



Российский союз промышленников и предпринимателей  
Основан в 1991 году

# КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ИНДУСТРИЯ РОССИИ. ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ЗАДАЧИ СОТРУДНИЧЕСТВА С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ И ОТРАСЛЕВЫМИ АССОЦИАЦИЯМИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПРОДУКЦИИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ РЫНКИ

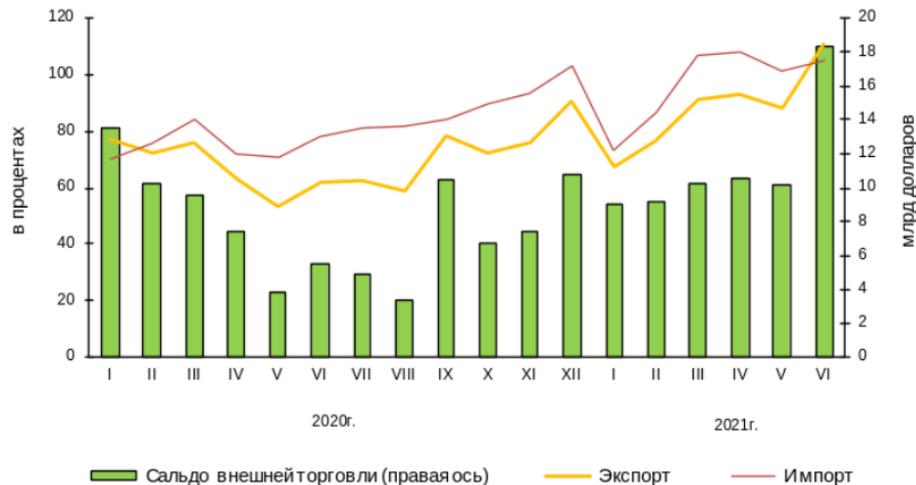
*Расширенное заседание Комитета РСПП  
по выставочной деятельности 09 декабря 2021*

*Алексеев Сергей Павлович  
Вице-президент ООО «ЭФ-Интернэшнл»,  
вице-президент Российского Союза выставок и ярмарок,  
почетный президент UFI (Всемирной выставочной ассоциации)*

### О внешней торговле в I полугодии 2021 года

В I полугодии 2021 г. внешнеторговый оборот России составил, по данным Банка России, 349,9 млрд долларов США (129,8% к I полугодью 2020 г.), в том числе экспорт – 208,7 млрд долларов (130,6%), импорт – 141,2 млрд долларов (128,6%). Сальдо торгового баланса оставалось положительным, 67,5 млрд долларов США (в I полугодии 2020 г. – положительное, 50,0 млрд долларов).

**Динамика экспорта и импорта Российской Федерации**  
 в % к декабрю 2019 года





## Экспорт важнейших товаров<sup>1)</sup>

	I полугодие 2021 г.			В том числе июнь 2021 г.		Справочно I полугодие 2020 г.	
	млн долларов США	в % к I полуго- дию 2020 г.	в % к итогу	млн долларов США	в % к маю 2021 г.	в % к I полуго- дию 2019 г.	в % к итогу
<b>Экспорт</b>	<b>208747</b>	<b>128,7</b>	<b>100</b>	<b>42999</b>	<b>122,2</b>	<b>78,5</b>	<b>100</b>
из него: топливно-энергети- ческие товары	<b>112220</b>	125,2	53,8	24073	122,7	66,8	55,3
из них: нефть сырая, включая газовый конденсат природный	<b>47633</b>	121,5	22,8	10905	122,9	65,7	24,2
газ природный	<b>20010</b>	172,9	9,6	3556	111,6	50,0	7,1
металлы и изделия из них	22269	137,2	10,7	4669	125,0	84,3	10,0
из них: черные металлы и изделия из них	13551	136,3	6,5	2798	125,9	87,6	6,1
цветные металлы и изделия из них	8190	143,3	3,9	1772	124,2	79,0	3,5
машины, оборудование и транспортные средства	13592	134,6	6,5	2423	91,4	86,3	6,2



продукция химической промышленности, каучук	15996	141,8	7,7	3215	111,1	87,4	7,0
из них:							
удобрения минеральные азотные	1602	139,2	0,8	360	147,3	82,8	0,7
удобрения минеральные калийные	1273	164,7	0,6	261	100,6	76,2	0,5
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	7483	127,6	3,6	1626	118,3	91,3	3,6
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	15189	119,9	7,3	2473	116,9	119,5	7,8
из них злаки	4457	124,4	2,1	659	153,7	115,0	2,2

*1) Здесь и далее, по данным ФТС России, включая сведения о взаимной торговле с государствами-членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС).  
Информация представлена по состоянию на 9 августа 2021 года.*

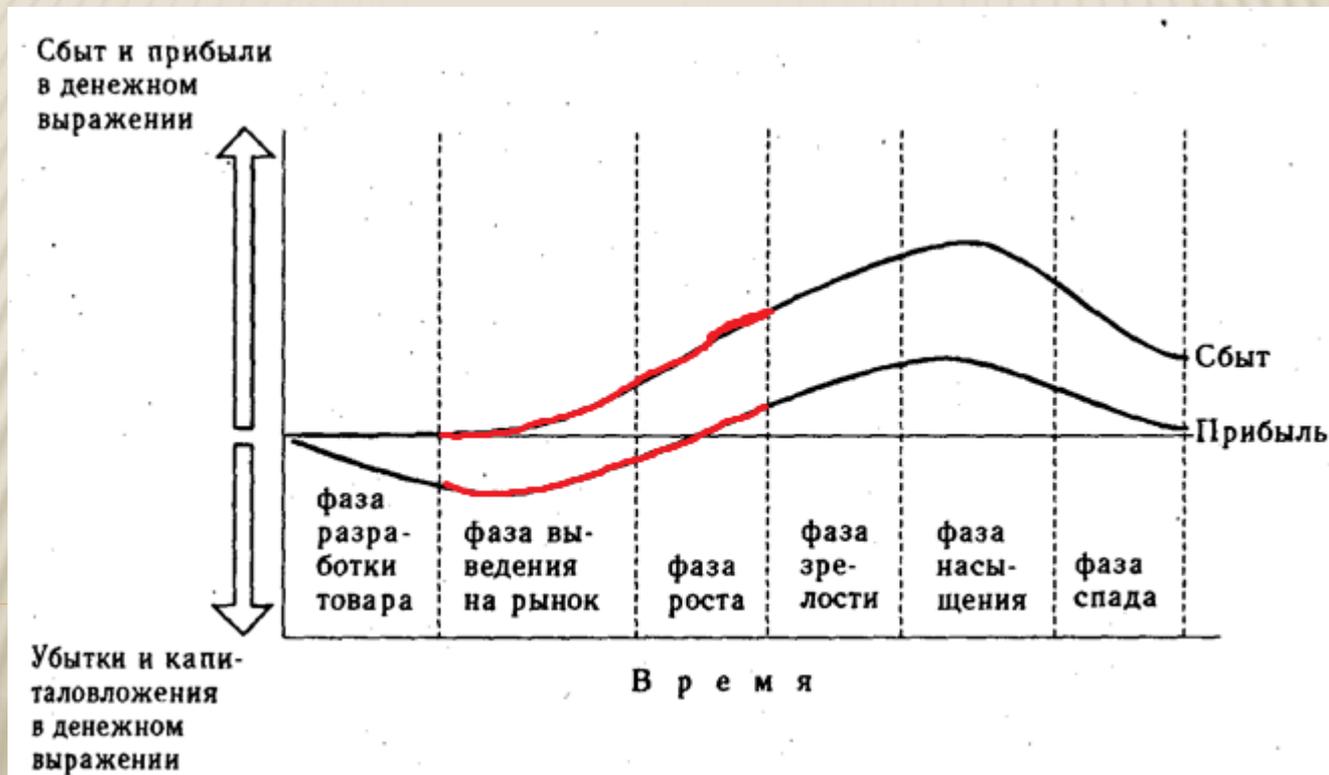


## Импорт важнейших товаров

	I полугодие 2021 г.			В том числе июнь 2021 г.		Справочно I полугодие 2020 г.	
	млн долларов США	в % к I полугодю 2020 г.	в % к итогу	млн долларов США	в % к маю 2021 г.	в % к I полугодю 2019 г.	в % к итогу
<b>Импорт</b>	<b>136604</b>	<b>129,0</b>	<b>100</b>	<b>24796</b>	<b>103,0</b>	<b>93,7</b>	<b>100</b>
из него: машины, оборудование и транспортные средства	<b>67565</b>	138,9	49,5	12110	101,3	93,8	45,9
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье для их производства	<b>16437</b>	112,7	12,0	2983	105,7	98,6	13,8
продукция химической промышленности, каучук	24908	122,0	18,2	4379	99,8	94,8	19,3



## Жизненный цикл товара



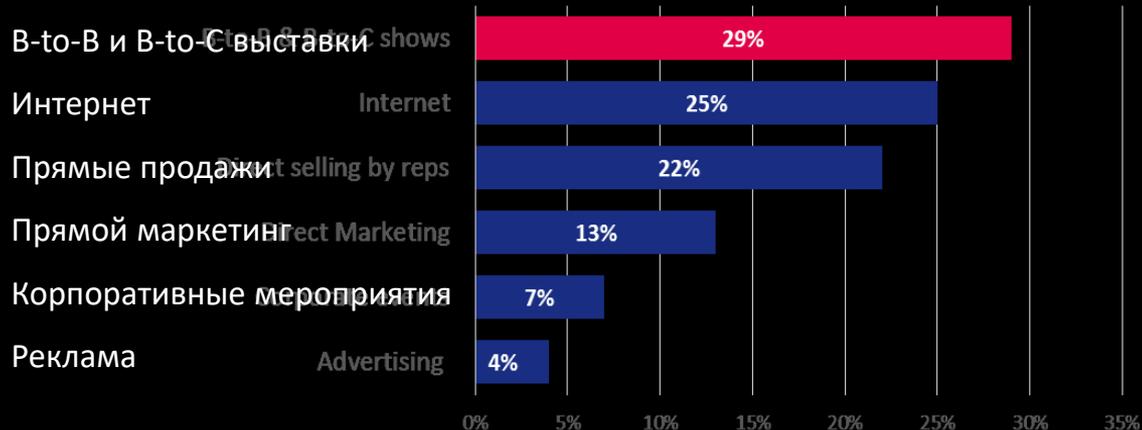


Для реализации маркетинговых целей организации используют различные инструменты.

Решающим в выборе инструмента является анализ эффективности каждого из них.

Оценка эффективности средств коммуникации для решения маркетинговых задач приведена в графике:

### Media ranking by cost efficiency



Источник: результаты исследования, проведенного UNIMEV (Франция) в 2014-2015 гг

**СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ИТОГОВ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАТОРОВ ВЫСТАВОК-ЧЛЕНОВ РСВЯ ПО ОТРАСЛЕВЫМ**

**ТЕМАТИКАМ**

Наименование тематик	Кол-во выставок	Выставочная площадь (кв.м)					Количество экспонентов				Количество посетителей		
		Арендованная			Специальные экспозиции	НЕТО	отечественные	иностранные	ВСЕГО	количество стран-участниц	отечественные	иностранные	ВСЕГО
		отечественными экспонентами	иностранными экспонентами	ВСЕГО									
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
A.01. Товары народного потребления и ярмарки	85	32749	695	33444	883	34327	5490	138	5628	18	1455225	11	1455236
A.02. Ярмарки технических товаров	2	3728	639	4367	437	4804	298	81	379	12	11582	385	11967
B.01. Сельское хозяйство	22	103435	9424	112859	44327	157186	3465	477	3942	34	233546	1285	234831
B.02. Садоводство. Ландшафтный дизайн, цветы	27	21366	2885	24251	2537	26788	2000	244	2244	34	248076	542	248618
B.03. Пищевая промышленность, напитки и табак, торговое, холодильное и выставочное оборудование	37	92519	41057	133576	6593	140169	5296	2674	7970	94	390230	14822	405052
B.04. Гостиничный и ресторанный бизнес	5	742	25	767	193	960	128	3	131	4	6449	29	6478
B.05. Текстиль, одежда, обувь, кожа	33	66521	51861	118382	5753	124135	5169	2854	8023	57	310764	30920	341684
B.06. Ювелирная и часовая отрасль	26	57415	897	58312	1052	59364	5631	48	5679	18	285492	14358	299850
B.07. Детский мир. Товары для детей	9	20036	3899	23935	2958	26893	945	220	1165	34	87527	910	88437
B.08. Строительство, отделочные материалы и комплектация	49	85160	32083	117243	7165	124408	4822	1542	6364	47	324134	13985	338119
B.09. Мебель для дома и офиса, оформление интерьера, предметы быта	7	27480	5888	33368	669	34037	846	263	1109	30	87108	3149	90257
B.10. Безопасность, пожарная безопасность, охрана труда	11	27203	7242	34445	5070	39515	1191	378	1569	24	78382	3847	82229
B.11. Медицина, здоровье, гигиена, соцподдержка	46	40112	13539	53651	8472	62123	3443	811	4254	51	257791	5925	263716
B.12. Индустрия красоты, косметика, парфюмерия	15	7763	107	7870	5646	13516	1352	16	1368	11	90832	104	90936
B.13. Защита окружающей среды, очистка, коммунальные службы	13	7934	920	8854	648	9502	599	64	663	22	39265	644	39909
B.14. Туризм, спорт, отдых, хобби	32	37601	12739	50340	5897	56237	3738	971	4709	71	250747	6920	257667
B.15. Зоомир, товары для животных. Ветеринария	17	6081	102	6183	27322	33505	775	13	788	8	167071	663	167734
B.16. Бизнес-услуги (аудиторские и консалтинговые услуги, банковские, инвестиционные, кредитные, страховые услуги)	3	1425	16	1441	866	2307	281	3	284	2	16786		16786
B.17. Недвижимость, продажа и аренда	8	6590	94	6684	942	7626	564	9	573	6	68347	31	68378
B.18. Реклама, дизайн	4	9850	598	10448	1268	11716	428	65	493	19	28928	1088	30016
B.19. Книжки, издательское дело	2	2675	308	2983	280	3263	315	38	353	12	24710	1300	26010
B.20. Полиграфия, Упаковка. Этикетка.	3	11929	7075	19004	48	19052	574	436	1010	19	41137	6649	47786

Наименование тематик	Кол-во выставок	Выставочная площадь (кв.м)					Количество экспонентов				Количество посетителей		
		Арендованная			Специальные экспозиции	НЕТО	отечественные	иностранные	ВСЕГО	количество стран-участниц	отечественные	иностранные	ВСЕГО
		отечественными экспонентами	иностранными экспонентами	ВСЕГО									
<b>В.21. Транспорт, доставка грузов, склад, логистика</b>	10	35448	9107	44555	2096	46651	671	323	994	32	60309	3551	63860
<b>В.22. Автомобили, вело-, мототехника</b>	6	22268	16297	38565	501	39066	901	1173	2074	39	83833	9262	93095
<b>В.23. Информация и связь</b>	2	2875	3419	6294	1015	7309	168	248	416	15	13150	750	13900
<b>В.24. Высокие технологии. Наука. Инновации</b>	10	12561	2067	14628	2200	16828	816	195	1011	26	49344	1254	50598
<b>В.25. Авиация и космос</b>	1	83921	12385	96306	14935	111241	622	181	803	33	428440	32250	460690
<b>В.26. Вооружение, военная техника</b>	1	38766	1252	40018	50224	90242	1215	101	1316	15	446000		446000
<b>В.27. Нефть и газ</b>	15	39291	8576	47867	1296	49163	1786	422	2208	34	72547	2838	75385
<b>В.28. Энергетика</b>	15	8803	873	9676	1206	10882	713	80	793	22	42894	454	43348
<b>В.29. Химия. Пластмассы и резина</b>	11	15877	17397	33274	18	33292	884	1150	2034	47	67031	4511	71542
<b>В.30. Оптика. Оптическая промышленность</b>	2	8212	591	8803		8803	209	29	238	11	6283		6283
<b>В.31. Машиностроение, механизмы, станки, оборудование. Металлургия, сварка</b>	25	58510	34993	93503	4621	98124	2528	1747	4275	46	128978	5338	134316
<b>В.32. Природные ресурсы. Горнодобывающая промышленность</b>	5	23278	6682	29960	45	30005	776	403	1179	34	49732	1510	51242
<b>В.33. Кораблестроение, катера и яхты</b>	2	15156	4361	19517	433	19950	529	267	796	26	43228	2236	45464
<b>В.34. Электроника и электротехника, измерительное оборудование, приборы и комплектующие</b>	12	23507	12779	36286	1605	37891	1170	650	1820	44	69120	4038	73158
<b>В.35. Лес и деревообработка</b>	5	21474	8785	30259	669	30928	621	300	921	33	25437	639	26076
<b>В.36. Религия, ритуальные услуги</b>	19	14695	2339	17034	7601	24635	2788	397	3185	20	483720	250	483970
<b>В.37. Образование и карьера</b>	13	26167	1500	27667	6313	33980	1102	51	1153	51	296582	4015	300597
<b>В.38. Культура, искусство и антиквариат. Творчество, поделки, сувениры</b>	24	18589	1109	19698	3362	23060	2671	84	2755	25	173635	1549	175184
<b>В.39. Индустрия праздника (Свадебный мир, Новый год, Рождество)</b>	8	3795	103	3898	215	4113	761	17	778	7	140293		140293
<b>С. Национальные выставки</b>	2	1534	4358	5892		5892	82	333	415	5	9167	243	9410
<b>Итого</b>	<b>644</b>	<b>1145041</b>	<b>341066</b>	<b>1486107</b>	<b>227381</b>	<b>1713488</b>	<b>68363</b>	<b>19499</b>	<b>87862</b>	<b>119</b>	<b>7193852</b>	<b>182255</b>	<b>7376107</b>



## Что мешает развитию рынка конгрессно-выставочных услуг

- Отсутствие государственных программ продвижения отечественных брендов, товаров и услуг
- Отсутствие государственного участия в реконструкции и строительстве новых выставочных площадок
- Несовершенная законодательная база и визовый режим
- Много выставок одинаковой тематики
- Отсутствие четкой системы координации и поддержки со стороны производителей товаров и услуг
- Воровство брендов и концепций, ложная статистика, непрофессиональная организация, излишняя концентрация конгрессно-выставочной деятельности в Центре
- Ограничения из-за пандемии Covid-19

*Выставки и конгрессы являются одним из самых эффективных инструментов продвижения товаров и услуг на рынке*



## Взаимодействие с ассоциациями

Результаты исследования РСВЯ выявили положительную тенденцию к расширению сотрудничества.

Возросло количество российских организаторов выставок, сотрудничающих с отраслевыми объединениями федерального и регионального значения.

Наибольшую активность в сотрудничестве с отраслевыми ассоциациями проявляют ЗАО «ЭКСПОЦЕНТР» (Москва), ООО «ЭФ-Интернэшнл» (Санкт-Петербург), ООО «Евроэкспо» (Москва), ООО «Экспо-Волга» (Самара), ОАО «Сибэкспоцентр» (Иркутск), ООО «Хайв-Экспо Интернэшнл», Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности, ВК «Кузбасская ярмарка», ООО «Мирэкспо» и др.



## РСВЯ разработаны Рекомендации для членов РСВЯ по системному взаимодействию с отраслевыми ассоциациями и Схема такого взаимодействия.





## Возможные пути решения проблем

- Для налаживания эффективного сотрудничества в выставочной сфере в России необходимо **создание единого координирующего центра** между органами власти, бизнесом в лице отраслевых союзов и выставочными компаниями. Функциями данного органа должны стать формирование единой программы реализации задач и координация деятельности.
- Ещё одним важным условием является **необходимость формирования плана ключевых для экономики каждого региона выставок**, которые бы максимально эффективно демонстрировали его промышленные и экспортные возможности, для чего разработана территориально-отраслевая матрица развития конгрессно-выставочной деятельности.
- **Установление лидирующей роли отраслевых ассоциаций** в построении плана ведущих торгово-промышленных выставок, определении мест их проведения.
- **Изменение структуры РСВЯ**, для этого при поддержке Министерства промышленности и торговли РФ в состав РСВЯ должны войти представители всех заинтересованных отраслевых ассоциаций товаропроизводителей РФ. При этом подразумевается обязательное включение представителей отраслевых объединений в состав Президиума РСВЯ.
- Отраслевым объединениям необходимо включаться в работу по **популяризации выставки как эффективного инструмента демонстрации производственно-технического потенциала предприятий, продвижения продукции.**
- Выставочный аудит



## Общие выводы

Как действовать в данной ситуации? В этой связи, проанализировав предложения членов Союза, хотелось бы выделить следующее:

1. Ключевым моментом использования выставочной и конгрессной деятельности для достижения целей продвижения отечественной продукции является консолидация усилий органов власти, торгово-промышленных палат, отраслевых объединений и выставочных организаций.
2. В целях содействия импортозамещению важно развивать выставки и наращивать отечественное участие, прежде всего, в выставках тематик, связанных со стратегически важными отраслями, отраслями с высоким уровнем зависимости от импорта, и отраслями, в которых уже сегодня имеется возможность перестроить деятельность предприятий и работать по импортозамещению. Прежде всего, это сферы машиностроения, металлургии, безопасности, информации и связи, продовольственного обеспечения, и другие.

Нам необходимо принимать практические меры, касающиеся того, каким образом выставки могут повлиять на развитие отечественного производства.



## Общие выводы

3. Отраслевым министерствам и ведомствам важно оказывать организационную и информационную поддержку российским выставочным мероприятиям, продвигающим продукцию секторов экономики, обозначенных в программе импортозамещения Минпромторга России, финансовую поддержку российским предприятиям, участвующим в таких мероприятиях и производящим импортозамещающую продукцию.
4. Необходимо направить в практическое русло работу по реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ. В основе этого документа лежит базовая задача по развитию материально-технической базы выставочной индустрии, целенаправленной работе по созданию закона «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ».



## Общие выводы

5. Необходимо установить лидирующую роль отраслевых объединений. Для нас, выставочников, взаимодействие с отраслевыми союзами и ассоциациями очень важно. Только отраслевики могут определить, какие выставки нужны отрасли, в какие сроки их целесообразно проводить. Большинство членов РСВЯ имеют богатый опыт сотрудничества с отраслевыми союзами в плане совместного проведения (или поддержки союзами) выставочных мероприятий. Сегодня нет ни одной по-настоящему успешной крупной выставки, которая проводилась бы без поддержки отраслевых союзов и ассоциаций.
6. Мы открыты для включения в состав РСВЯ представителей всех заинтересованных отраслевых ассоциаций товаропроизводителей РФ, торгово-промышленных палат. Именно такой союз мог бы максимально эффективно определять выставочную политику.



Российский союз промышленников и предпринимателей  
Основан в 1991 году

# Необходимо объединить усилия, создать стратегию и программу продвижения национальных товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках

РСПП в лице Комитета по выставочной деятельности готовы внести свой вклад в решение поставленных задач.  
Предлагаем сотрудничество!