

# UFI Глобальный Барометр

 **u fi** The Global Association of the Exhibition Industry

**28** Издание

Исследование проведено в январе 2022 г.



Глобально



Япония



Южная Африка



Макао



Великобритания



Малайзия



Испания



Российская Федерация



Перу



Сингапур



Центральная и



США

Южная Америка



Тайланд



Южная Корея



Бразилия



Мексика



Франция



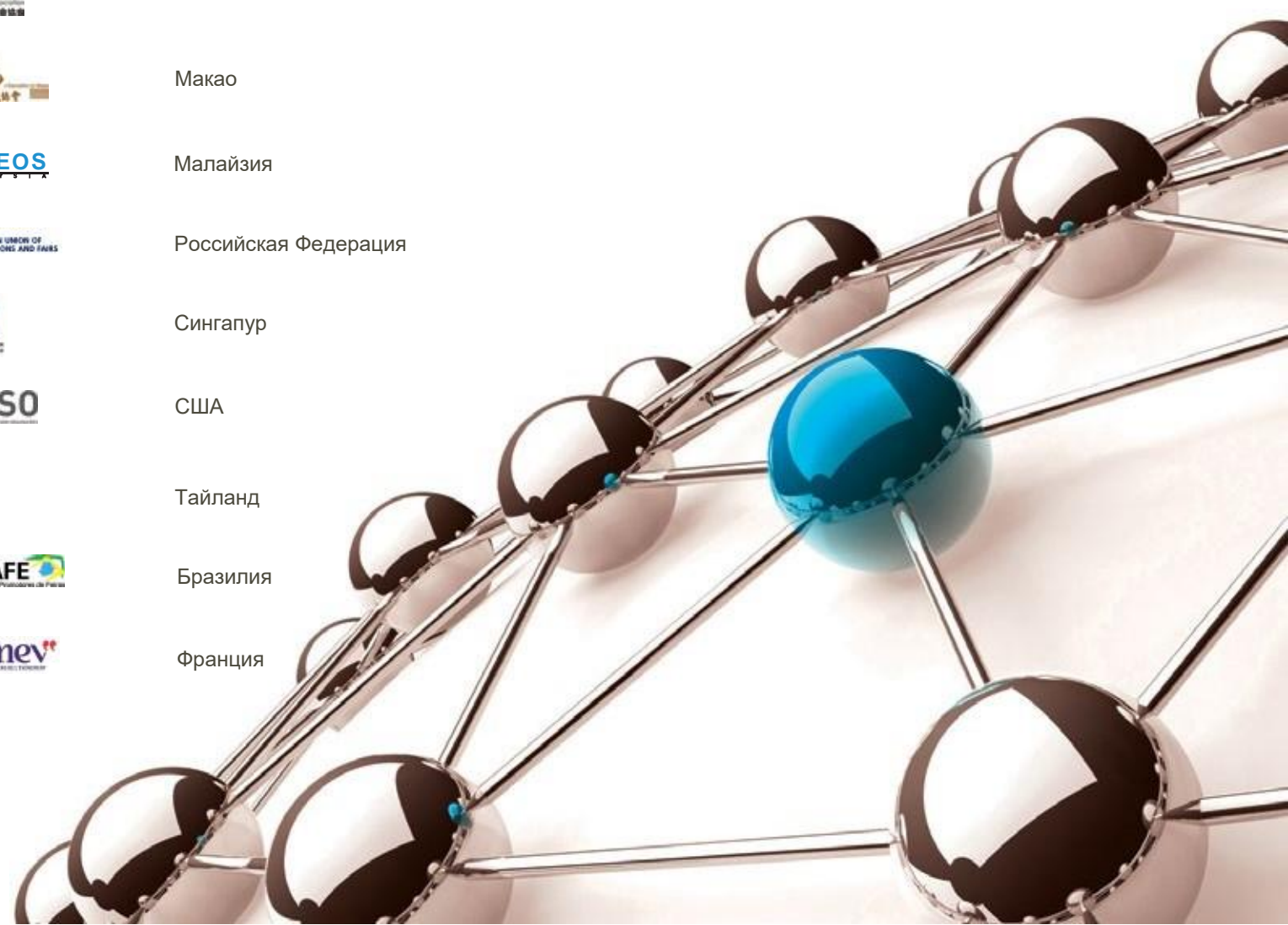
Индонезия



Австралия



Индия



## Глобальные Отчеты



Анализ мировой выставочной индустрии

**Global Barometer** – Отчет о развитии выставочной индустрии, выходящий два раза в год

**World Map of Venues** – Мировая карта площадок

**Economic Impact Study** – Отчет о вкладе выставок в экономику

**United Nations Sustainable Development Goals** – Отчет о влиянии ряда выставочных проектов на экономику, социальную сферу и экологию

**Status of Sustainability** – Отчет о статусе устойчивого развития в выставочной индустрии

## Региональные Отчеты



Регулярные обзоры рынка по региональным отделениям UFI

**Euro Fair Statistics** – Статистика европейских выставок по странам

**The Trade Fair Industry in Asia** – Ежегодный анализ развития рынка Азиатско-Тихоокеанского региона в разбивке по странам

**The Exhibition Industry in MEA** – Обзор выставочного рынка Среднего Востока и Африки.

**The Exhibition Industry in Latin America** – Первый обширный анализ выставочной индустрии Латинской Америки

## Тематические Отчеты



Тематические исследования, посвященные проблемам развития выставочной индустрии.

**COVID Related Research** – Данные, отчеты и стандарты, связанные с COVID-19

**Global Visitor Insights & Global Exhibitor Insights** – Данные исследований обратной связи и ожиданий экспонентов и посетителей

**Best Practices Compendiums** – Лучшие практики, истории успеха

**Special Industry Topics** – Широкий выбор индивидуальных отчетов по конкретным отраслевым темам

Партнер исследований UFI:

**FREEMAN**<sup>®</sup>



The Global  
Association of the  
Exhibition Industry

Исследование доступно здесь:  
[www.ufi.org/research](http://www.ufi.org/research)

28-е исследование “Глобальный барометр выставочной индустрии UFI” основано на опросе, проведенном в январе 2022 года. В нем представлена актуальная информация о состоянии и перспективах развития мировой выставочной индустрии, а также данные по 29 рынкам.

UFI запустил Барометр на фоне глобального кризиса – финансового кризиса 2008 года. Нынешнее издание дополняет предыдущие, выпущенные за последние 18 месяцев, и оценивающие влияние пандемии COVID-19 на выставочную индустрию, и приводящие прогнозы на будущее.

В опросе приняли участие 401 компания. Это результат глобального сотрудничества, и мы хотим поблагодарить все ассоциации, которые принимают участие в этом проекте (РСВЯ в их числе).

## Важные замечания

Количество ответов на текущий опрос (401 из 53 стран и регионов) дает репрезентативные результаты. Однако сводные региональные результаты могут не отражать положение конкретных стран в этом регионе. Именно поэтому отчет также включает в себя набор подробных результатов для 24 рынков, где было получено значительное количество ответов.

Из-за округления процентные значения на некоторых диаграммах могут не давать в сумме 100%. Это относится, в частности, к графикам, связанным с государственной финансовой поддержкой.

Вопросы, связанные с этим опросом, можно задать Кристиану Дрюару, менеджеру по исследованиям UFI: [research@ufi.org](mailto:research@ufi.org)  
Это исследование доступно онлайн: [www.ufi.org/research](http://www.ufi.org/research)

В 28-м барометре отражены ежемесячные операции участников, чтобы квалифицировать их уровень активности как “нормальный”, “сниженный” или “отсутствие активности”, начиная с июля 2021 года и включая их прогнозы на первое полугодие 2022 года. Компании также спросили, когда, по их мнению, выставки снова откроются в их городе, и какой фактор они считают наиболее важным для возобновления выставок.

**В глобальном масштабе** ситуация постепенно улучшается:

- процент компаний, ожидающих «отсутствие активности» снизился с 34% до 16% во второй половине 2021 года, и только 4-5%

респондентов ожидают отсутствие деятельности с марта 2022 года

- одновременно количество компаний, отметивших «нормальную активность» увеличилось с менее чем 2 из 10 в июле 2021 до почти 4 из 10 с октября 2021 по февраль 2022. Около 6 из 10 компаний ожидают восстановления нормального уровня активности с марта 2022 года.

При этом ситуация разнится от региона к региону и иногда отличается внутри региона:

- В Северной Америке доля компаний, заявляющих о нормальном уровне активности, неуклонно растет: с менее чем 1 из 10 в июле 2021 года до как минимум 6 из 10 в феврале 2022 года.

- На нескольких крупных рынках Центральной и Южной Америки большинство компаний продемонстрировали нормальный уровень активности в период с сентября по ноябрь 2021 года, и более 8 из 10 ожидают нормального уровня активности с февраля 2022 года.

- В Европе большинство компаний демонстрировали нормальный уровень активности в период с октября по ноябрь 2021 г. и ожидают такого же уровня с марта 2022 г. Однако картина

отличается в разных странах. Так, более длительный период нормальная деятельность ведется у большинства компаний в России, Испании и, в некоторой степени, в Турции, а в Германии этого не ожидается до мая 2022 года.

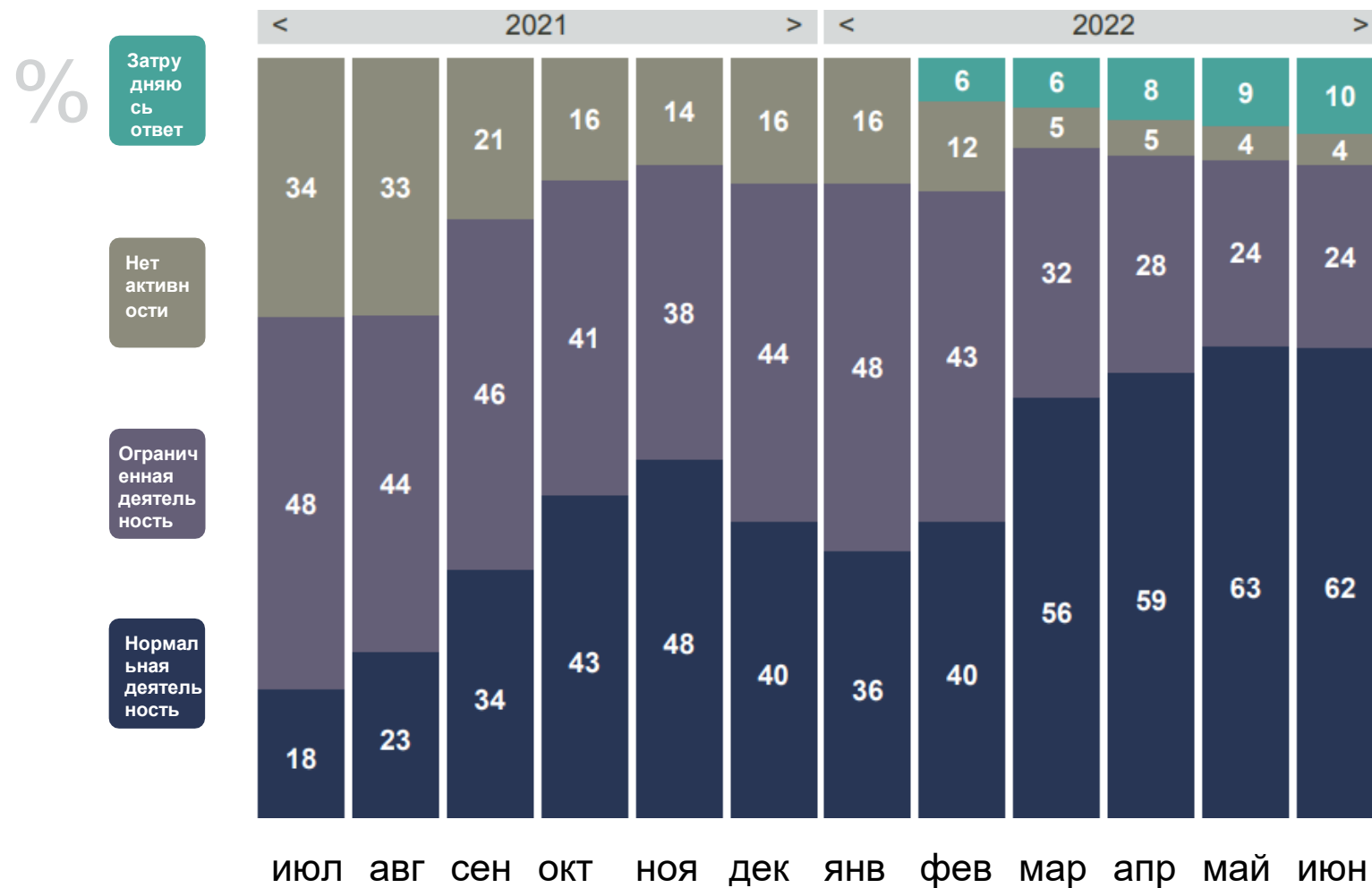
- Ситуация также заметно различается в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока и Африки, где Япония и ОАЭ пострадали менее серьезно, чем другие страны во второй половине 2021 года, и только Австралия, Индия и Малайзия также ожидают вернуться к нормальному уровню активности в первой половине 2022 года.

На вопрос, какие факторы в наибольшей степени способствовали бы возобновлению деятельности, 7 из 10 компаний выбрали «Снятие действующих ограничений на поездки», а 5 из 10 выбрали «Готовность компаний-экспонентов и посетителей к участию», «Политика органов власти, в частности в вопросе ограничений на поездки, дающая возможность организаторам планировать деятельность на среднесрочную перспективу» и «Отмена действующей государственной политики, которая применяется к выставкам на местном уровне». «Пакеты финансового стимулирования (приводящие к снижению затрат для экспонентов)» — еще один или дополнительный ключевой фактор, упомянутый большинством компаний на нескольких рынках (Аргентина, Колумбия, Гонконг, Малайзия, Испания и США).

# Операционная деятельность. В глобальном масштабе

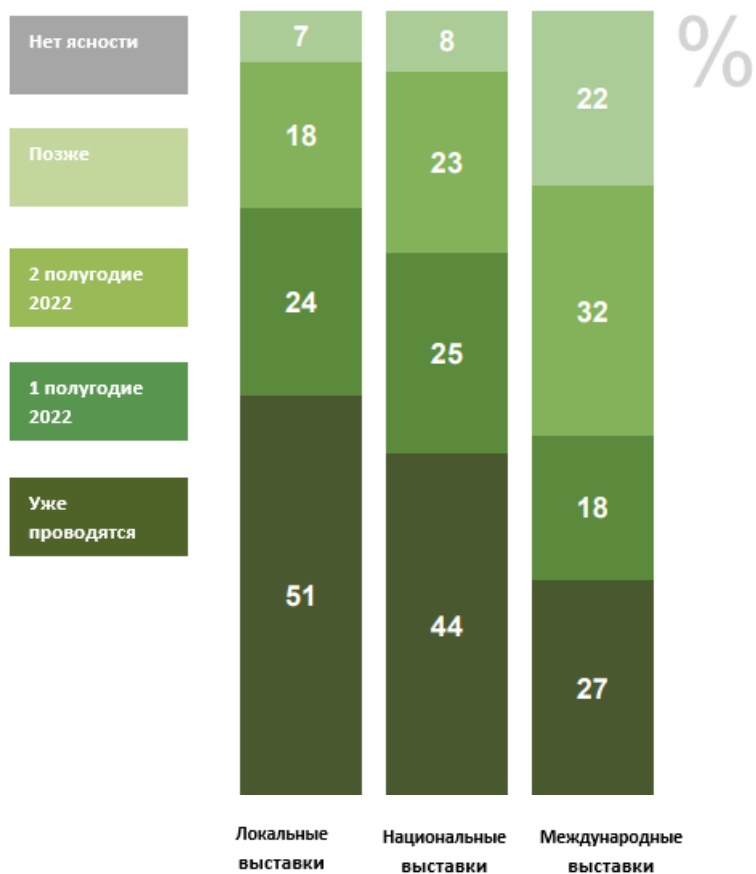


## Ситуация в отрасли во втором полугодии 2021 года и прогнозы на 1-е полугодие 2022 года

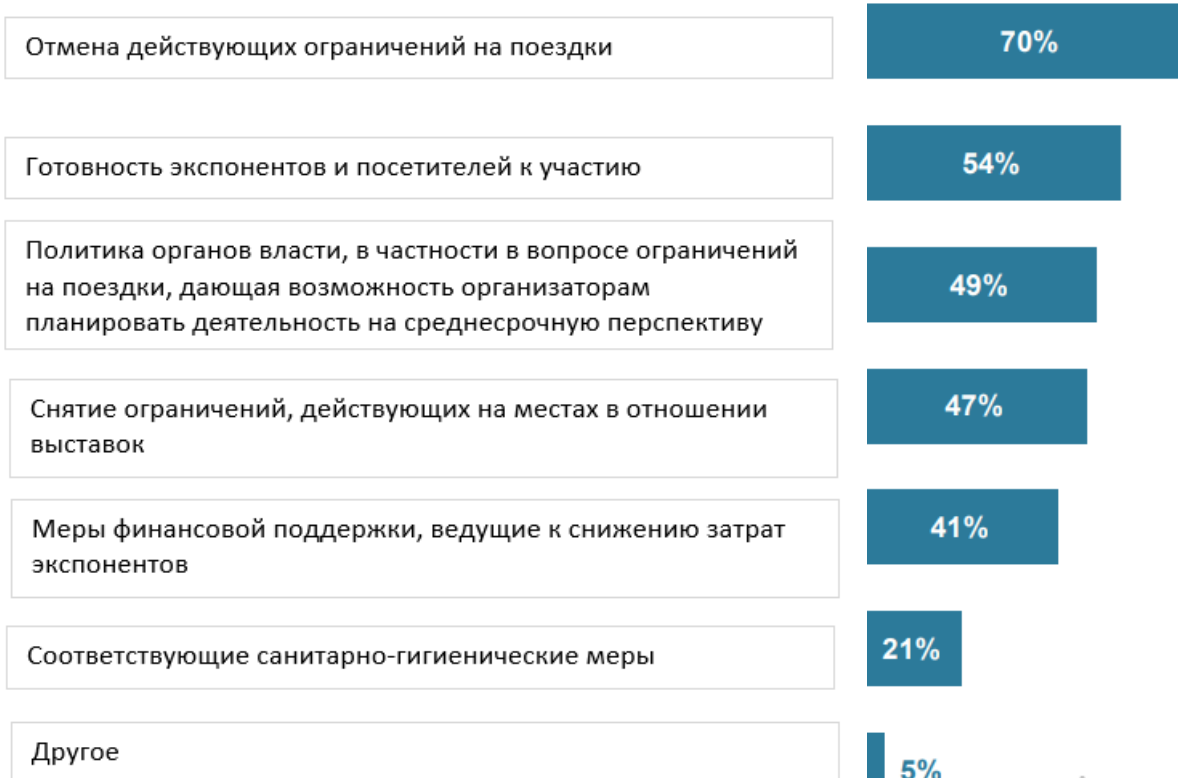




## Когда вы ожидаете возобновление выставок в вашем городе?



## Что по Вашему мнению больше всего будет способствовать возобновлению выставочной деятельности?







28-й Барометр провел опрос участников по валовому обороту их компании в 2021 году и ожиданиям на 2022 год по сравнению с 2019 годом. В опросе также рассмотрена динамика операционной прибыли в 2021 году по сравнению с 2019 и 2020 годами.

## Следующие диаграммы показывают:

- Выручку за 2021 год, и прогнозы на 2022 года, в сравнении с 2019, средний показатель по всем компаниям, а также в разбивке по уровню реализованной выручки (0% по сравнению с выручкой 2019 г., менее 25% и т. д.).
- сравнение операционной прибыли за 2021 год с 2019 и 2020 гг.

**В среднем по миру выручка за 2021 год составила лишь 41% от выручки 2019 года. По ожиданиям в 2022 году выручка составит 71% от показателей 2019 года.**

Тем не менее, многие страны имеют показатели выше среднего:

- За 2021 год: Франция (62% от уровня 2019), Россия (61%), Китай (60%), Япония (55%), Южная Корея (54%), ОАЭ (53%) и Испания (50%).
- Прогнозы на 2022 год: США (84% от уровня 2019), Бразилия и Франция (79%), Испания (78%), Колумбия, Китай и Япония (77%), Таиланд и Великобритания (76%).

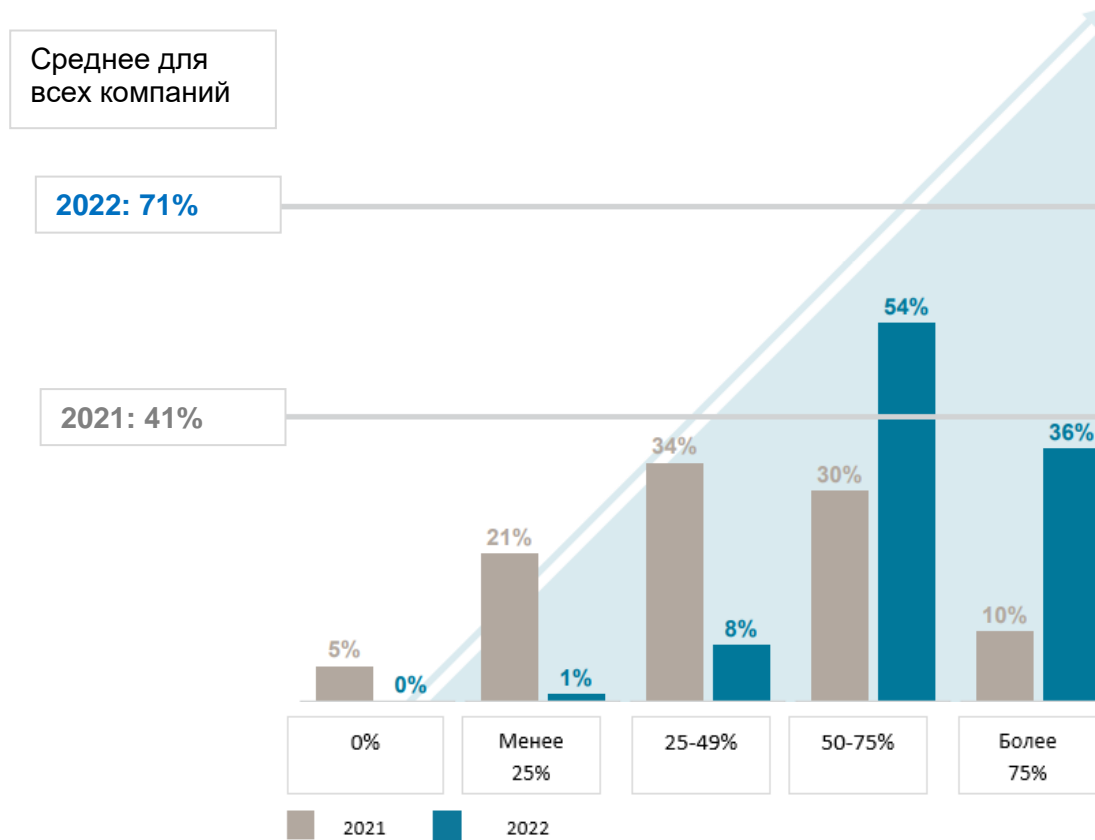
**Что касается операционной прибыли за 2021 год, 27% компаний сообщили об убытках, а 26% сообщили о снижении более чем на 50% по сравнению с уровнем 2019 года:**

- Мексика (33% компаний) в Северной Америке
- Аргентина (50%), Бразилия (44%), Чили (38%) и Колумбия (42%) в Центральной и Южной Америке.
- Германия (44%) в Европе
- ЮАР (36%) на Ближнем Востоке и в Африке
- Австралия (30%), Индия (29%), Малайзия (38%), Сингапур (40%) и Таиланд (38%) в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

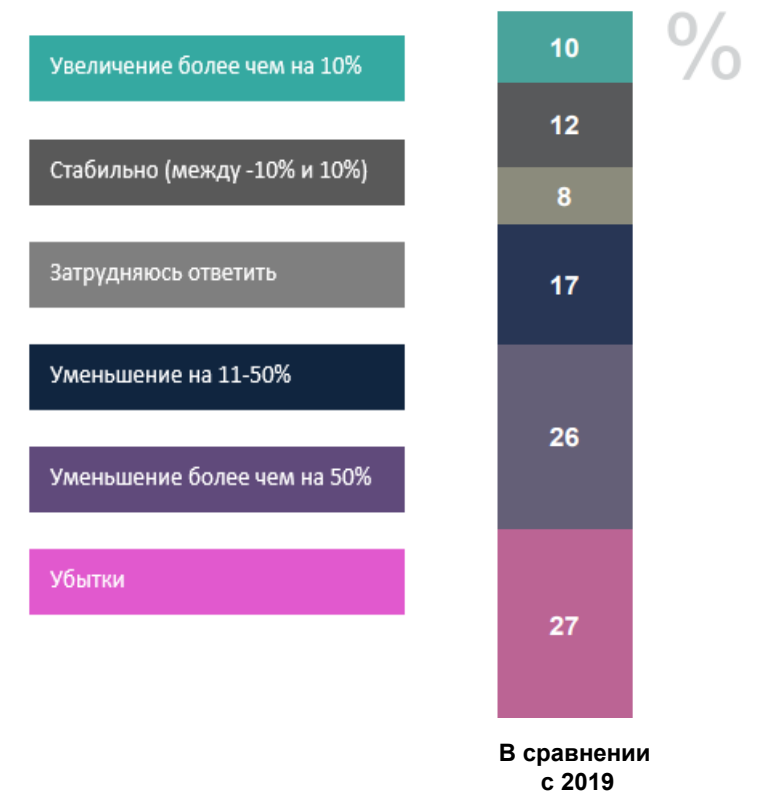
# Операционная прибыль В целом по миру



## Выручка по сравнению с 2019



## Операционная прибыль 2021







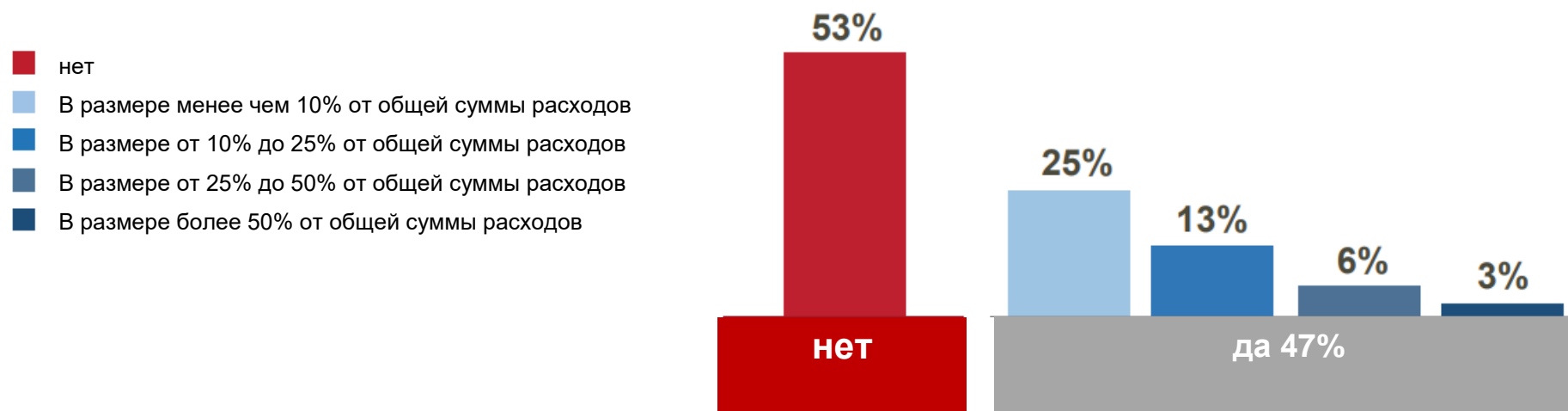
28-й Барометр исследовал влияние кризиса COVID-19 в отношении государственной финансовой поддержки. В целом 53% компаний не получили финансовой поддержки, а для большинства тех, кто ею воспользовался, размер финансирования составил менее 10% от общей суммы расходов.

Что касается распределения по регионам, не получили поддержку 53% компаний в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, в Европе – 33%, на Ближнем Востоке и в Африке – 78%, Северной Америке 73%, Центральной и Южной Африке – 68%.

# Государственная финансовая поддержка. В целом по миру.



Воспользовалась ли ваша компания государственной финансовой поддержкой?



Компаниям было предложено определить три наиболее важных вопроса для их бизнеса в предстоящем году из заранее определенного списка из восьми вопросов.

«Влияние пандемии COVID-19 на бизнес» продолжает оставаться наиболее важным бизнес-вопросом, хотя количество ответов и снизилось до 19% с 29% полгода назад. Также есть изменения в следующих по важности вопросах: на втором месте «Внутренние управленческие проблемы» (19% респондентов по сравнению с 9% полгода назад) и «Влияние цифровизации» (16% ответов по сравнению с 10% полгода назад).

«Конкуренция с другими медиа» сейчас на четвертом месте (14% по сравнению с 5% полгода назад), в то время как «Состояние экономики на внутреннем рынке» падает на пятое место (12%) со второго (19% полгода назад).

Три компонента «Внутренних управленческих проблем» почти в равной степени представлены в ответах: «человеческие ресурсы» (56% респондентов), «корректировка бизнес-модели» (54%) и «финансы» (48%).

«Внутренние управленческие проблемы» набрали большинство голосов в Австралии, Аргентине и Мексике (22%), Испании (21%), Колумбии (20%), Таиланде (19%) и Южной Африке (18%). В Германии «Влияние цифровизации» на одном уровне с «Влиянием пандемии COVID-19 на бизнес» как наиболее важные бизнес-вопросы (20% респондентов).

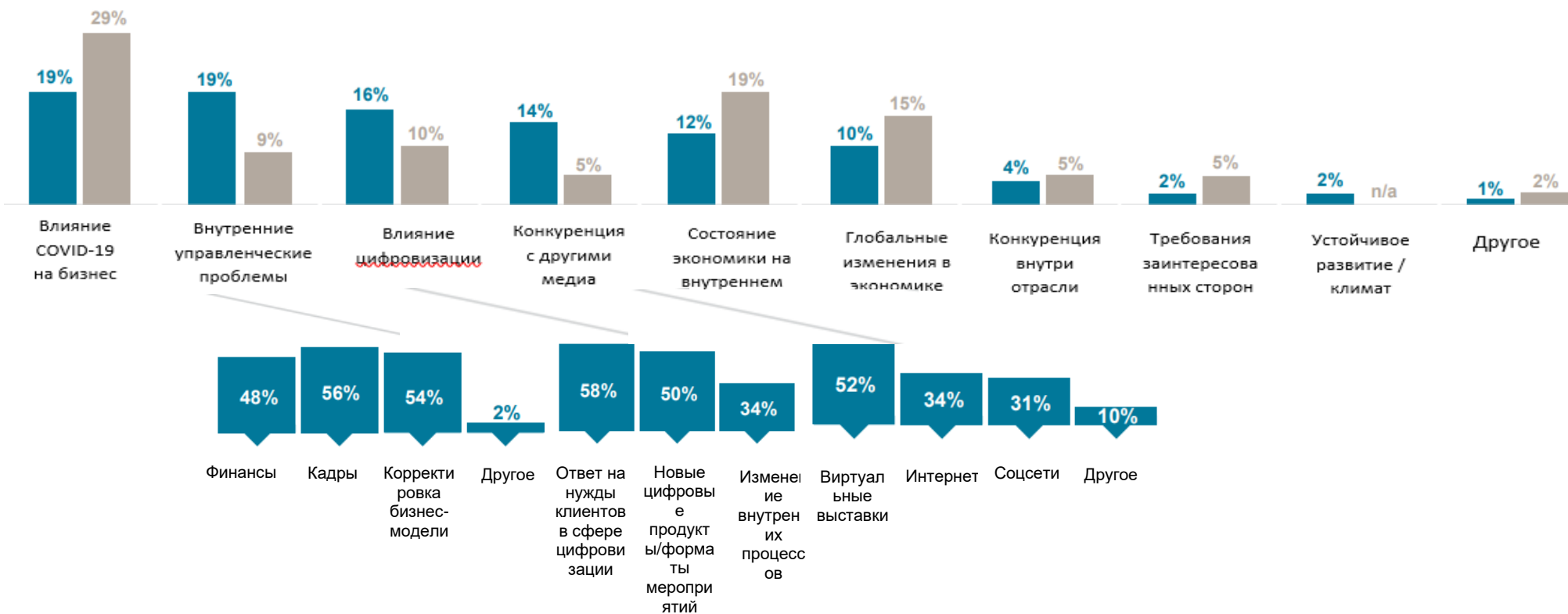
Картина отличается в зависимости от типа компании. Для организаторов и площадок рейтинг выглядит так: «влияние пандемии на бизнес» (20% и 19% соответственно), «внутренние управленческие проблемы» (18% для обеих категорий), «влияние цифровизации» (17% и 14%). Сервис-провайдеры на первое место поставили «Внутренние управленческие проблемы» (21%), далее следуют «Влияние пандемии COVID-19», «Влияние цифровизации» и «Конкуренция с другими медиа» (16% на каждую позицию).

# Топ вопросов Мир



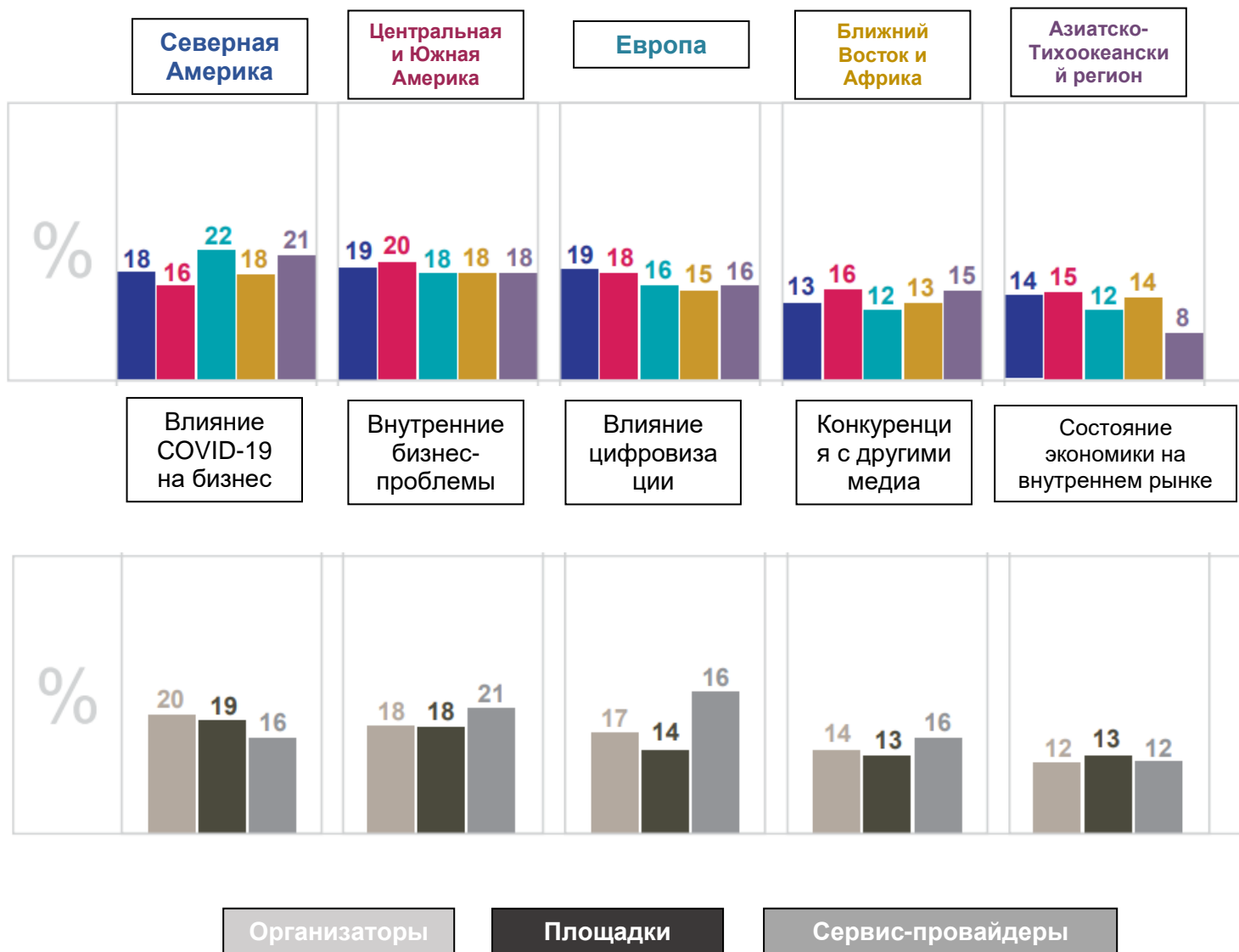
Результаты опроса от января 2022

Результаты предыдущего опроса – июнь 2021



(возможен выбор нескольких вариантов)

# Топ вопросов: детализация по регионам и типам компаний



# Формат выставок в ближайшие годы

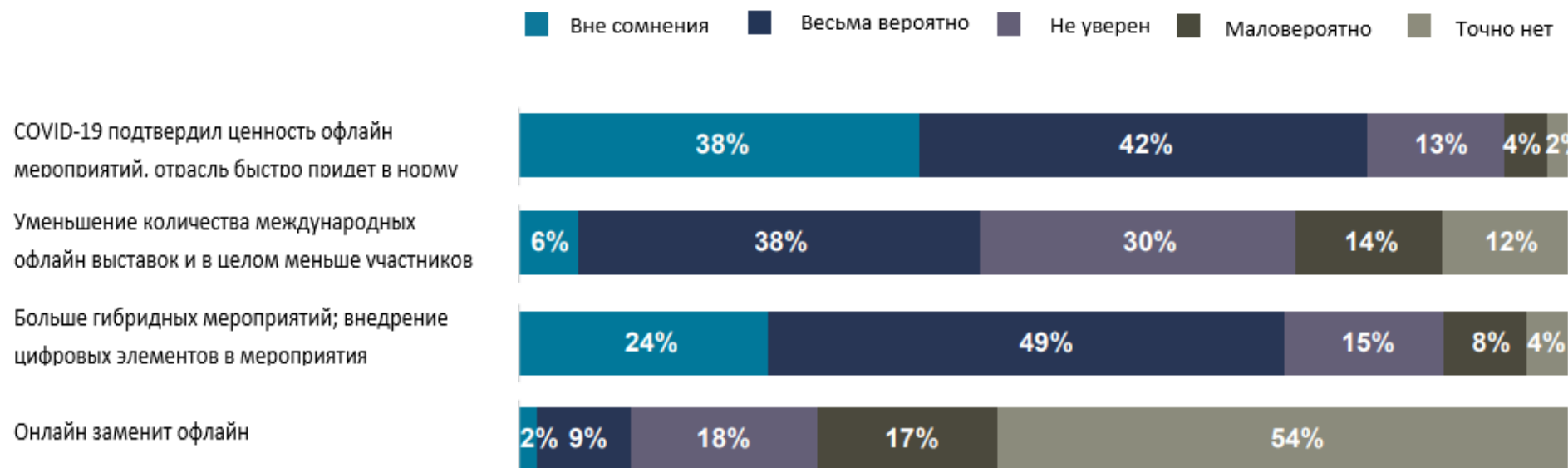
26-й барометр провел опрос о тенденциях в форматах выставок в ближайшие годы, попросив компании выбрать из четырех утверждений. Поскольку тот же вопрос был задан в предыдущих выпусках исследования, сравнение позволяет выявить тенденции.

## Результаты по миру указывают на следующее:

- 80% респондентов (по сравнению с 78% полгода назад и 64% год назад) уверены, что «COVID-19 подтверждает ценность очных мероприятий» предвидя, что отрасль придет в норму быстро (38% “безусловно” и 42% “скорее всего”), а 13% “не уверены”
- 44% (по сравнению с 46% 6 месяцев назад и 63% год назад) считают, что будет “Меньше международных очных выставок и в целом меньше участников” (6% “Да, наверняка” и 38% “Скорее всего”), а 30% “Не уверены”.
- 73% компаний (76% - 6 месяцев назад и 80% год назад) считают, что есть “толчок к гибридным событиям, больше цифровых элементов на мероприятиях” (24% “Да, наверняка” и 49% “Скорее всего”), а 15% не уверены
- 10% (11% 6 месяцев назад и 14% год назад) согласны, что “виртуальные события заменят офлайн события” (2% “ Да, наверняка” и 9% “Скорее всего”), а 18% “Не уверены” и 54% отмечают “определенно нет”.

Существенных различий между регионами не наблюдается.

# Формат выставок в ближайшие годы





# Изменение климата и нулевой углерод

С запуском Инициативы Net Zero Carbon Events изменение климата стало приоритетом для индустрии мероприятий, (дополнительную информацию см. на [www.netzerocarbonvents.org](http://www.netzerocarbonvents.org)). На следующей странице проиллюстрировано отношение отрасли к этому вопросу.

Результаты опроса демонстрируют следующее:

- 66% респондентов уверены, что «Эта инициатива имеет ключевое значение для будущего отрасли» (28% «Да, однозначно» и 38% «Скорее всего»), а 25% «Не уверены».
- 91% компаний согласны с тем, что «Важно, чтобы индустрия мероприятий действовала сообща, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в вопросах, которые она контролирует (в процессе организации мероприятия)» (53% «Да, конечно» и 37% «Скорее всего»), а 6% — «Не уверены».
- 89% компаний считают, что «Важно, чтобы ивент-индустрия работала со своими клиентами (участниками) и другими заинтересованными сторонами (дестинациями, транспортом и отелями), чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в процессе организации и проведения мероприятий» (48% «Да, конечно» и 41% «Скорее всего»), 8% «Не уверены».

Относительно сроков достижения компаниями нулевых выбросов парниковых газов:

- 23% респондентов уверены, что их «компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов до 2050 года», в то время как 31% отмечают «скорее всего» и 33% не уверены.

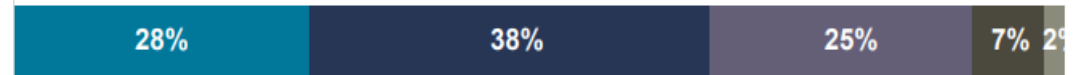
69% респондентов уверены, что их «компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов к 2050 году» (при этом 41% ответили «Да, конечно» и 28% ответили «Скорее всего»), а 24 % не уверены. Необходимо отметить, что по сравнению со средним мировым показателем (66%) гораздо меньшая доля компаний в России (27%), Японии и Турции (44%), и 50% в Германии и Сингапуре ответили «Конечно» или «Скорее всего» по пункту «Эта инициатива имеет ключевое значение для будущего отрасли».

Что касается сроков реализации инициативы, по сравнению со средним мировым показателем (54%), гораздо более высокая доля компаний ответили утвердительно, что их компании достигнут нулевых выбросов к 2050 году («наверняка» или «скорее всего») в следующих регионах: Чили (86%), Великобритания (85%), ОАЭ (83%), Южная Африка (73%), Испания (71%), Аргентина (69%), Мексика (62%) и Австралия (60%).

# Изменение климата и нулевой углерод

■ Вне сомнения   ■ Весьма вероятно   ■ Не уверен   ■ Маловероятно   ■ Точно нет

Инициатива имеет ключевое значение для будущего отрасли



Важно, чтобы индустрия мероприятий действовала сообща, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в вопросах, которые она контролирует (в процессе организации мероприятия)



Важно, чтобы ивент-индустрия работала со своими клиентами (участниками) и другими заинтересованными сторонами (дестинациями, транспортом и отелями), чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в процессе организации и проведения мероприятий

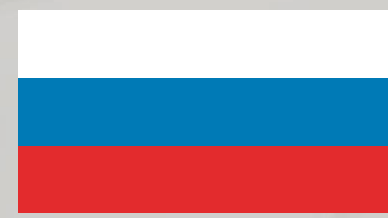


Моя компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов до 2050 года

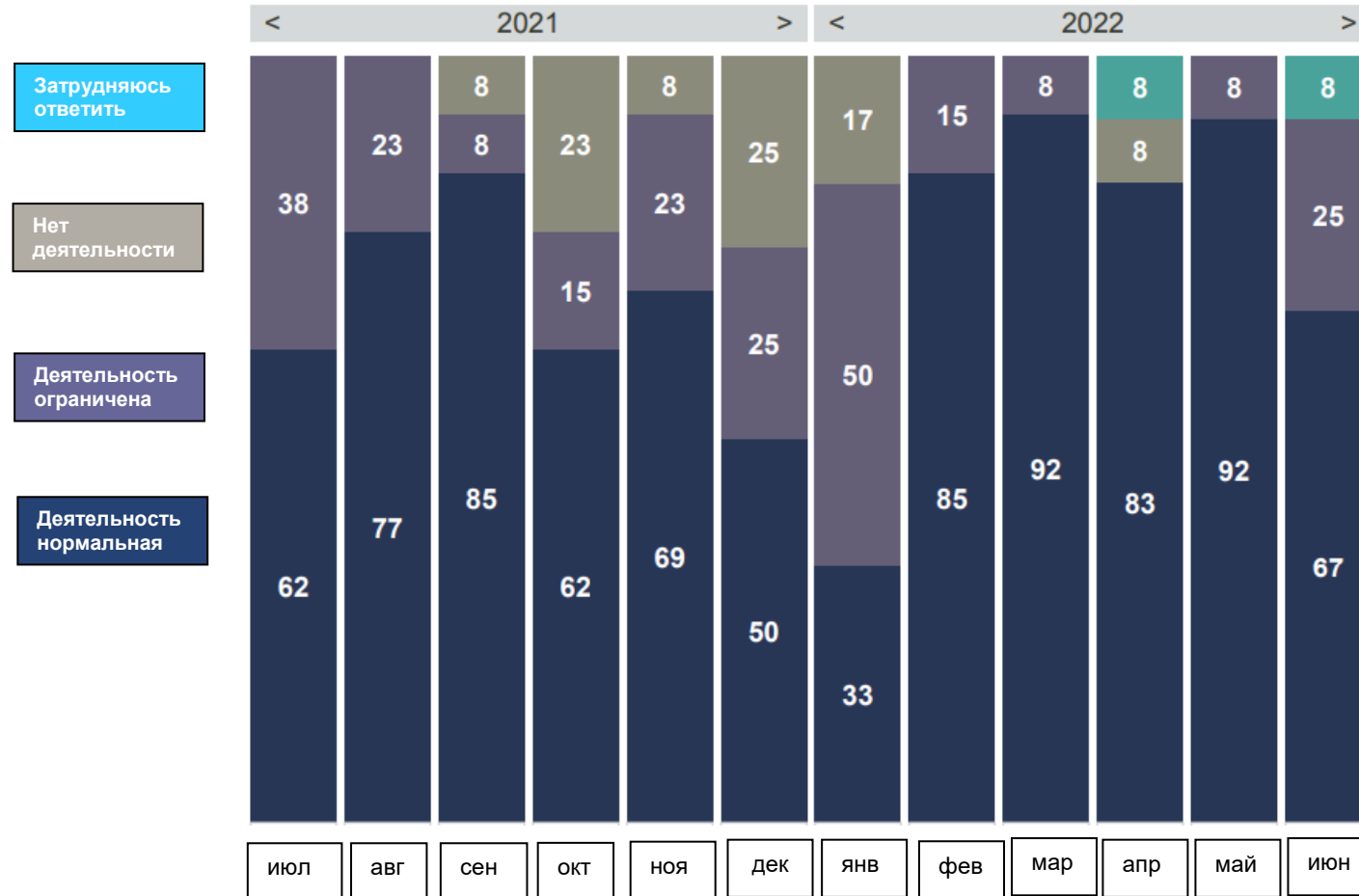


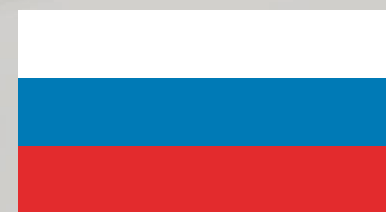
Моя компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов к 2050 году





## Операционная деятельность во втором полугодии 2021 и прогнозы на 1 полугодие 2022 года

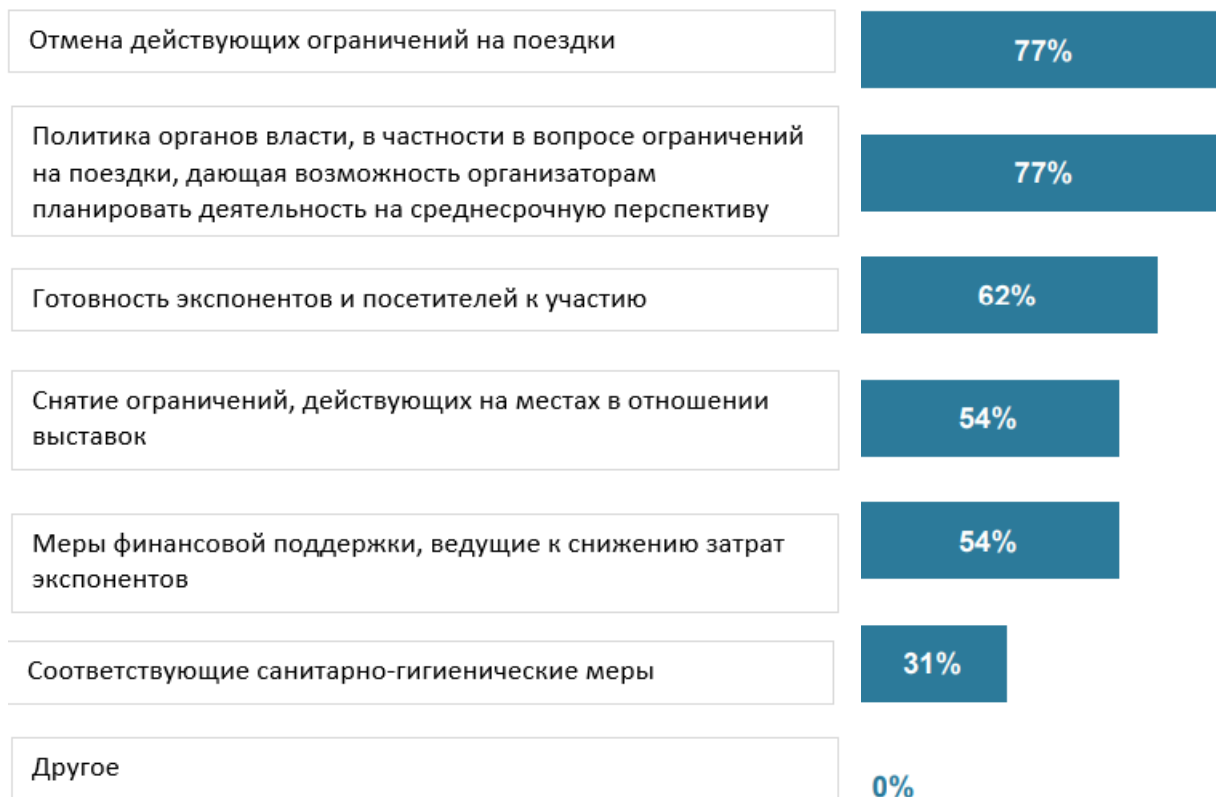


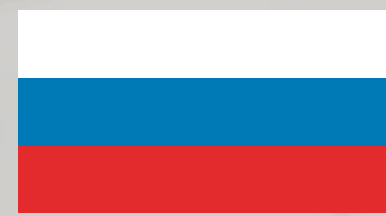


## Когда вы ожидаете возобновления выставок в вашем городе?

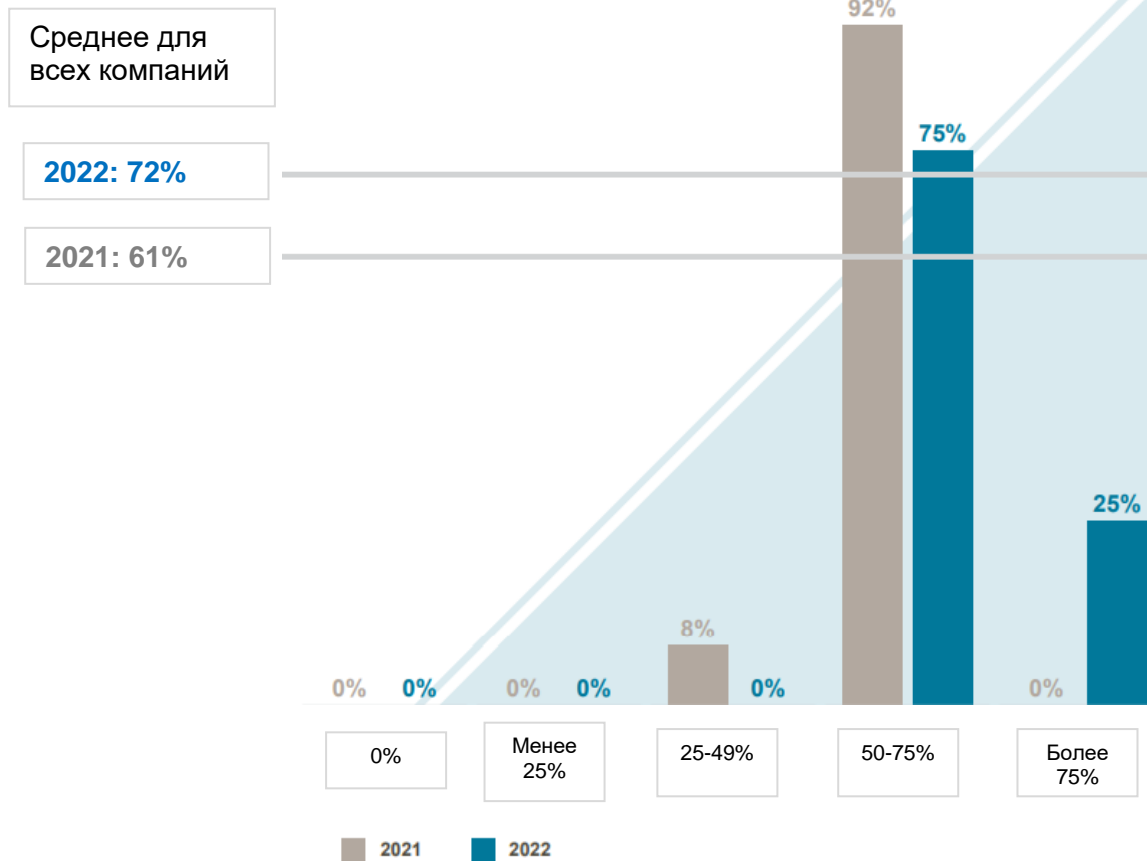


## Что по Вашему мнению больше всего будет способствовать возобновлению выставочной деятельности?



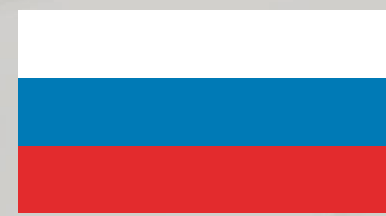


## Выручка по сравнению с 2019



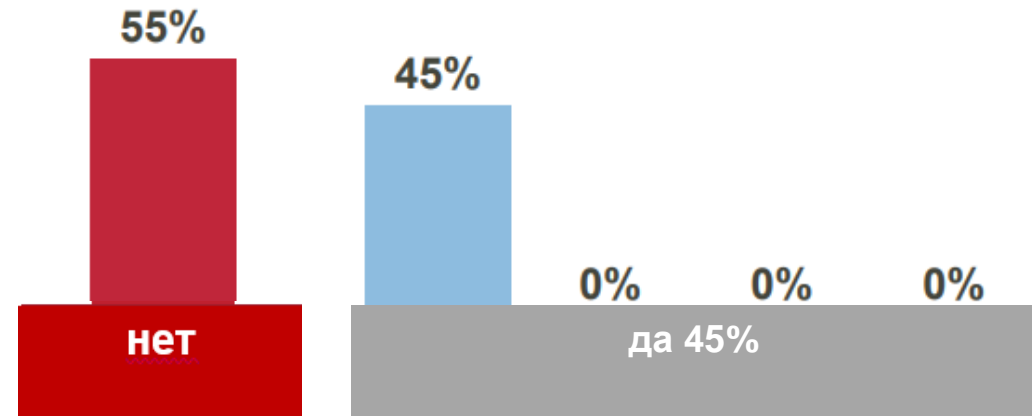
## Операционная прибыль 2021





## Воспользовалась ли ваша компания государственной финансовой поддержкой?

- нет
- В размере менее чем 10% от общей суммы расходов
- В размере от 10% до 25% от общей суммы расходов
- В размере от 25% до 50% от общей суммы расходов
- В размере более 50% от общей суммы расходов





## Важнейшие вопросы бизнеса в выставочной индустрии

В России

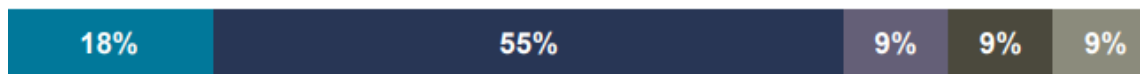
В мире



## Формат выставок в ближайшие годы

■ Вне сомнения   
 ■ Весьма вероятно   
 ■ Не уверен   
 ■ Маловероятно   
 ■ Точно нет

COVID-19 подтвердил ценность офлайн мероприятий. отрасль быстро придет в норму



Уменьшение количества международных офлайн выставок и в целом меньше участников



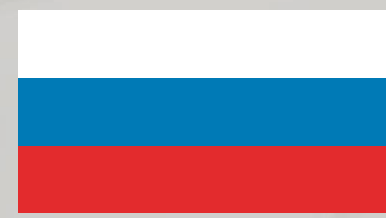
Больше гибридных мероприятий; внедрение цифровых элементов в мероприятия



Онлайн заменит офлайн







## Изменение климата и нулевой углерод

Инициатива имеет ключевое значение для будущего отрасли

Важно, чтобы индустрия мероприятий действовала сообща, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в вопросах, которые она контролирует (в процессе организации мероприятия)

Важно, чтобы ивент-индустрия работала со своими клиентами (участниками) и другими заинтересованными сторонами (дестинациями, транспортом и отелями), чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в процессе организации и проведения мероприятий

Моя компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов до 2050 года

Моя компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов к 2050 году



Три компонента «внутренних управленческих проблем» почти в равной степени представлены в ответах: «человеческие ресурсы» (56% респондентов), «корректировка бизнес-модели» (54%) и «финансы» (48%).

Что касается будущих форматов мероприятий, глобальные результаты показывают, что:

- 80 % респондентов (по сравнению с 78% шесть месяцев назад и 64% 12 месяцев назад) согласны с тем, что «COVID-19 подтверждает ценность личных мероприятий», и ожидают, что сектор быстро восстановится (38% ответили «Да» и 42% ответили «Скорее всего»). Между тем, 13% респондентов не уверены.
- 44 % (по сравнению с 46% шесть месяцев назад и 63% 12 месяцев назад) считают, что «будет меньше международных офлайн выставок и в целом меньше участников» (при этом 6% заявили: «Да, конечно» и 38% ответили «скорее всего»), а 30% не уверены.
- 73% (по сравнению с 76% шесть месяцев назад и 80% 12 месяцев назад) считают, что существует «стремление к гибридным мероприятиям, больше цифровых элементов на мероприятиях» (24% заявили «Да, конечно» и 49% - «скорее всего»), а 15% не уверены.
- 10 % (по сравнению с 11% шесть месяцев назад и 14% 12 месяцев назад) согласны с тем, что «виртуальные события заменяют очные события» (при этом 2% ответили «Да, точно» и 9% заявили «Скорее всего»), в то время как 18% не уверены, а 54% ответили «Определенно нет».

В контексте недавно запущенной инициативы Net Zero Carbon Events результаты опроса по миру показывают, что:

- 66 % респондентов уверены, что «Эта инициатива имеет ключевое значение для обеспечения будущего отрасли»
- 91% компаний согласны с тем, что «Важно, чтобы индустрия мероприятий действовала сообща, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду в процессе организации мероприятия».
- 89% компаний считают, что «Важно, чтобы индустрия мероприятий работала со своими клиентами (участниками) и другими заинтересованными сторонами, чтобы уменьшить воздействие на окружающую среду».

Относительно сроков достижения компаниями нулевых выбросов парниковых газов:

- 23% респондентов уверены, что их «компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов до 2050 года», 31% отметили «скорее всего», а 33% не уверены.
- 69% респондентов уверены, что их «компания достигнет нулевых выбросов парниковых газов к 2050 году» (41% ответили «Да, точно», 28% ответили «Скорее всего»), а 24% не уверены.

**СПАСИБО ВСЕМ УЧАСТНИКАМ ОПРОСА ЗА ВАШ ВКЛАД!**

**Штаб-квартира  
UFI Headquarters /  
Европейский  
офис**

17, rue Louise Michel  
92300 Levallois-Perret  
France

T: +33 1 46 39 75 00  
F: +33 1 46 39 75 01  
info@ufi.org

**Региональный  
офис UFI в  
Азиатско-  
Тихоокеанско-  
м регионе**

Suite 4114, Hong Kong Plaza  
188 Connaught Road West  
Hong Kong, China

T: +852 2525 6129  
F: +852 2525 6171  
asia@ufi.org

**Региональный офис  
UFI в Латинской  
Америке**

Corferias, Cra 37 # 24-67  
Auditorium Second Floor  
Bogota, Colombia

T: +571 3445486  
latam@ufi.org

**Региональный офис  
UFI на Ближнем  
Востоке / в Африке**

Info Salons Middle East Office  
Sheikh Zayed Rd  
City Tower 2, Office 2001A  
PO Box 58580  
Dubai  
United Arab Emirates

T: +971 (0)4 331 7180  
mea@ufi.org

**FREEMAN®**

web [www.ufi.org](http://www.ufi.org)

blog [www.ufilive.org](http://www.ufilive.org)

 @UFLive

 [www.facebook.com/ufilive](http://www.facebook.com/ufilive)

 [www.UFI.tv](http://www.UFI.tv)

 [www.linkedin.com/groups/4048434](http://www.linkedin.com/groups/4048434)

 UFI Official Account

UFI Diamond Sponsors

 **REDEFINE**  
YOUR BUSINESS EVENTS

 TCEB

 **QATAR**  
المجلس الوطني للمعارض  
National Exhibition Council

 Shenzhen World  
Exhibition & Convention Center  
深圳世界展览会议中心

**FREEMAN®**

