ISO 25639-2 (2008-11-15) Выставки, шоу, ярмарки и конвенции — Часть 2: Процедуры измерения в статистических целях, к международным нормам		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.5	- разработка национального стандарта «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность. Основные положения»;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.6	-разработка национального стандарта «Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность. Общие требования»		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.7	- разработка национального стандарта «Порядок, организация и проведение выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий»;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.8	- разработка национального стандарта «Выставочно-ярмарочная деятельность. Порядок проведения и организации международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий»;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
5.9	- разработка		Минпромторг	1

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
	профессиональных стандартов «Требования к профессиональным компетенциям специалистов, работающих в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности».		России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	полугодие 2014 г.
6.	Разработка предложений по защите прав экспонентов на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации, демонстрируемые на выставочно-ярмарочных мероприятиях		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минюст России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.
7.	Подготовка предложений по организации Национального Конгрессного Бюро Российской Федерации с целью формирования положительного имиджа Российской Федерации как центра мировой конгрессной индустрии, содействия развитию рынка конгрессных услуг, в том числе посредством сотрудничества между исполнительными органами государственной власти Российской Федерации и участниками рынка конгрессных услуг.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 г.

**2. Мероприятия по развитию материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации** должны осуществляться на принципах государственно-частного партнерства в форме концессионных соглашений и арендных договоров по управлению объектами инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, включая возможность создания совместных предприятий для выполнения государственных и муниципальных заказов.

Мероприятия по развитию материально-технической базы и инфраструктуры

выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации предусматривают следующую этапность:

- подготовка предложений по формированию в субъектах Российской Федерации выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства;
- подготовка предложений по использованию имеющихся и создаваемых выставочных площадей для продвижения инновационных проектов на территории особых экономических зон и технопарков;
- разработка методики экономического анализа, оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на федеральном и региональном уровнях;
- определение потребностей субъектов Российской Федерации в развитии (строительство, реконструкция, модернизация) материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли с учетом разработанной методики экономического анализа, оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, производственного ресурса и потенциала региона, а также наличия развитых логистических сетей;
- разработка требований по составу и содержанию необходимого пакета проектной документации для рассмотрения возможности и целесообразности государственной финансовой поддержки развития (строительство, реконструкция, модернизация) материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в субъекте Российской Федерации, включающего: характеристики, описание проводимых выставочных мероприятий, экономико-финансовые показатели, расчет прибыли и убытков за предшествующий год, общую оценку финансового состояния объекта инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (далее – Объекта), потребность в финансировании текущей деятельности, бюджетной эффективности Объекта за предшествующий год, проект развития Объекта с экономико-финансовыми показателями, план ввода дополнительных мощностей, план-график инвестиций, оценку экономического эффекта от реформирования выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и перспективы развития Объекта и т.д..

При этом государственная финансовая поддержка развития (строительство, реконструкция, модернизация) материально-технической базы и инфраструктуры

выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в субъекте Российской Федерации должна осуществляться на принципах государственно-частного партнерства и в рамках инвестиционного проекта, включающего ряд мероприятий, связанных с инвестиционной деятельностью и состоящий из прединвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной фаз.

Прединвестиционная фаза - фаза инвестиционного проекта, на которой определяются:

- инвестиционные возможности;
- оценка технико-экономического обоснования по проекту;
- анализ альтернативных вариантов проекта;
- предварительный выбор проекта;
- схема финансирования.

Частный партнер должен представить полную подтвержденную информацию о своих финансовых, технических и организационных возможностях и технико-экономическое обоснование по проекту, которое должно быть подготовлено в соответствии с общепринятыми международными стандартами и стандартами, принятыми в Российской Федерации.

Инвестиционная фаза - фаза инвестиционного проекта, на которой проводятся:

- установление правовой, финансовой и организационной основ для осуществления проекта;
- приобретение и передача технологий, включая основные проектные работы;
- детальная проработка и заключение контрактов с поставщиками и потребителями;
- приобретения земли;
- строительные работы и установка оборудования;
- предпроизводственный маркетинг;
- набор и обучение персонала;
- сдача в эксплуатацию и пуск объекта.

Эксплуатационная фаза - фаза инвестиционного проекта, на которой начинается реализация услуг и возврат средств на вложенные инвестиции.

Этапность, сроки реализации, участники и координатор реализации мероприятий по развитию материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации представлены в таблице 2.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части развития материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (Таблица 2)

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
1.	Подготовка предложений по формированию в субъектах Российской Федерации выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры на принципах государственно-частного партнерства.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года
2	Разработка рекомендаций по активизации использования имеющихся (созданию) выставочных площадей для продвижения инновационных проектов на территории особых экономических зон и технопарков.		Минэкономразвития России; Минпромторг России; Минрегион России; ФСВТС России; ОАО «ОЭЗ»; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года
3.	Разработка методики экономического анализа, оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на федеральном и региональном уровнях.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года
4.	Определение потребностей субъектов Российской Федерации в развитии (строительство, реконструкция, модернизация) материально-технической базы и инфраструктуры		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ Минпромторг	2 полугодие 2014 года



	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
	выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли.		России;	
5.	Разработка требований по составу и содержанию необходимого пакета проектной документации для рассмотрения возможности и целесообразности государственной финансовой поддержки развития (строительство, реконструкция, модернизация) материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в субъекте Российской Федерации.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года

**3. Мероприятия по государственной поддержке выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации на принципах государственно-частного партнерства разделяются на следующие формы:**

- организационные;
- информационные;
- финансовые:
  - в форме финансовой поддержки участия российских организаций в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях;
  - в форме софинансирования развития (модернизации, реконструкции) материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на принципах государственно-частного партнерства;
  - в форме финансовой поддержки выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий.

**Решение об оказании организационной поддержки выставочно-ярмарочным и конгрессным мероприятиям, проводимым на территории Российской Федерации, принимается Межведомственной Комиссией по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности на основании предложений федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, ТПП РФ, Российского Союза выставок и ярмарок, отраслевых ассоциаций.**

Организационная поддержка со стороны федеральных органов исполнительной власти оказывается выставочно-ярмарочным и конгрессным мероприятиям, имеющим приоритетное значение для развития отрасли, региона или Российской Федерации в целом.

В свою очередь, принятие решения об оказании организационной поддержки российским участникам выставочно-ярмарочного и конгрессных мероприятий, проводимых за рубежом, должно основываться на предложениях федеральных органов исполнительной власти и ведомств, принимающих участие в организации российских экспозиций на выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом (Минпромторга России, Минэкономразвития России, Минфина России, Минобрнауки России, МИДа России и других); органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации; торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах и посольств Российской Федерации в соответствующих государствах. При этом принимаются во внимание предложения ТПП РФ, Российского союза выставок и ярмарок, отраслевых и межрегиональных ассоциаций, союзов экспортеров, выставочных центров и организаций.

Отбираются, как правило, крупнейшие международные выставки и ярмарки, носящие многопрофильный характер и демонстрирующие новейшие достижения промышленности и науки, а также имеющие приоритетное значение для России с точки зрения продвижения отечественной экспортной продукции на международный рынок.

Необходимо учитывать, что организационная поддержка выставочно-ярмарочного и конгрессного мероприятия тесно связана с информационной поддержкой и может выражаться:

- в оказании содействия со стороны федеральных органов исполнительной власти в привлечении российских организаций - участников к участию в выставках (ярмарках);

- в формировании организационного комитета - исполнительной дирекции, подготовке распоряжения Правительства Российской Федерации для подготовки наиболее значимых выставочно-ярмарочных мероприятий с целью координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, повышения уровня мероприятия, придания ему статуса государственной поддержки;

- в оказании содействия со стороны торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах и посольств Российской Федерации в иностранных государствах, зарубежных представительств Торгово-промышленной палаты Российской Федерации организации Российских экспозиций за рубежом, а так же привлечению иностранных фирм и организаций к участию в международных выставках, ярмарках и конгрессах на территории Российской Федерации.

**Мероприятия по информационной поддержке** включают в себя оказание содействия в продвижении информации о поддерживаемом выставочно-ярмарочном и конгрессном мероприятии на межрегиональный и федеральный уровень, в том числе в федеральные министерства и ведомства, Торгово-промышленную палату Российской Федерации, отраслевые комитеты, территориальные торгово-промышленные палаты и т.п.

**Мероприятия по финансовой поддержке выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий и финансовой поддержке участия российских организаций в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях** координируются федеральным органом исполнительной власти, на который Правительством Российской Федерации непосредственно возложена координация работы федеральных органов исполнительной власти и организаций в области выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и за рубежом, ежегодно готовит предложения с целью предусмотреть в проекте федерального бюджета Российской Федерации на очередной год финансовые средства на развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Межведомственная Комиссия по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности рассматривает и утверждает подготовленный вышеуказанным федеральным органом исполнительной власти совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти, организациями и ведомствами перечень выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на очередной год, на которых планируются российские экспозиции с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета.

Финансовая поддержка участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях осуществляется в пределах средств, предусматриваемых как в федеральном бюджете Российской Федерации, так и в бюджетах субъектов Российской Федерации, а также за счет привлечения внебюджетных средств участников и спонсоров выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Финансовая поддержка мероприятий может осуществляться в следующих видах:

- частичная компенсация затрат организатора или участника мероприятия на условиях субвенции или субсидии;
- оплата работ и услуг организатора мероприятия;
- оплата агентского вознаграждения организатору мероприятия.

Общий объем софинансирования мероприятия устанавливается в зависимости от размеров экспозиционных площадей, стоимости аренды и категории экспозиционной площади, числа участников мероприятия, необходимого стендового оборудования, расходов на его аренду, монтаж и транспортировку, доставку экспонатов, художественного оформления и других факторов и подтверждается расчетом сметы затрат на его проведение и др.

В случае отсутствия полной информации о финансовых условиях проведения мероприятия смета затрат может составляться на основании фактических затрат на проведенные ранее аналогичные мероприятия.

Предложения для включения в перечень выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на очередной год, на которых планируются российские экспозиции с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета должны содержать:

- полное название выставочно-ярмарочного или конгрессного мероприятия;
- плановые сроки и место проведения;
- наименование организатора мероприятия;
- необходимые виды поддержки;
- предельный объем финансово-ресурсного обеспечения;
- состав расходов на проведение мероприятия;
- плановое соотношение объемов бюджетного и привлеченного финансирования;

- основание для включения мероприятия в перечень выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- обоснование целесообразности участия в мероприятии (проведения мероприятия).

Для совершенствования существующих норм государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (таблица 3) необходимо:

- разработать методику и определить критерии отбора выставочно-ярмарочных мероприятий для присвоения им статуса – “выставка федерального значения”;
- определить формы, методы и направления государственной поддержки выставок федерального значения.

Этапность, сроки реализации, участники и координатор реализации мероприятий по совершенствованию существующих норм государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации представлены в таблице 3.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части совершенствования существующих норм государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (Таблица 3)

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
1.	Разработка методики и определение критериев отбора выставочно-ярмарочных мероприятий для присвоения им статуса – “выставка федерального значения”;		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года
2	Определение форм, методов и направлений государственной поддержки выставок федерального значения.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года

**Совершенствование механизмов координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и стимулирования участия российских предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях включает:**

- разработку механизмов координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, торгово-промышленных палат, отраслевых союзов и ассоциаций, выставочных объединений, общественных организаций и профессиональных структур выставочного бизнеса в области организации и проведения приоритетных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий в России;

- подготовку предложений по повышению эффективности использования Российских национальных выставок, проводимых за рубежом, как особого инструмента продвижения бренда «Сделано в России»;

- разработку критериев отбора проводимых за рубежом выставочных мероприятий, приоритетных с точки зрения формирования на них единых российских экспозиций или поддержки участия в них отдельных российских организаций.

Этапность, сроки реализации, участники и координатор реализации мероприятий по совершенствованию механизмов координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и стимулированию участия российских предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях представлены в таблице 4.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части совершенствования механизмов координации выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и стимулированию участия российских предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях (Таблица 4)

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
1.	Разработка механизмов координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Федерации, торгово-промышленных палат, отраслевых союзов и ассоциаций, выставочных объединений, общественных		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
	организаций и профессиональных структур выставочного бизнеса в области организации и проведения приоритетных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий в России.			
2	Подготовка предложений по повышению эффективности использования Российских национальных выставок, проводимых за рубежом, как особого инструмента продвижения бренда «Сделано в России»		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года
3.	Разработка критериев отбора проводимых за рубежом выставочных мероприятий, приоритетных с точки зрения формирования на них единых российских экспозиций или поддержки участия в них отдельных российских организаций.		Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	1 полугодие 2014 года

**4. Информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности** включает в себя разработку общероссийской информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Информационная система должна обеспечить учет выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, их организаторов, состояния материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Функционирование информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации должно обеспечиваться:

- информационными ресурсами Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и ее зарубежных представительств;
- Единым порталом внешнеэкономической информации Минэкономразвития России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационными

ресурсами торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах;

- информационными возможностями межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия субъектов Федерации, отраслевых ассоциаций и союзов экспортеров;

- информационными возможностями федеральных органов исполнительной власти (Минпромторга России, Минэкономразвития России и другими федеральными органами исполнительной власти).

Информационная система позволит организовать информационное обеспечение российских товаропроизводителей - потенциальных участников выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий - по широкому спектру представляющих практический интерес вопросов, в том числе, с использованием международной сети Интернет и средств массовой информации.

Данная система должна будет охватывать как подготовку и проведение выставок, ярмарок и конгрессов на территории Российской Федерации, так и содействие участию российских организаций в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом.

Торгово-промышленная палата Российской Федерации располагает оптимальной организационной структурой и развитыми компетенциями для разработки, наполнения и обеспечения функционирования общероссийской информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

#### **5. Мероприятия по подготовке кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.**

Для обеспечения активного развития выставочно-ярмарочной и конгрессной отрасли в Российской Федерации необходима достаточная обеспеченность профессиональными кадрами высокой квалификации. Реализация мероприятий по подготовке кадров и повышению квалификации специалистов и участников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности должна осуществляться по следующим направлениям:

- возможность получения профильного образования всех уровней в учебных заведениях Российской Федерации;



- регулярное прохождение работников отрасли курсов повышения квалификации;
- организация системного курсового обучения экспонентов и потенциальных экспонентов эффективному участию в выставках, как важнейшему инструменту маркетинга;
- участие в конференциях, семинарах, круглых столах;
- 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 в отрасли.

Этапность, сроки реализации, участники и координатор реализации мероприятий по подготовке кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации представлены в таблице 5.

Программа мероприятий по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации в части подготовки кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации (Таблица 5)

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
1.	Разработка предложений по оптимизации возможностей получения профильного образования всех уровней в учебных заведениях Российской Федерации;		Минобрнауки России; Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года
2	Разработка предложений по обеспечению возможностей регулярного прохождения работников отрасли курсов повышения квалификации.		Минобрнауки России; Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года

	Мероприятия	Координатор мероприятия	Участники мероприятия	Срок исполнения
3.	Разработка предложений по организации системного курсового обучения экспонентов и потенциальных экспонентов эффективному участию в выставках, как важнейшему инструменту маркетинга.		Минобрнауки России; Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года
4.	Формирование базы современной отечественной и иностранной учебно-методической литературы, освещающей актуальные вопросы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.		Минобрнауки России; Минпромторг России; Минэкономразвития России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года
5.	Разработка мотивирующих механизмов для вовлечения работников выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в научно-методическую и исследовательскую работу в отрасли		Минобрнауки России; Минпромторг России; Минэкономразвития России; Минрегион России; ФСВТС России; ТПП России; РСВЯ	2 полугодие 2014 года