

В ТПП РФ

Обсуждаем, принимаем решения

6 сентября 2012 года состоялось первое в новом выставочном сезоне заседание Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров3

Проведена огромная работа. Что дальше?

В конце года Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в России должна быть представлена в Правительство России.....4

Общероссийский рейтинг – каким ему быть?.....5

Форум «Россия в ВТО. Старт дан»

Настоящие испытания у России еще впереди8

ЮБИЛЕЙ

Сергей Алексеев: юбилей в кругу друзей 10

ВЫСТАВОЧНЫЙ БИЗНЕС

Анализ РСВЯ. Выставки России в первом полугодии:
растет лишь число экспонентов... 12

Всероссийский конкурс выставочного плаката в рамках
Форума 5pEXPO-2013 13

«Экспоцентр» вновь получил награду на международном
конкурсе плаката в Пловдиве 13

Представляет «Экспоцентр»:
EXPOPRIORITY'2012. Действовать на опережение!..... 14

«Экспоцентр» на инвестиционном форуме «Сочи-2012» 15

«ЭкспоФорум»: новые технологии строительства,
новые подходы в стратегии 16

ВЫСТАВОЧНЫЙ СЕРВИС

Бруно Мейсснер: мы нацелены на сотрудничество!
Эксклюзивное интервью президент IFES.....18

Алексей ЛАУКАРТ. Рынок тентовых конструкций в России19

ВЫСТАВКИ И ВЛАСТЬ

Как оценить эффективность участия предприятий в выставках в рамках
государственной поддержка малого и среднего бизнеса. Что происходит
в Москве, Томской и Калининградской областях?.....20

Опыт Германии23

ВЫСТАВКИ ЗА РУБЕЖОМ

Представляет компания «Инконнект»: российская экспозиция
на выставке MSV-2012. 24

«Профессиональные выставки» в Европе и Азии.....26

Они представляют Россию. Отечественные компании, самостоятельно
участвующие в выставках за рубежом, продвигают имидж страны
ничуть не хуже, чем национальные экспозиции.28

ВЫСТАВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Это интересно!.....30

Двойная жизнь Spielwarenmesse.....31

ИСТОРИЯ РОССИЙСКИХ ВЫСТАВОК

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ. Хороший баран дорого стоит
К 100-летию первой всероссийской выставки овцеводства
1912 года в Москве32

Всё о выставках на сайте

www.informexpo.ru!



Поиск российских выставок

Новости выставочного бизнеса

Интернет-версии:

- всероссийской выставочной газеты «УДАЧА-ЭКСПО»;
- журнала «Экспо Ведомости»

Отдельные разделы посвящены выставочному сервису, зарубежным выставкам и деловым поездкам, выставочной статистике, компенсации выставочных расходов.

Пользователи имеют возможность приобрести справочник «Выставки Москвы 2012.2013» на московских выставках, в редакции или заказать его доставку по Москве.

а также подписаться на газету «УДАЧА-ЭКСПО» и журнал «Экспо Ведомости».

Достоверная и оперативная информация!



Тел. (495) 721-80-68



ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ • КОМБИНИРОВАННЫЕ • ВЫСТАВОЧНЫЕ СТЕНДЫ

+7 (495) 980-04-63 / +7 (495) 363-00-53

Обсуждаем, принимаем решения...



6 сентября 2012 года состоялось первое в новом выставочном сезоне заседание Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной деятельности и поддержке товаропроизводителей и экспортеров.

Повестка дня заседания включала два вопроса: обсуждение проекта Общероссийского рейтинга выставок и ход подготовки Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации

В заседании приняли участие члены Комитета, руководители торгово-промышленных палат, ведущих выставочных компаний. Федеральные и региональные органы власти представляли: от Минпромторга России - Олег Евтушенко, заместитель директора департамента внешнеэкономических отношений, от Департамента науки, промышленности и предпринимательства Правительства Москвы - Аида Тер-Арутюнова.

Открывая заседание, **Александр Рыбаков**, вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ, сообщил о том, что Юрий Иванович Котов сложил с себя обязанности председателя Комитета, которые он выполнял в течение многих лет. От имени руководства палаты он выразил ему благодарность за многолетний добросовестный труд и вручил ценный подарок.

Генеральный директор ЗАО «Экспоцентр» **Сергей Беднов** отметил большие заслуги Ю.И. Котова в организационной работе, подготовке нормативно-правовой документации и решении возникавших проблем в области выставочной деятельности, и вручил ему высшую награду «Экспоцентра» – Знак «Отличие за добросовестный труд» первой степени.

«Вы человек активный, творческий, инициативный, при этом любите покри-

тиковать, но это всегда идет на пользу делу! – продолжил эстафету поздравлений президент РСВЯ Сергей Алексеев, – Всем нам нужно у Вас учиться». Он сообщил о присвоении Ю.И. Котову высшей награды Союза – ордена «За заслуги и творчество в проведении выставок России» и пригласил Юрия Ивановича на декабрьское Общее собрание РСВЯ.

Президент ТПП Сергиево-Посадского района **Владимир Пономарев** от имени региональных палат России подарил Юрию Ивановичу освященную икону Святой Троицы и пожелал здоровья и успехов во всех делах и начинаниях.

Новым председателем Комитета ТПП РФ единогласно был избран **Сергей Беднов**. После этого приступили к работе по повестке дня.

Практически все выступавшие по первому вопросу одобрили создание «Общероссийского рейтинга выставок» и согласились с необходимостью его активного продвижения. Ответ на вопросы: «Каким должен быть рейтинг выставок? Как его продвигать? Кто будет это финансировать?» искали все вместе (см. стр. 7-9). Впервые за время работы Комитета участие в заседании в режиме видео-конференции приняли представители региональных выставочных компаний.

С докладом о подготовке Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации выступил директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ **Игорь Коротин**.

После обмена мнениями было принято решение:

- подготовить персональные предложения в состав рабочей группы Минпромторга России по подготовке проекта Концепции и плана ее реализации с участием представителей заинтересованных органов исполнительной власти в регионах, ТПП РФ, РСВЯ, ЗАО «Экспоцентр», ГК «Рестэк» и территориальных ТПП;

- предложить рабочей группе Минпромторга России проработать окончательный вариант проекта Концепции и плана ее реализации с учетом подготовленных материалов для внесения в установленном порядке в Правительство РФ.

По информации, полученной к моменту сдачи номера в печать, рабочая группа Минпромторга России сформирована и приступила к работе.

Кроме того, 8 сентября Минпромторг РФ объявил тендер на предоставление услуг по подготовке «многострадальной» Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации (см. стр. 4).

Ю.И. Котов. Биографическая справка

Юрий Иванович Котов окончил Горьковский политехнический институт. По специальности – инженер. Почти 50 лет работал на предприятиях Министерства общего машиностроения и электронной промышленности СССР, пройдя путь от мастера цеха до генерального директора крупного объединения. Более двадцати лет возглавлял Первый московский завод радиодеталей.

С наступлением новых времен принял участие в создании Московской центральной фондовой биржи, а в 1991 году стал основателем и первым президентом Московской торгово-промышленной палаты.

Позднее по его инициативе появилась Московская выставочная Гильдия, которой он руководил в течение многих лет. Одновременно возглавлял Ассоциацию торгово-промышленных палат «Центральная Россия».

«Каждому надо отдать часть себя, уметь встать на место другого и быстро прореагировать, принять решение» – говорил Юрий Иванович в интервью газете «Удача Экспо» в 2008 году.

По мнению окружающих его людей, главное положительное качество Юрия Ивановича – умение работать с людьми, находить с ними общий язык и помогать, если есть такая возможность. Нет сомнений, к этим словам присоединятся все знающие его люди.



Генеральный директор «Экспоцентра» Сергей Беднов благодарит Юрия Котова за многолетний труд



Проведена огромная работа. Что дальше?

В конце года Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в России должна быть представлена в Правительство России

По итогам встречи с членами Правления ТПП РФ, состоявшейся 28 октября 2011 года, В.В. Путин (в то время - Председатель Правительства Российской Федерации) поручил (ВП-П13-7902 п.4 от 10.11.11 г.) Минпромторгу России, Минэкономразвития России, Минрегиону России совместно с заинтересованными федеральными и региональными органами исполнительной власти и с участием ТПП России подготовить и представить предложения по формированию в субъектах Российской Федерации выставочно-ярмарочной инфраструктуры на принципах частно-государственного партнерства.

Впоследствии данное задание получило свое развитие в поручении В.Зубкова по разработке Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности (ВЗ-П2-557 от 02.02.2012 г.).

Торгово-промышленной палатой России была образована Рабочая группа, куда вошли представители территориальных ТПП, Российского союза выставок и ярмарок и выставочного сообщества.

Совместно с ответственными министерствами была проведена большая профессиональная работа по анализу нормативно-правовой базы в России и за рубежом, разработаны комплексные предложения по развитию выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

В итоге, были подготовлены:

- проект Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;
- план ее реализации;

– предложения об инвестиционных проектах по строительству региональных выставочно-ярмарочных и конгрессных центров.

Проект Концепции включает предложения по таким направлениям, как совершенствование нормативного правового регулирования; развитие материально-технической базы; повышение экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности; совершенствование механизмов координации; организация системы профессиональной подготовки выставочных кадров; информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности; продвижение идеи участия России во всемирных выставках «ЭКСПО».

Помимо этого, рассмотрены ожидаемые результаты от реализации перечисленных мероприятий.

В итоге документ вышел далеко за рамки первоначально заявленной темы, связанной с частно-государственным партнерством.

Проведенная работа подтвердила заинтересованность регионов в развитии соответствующей материально-технической базы (получены ответы из 61 регионов России).

В то же время отмечается, что развитие выставочно-конгрессной деятельности сдерживается отсутствием комплекса системно увязанных мер поддержки на федеральном уровне, что указывает на необходимость выработки единой государственной политики.

Все подготовленные документы, включая предполагаемые проекты строительства региональных выставочно-конгрессных центров, были переданы в Минпромторг России.

7 сентября Минпромторг России объявил открытый конкурс на право заключения государственного контракта на выполнение научно-исследовательской работы «Разработка концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» (Шифр «Концепция ВЯД»), реализуемой в рамках прикладных научных исследований и разработок.

Государственный заказчик – Минпромторг России. Начальная цена контракта – 10 млн руб.

Согласно Требованиям к техническим характеристикам, целью данной работы является разработка Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

Задачи работы предполагают:

– анализ нормативно-правовой базы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности зарубежных стран и Российской Федерации;

– анализ соответствия международным нормам и разработка положений по корректировке Национального Стандарта Российской Федерации «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения»;

– анализ потенциала применения механизмов государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации и форм государственно-частного партнерства в зарубежных странах с развитой рыночной экономикой;

– разработка перспективных механизмов развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на принципах государственно-частного партнерства в Российской Федерации;

– анализ обеспеченности субъектов Российской Федерации объектами инфраструктуры выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД) и разработка рекомендаций по оптимизации условий интеграции объектов национальной инфраструктуры ВЯД в мировое экономическое пространство с учетом специализации регионов;

– разработка основных механизмов (плана) реализации Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Российской Федерации;

– разработка системы нормативного правового регулирования, обеспечивающего и регламентирующего проект Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации.

Итоги конкурса были подведены 12 октября.



Общероссийский рейтинг выставок – каким ему быть?

Что нужно сделать, чтобы рейтинг выставок стал реальным инструментом повышения эффективности выставок для экспонентов? Об этом шла речь на заседании профильного Комитета ТПП РФ

ЗАЧЕМ НУЖЕН РЕЙТИНГ?

Открывая обсуждение, **Сергей Беднов** определил главную задачу рейтинга – сделать выставочную деятельность прозрачной, чтобы помочь экспоненту, главному потребителю выставочных услуг, выбрать для участия выставку, дающую максимальный эффект.

При разработке проекта рейтинга была проведена большая предварительная работа. – отметил он. Обсуждение было сложным, вызывало споры, не все поддерживали проект. Тем не менее, сегодня работа завершена.

Заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр» (в недавнем прошлом – генеральный директор компании «Русском Ай Ти Системс») **Андрей Жуковский** выступил с основным докладом.

Начал он с перечисления главных проблем, с которыми сталкивается выставочный бизнес.

Проблема № 1 – низкое доверие бизнес-сообщества в Москве и регионах к выставкам как эффективному инструменту маркетинга.

Понятно, что мы живем в мире, где выставки конкурируют не только друг с другом, но и с Интернетом, конференциями байеров, средствами массовой информации, иными инструментами маркетинга.

Но причина не только в этом. Не секрет, что у нас проводится множество неэффективных выставок. Экспоненты принимают в них участие и разочаровывают-

ся, а от этого проигрывают все операторы, весь выставочный рынок.

Согласно данным проведенных исследований, количество российских компаний, участвующих в выставках, не превышает 1 - 2% от числа всех зарегистрированных в стране фирм, реально работающих на рынке (без учета предприятий розничной торговли).

В Европе соответствующий показатель гораздо выше. И это – системная проблема, которую всем нам необходимо решать.

Проблема № 2 – недобросовестная конкуренция. Нередки случаи, когда компании объявляют о новых проектах, не только схожих с традиционными отраслевыми выставками по тематике и срокам проведения, но даже созвучными по названию. В результате, их проект в сознании потребителя ассоциируется с известными брендами.

Разумеется, это не только дезориентирует экспонента и снижает доверие к выставкам, но и мешает развитию рынка, конкретной отрасли и экономики страны в целом.

Проблема № 3. С полным основанием можно говорить о недостатке понимания представителями государственных структур важности выставок как уникального инструмента продвижения бизнеса, в частности, поддержки участия в выставках отечественных товаропроизводителей. После вступления России в ВТО они оказываются в неравных условиях с зарубежными компаниями. Россия

открывает рынок, на выставки приезжают иностранные товаропроизводители, к примеру, немцы, но их участие дотируется немецким государством. А рядом на стендах – российские компании, которые платят все до копейки сами. Ситуация в принципе неправильная.

Одним из действенных инструментов решения всех этих проблем должно стать создание общероссийских рейтингов выставок – федерального и регионального.

Рейтинги делают выставочный бизнес честнее, а значит – привлекательней, дают предпринимателям и государству простой и понятный инструмент для выбора лучших мероприятий.

Очевидно, что рейтинг ослабит позиции неэффективных выставок, а значит, уменьшит негативный опыт экспонентов. Отрасль получает инструмент для борьбы с выставками - двойниками. Недобросовестному игроку рынка станет гораздо сложнее продублировать крупную успешную выставку.

От рейтинга выиграют все качественные выставки, как московские, так и региональные. В процентном соотношении призовые места по различным номинациям присвоены 82% от числа региональных мероприятий, прошедших аудит, и 53% – от числа московских. Таким образом, рейтинги в большей степени продвигают региональные выставки.

Следующее преимущество. Рейтинги поддержат систему независимого



Общероссийский рейтинг выставок – каким ему быть?

Продолжение. Начало на стр. 5

выставочного аудита, крайне нужную и полезную для выставочной отрасли. Думаю, все выставочники согласятся с тем, что работать на рынке после введения выставочного аудита в России с начала 2005 года стало проще, – уверен Андрей Жуковский, – рынок стал цивилизованней и профессиональней.

Ну и, наконец, рейтинги показывают расклад сил на выставочном рынке, что несомненно, облегчит маркетинговым службам организаторов определение места своего мероприятия в конкурентной среде.

Выставки, прошедшие аудит, участвуют в рейтинге без дополнительной оплаты.

Летом этого года предложения о создании общероссийских рейтингов одобрено РСВЯ на Общем собрании членов Союза в Саранске. Поскольку рейтинг изначально задумывался как совместный проект РСВЯ и ТПП РФ, теперь он вынесен на обсуждение профильного Комитета ТПП РФ.

Вице-президент ТПП РФ **Владимир Страшко** обратил внимание на необходимость более широкого охвата выставок, которые рассматриваются при формировании рейтинга. В этом направлении есть над чем поработать, – уверен он.

Генеральный директор компании ITE LLC Moscow **Александр Шталенков** полностью поддержал введение рейтинга, назвав его колоссальным шагом вперед. Одним из важнейших преимуществ рейтинга, по его словам, является капитализация российского выставочного рынка, который станет прозрачнее.

Потенциальные инвесторы, покупатели выставочных проектов, поймут, наконец,

что они здесь могут купить. А это – реальная выгода для организаторов, поскольку их проекты станут намного дороже.

Представитель ЦВК «Экспоцентр» **Юрий Снигирев**, который в течение тринадцати лет работал руководителем Комиссии по сертификации выставок на Знак РСВЯ, отметил, что всегда удивлялся – по какому критерию государственные структуры отбирали выставки для официальной поддержки?

Почему, к примеру, выставка «Аптека» включалась в перечень мероприятий, проходящих при поддержке Правительства Москвы, а крупнейшая лидирующая выставка по этой тематике «Здравоохранение» – не попадала. Он выразил надежду, что с появлением рейтинга у государственных структур появится четкий ориентир выбора лучших выставок для государственной поддержки.

По мнению Юрия Снигирева, поскольку рейтинг – общероссийский, а РСВЯ не охватывает все отечественные выставки, основную часть работы по ведению рейтинга можно было бы перенести на Торгово-промышленную палату России.

Генеральный директор ООО «Экспо-Волга» **Андрей Левитан** поддержал Александра Шталенкова. По его словам, рейтинг безусловно позволит повысить прозрачность рынка, усилить его капитализацию, что особенно важно для тех компаний, которые планируют продавать или покупать выставки.

Российские организации могут оценить внутренний рынок и понять, какие выставки действительно интересны для посещения и участия. Это нововведение, на его взгляд, особенно интересно регионам.

Как показывает практика, зарубежные компании выбирают Москву для участия в выставках вовсе не потому, что регионы России не представляют для них интереса.

Просто компании зачастую не готовы брать на себя дополнительные коммерческие риски, не обладая достаточной информацией. И здесь рейтинг позволит повысить процент присутствия зарубежных участников на региональных выставочных мероприятиях.

От нового критерия оценки – при условии его объективности – вместе с экспонентами должны выиграть выставочные операторы, поскольку последние смогут аргументировано представлять результативность своей работы.

Вместе с тем, рейтинг поставит под сомнение жизнеспособность проектов, которые не соответствуют требованиям, и малоэффективные игроки будут вынуждены покинуть рынок.

Андрей Левитан отметил, что сегодня уже существует похожий маркетинговый инструмент – знак РСВЯ, задача которого – проводить аудит при организации выставок. Однако по ряду причин участники рынка не используют этот знак при выборе той или иной выставки..

ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ...

КАК ПРОДВИГАТЬ РЕЙТИНГ?

Александр Шталенков уверен, что рейтинг надо активно продвигать. Совершенно недостаточно, чтобы о его существовании знали лишь организаторы выставок.

Рейтинг должен быть известен всем – реальным и потенциальным экспонентам, посетителям, представителям власти, средствам массовой информации.

Но что нужно сделать, чтобы все они знали о рейтинге, руководствовались им и считали реальным работающим инструментом?

Прежде всего, он предложил создать специальный информационный портал

Общероссийский рейтинг выставок – вопросы и ответы

КАКОВА ПЕРИОДИЧНОСТЬ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЙТИНГА, КАКИЕ ВЫСТАВКИ ПРИ ЭТОМ УЧИТЫВАЮТСЯ?

Общероссийский рейтинг выставок формируется на основе данных международного выставочного аудита, проведенного уполномоченным независимым выставочным аудитором – компанией «Русском Ай-Ти Системс», работающей под контролем UFI (Всемирной Ассоциации выставочной индустрии) и РСВЯ (Российского Союза выставок и ярмарок).

Рейтинг составляется в начале каждого календарного года. В него включаются все выставки, прошедшие аудит в прошлом и (или) позапрошлом году. Базовый интервал времени, в те-

чение которого должны пройти выставки, включенные в один и тот же рейтинг, равняется двум годам.

В рейтинг включаются выставки, проводимые полностью или частично в формате b2b (бизнес для бизнеса).

КАКОВА СТРУКТУРА РЕЙТИНГА?

В зависимости от тематической направленности (название выставки и ее разделов, заявленная тематика, сведения из каталога, состав участников и пр.) все выставки распределяются по тематическим разделам, всего их 51.

Таким образом, рейтинг составляется среди выставок, являющихся в той или иной степени конкурентами. Рейтинг содержит два раздела:

– «Общероссийский рейтинг выставок» включает выставочные мероприятия, проведенные на всей территории России;

– «Общероссийский региональный рейтинг выставок» включает выставки, проведенные во всех регионах России, за исключением Москвы и Московской области. Подразделом «Общероссийского регионального рейтинга выставок» является «Рейтинг выставок по федеральным округам Российской Федерации».

Кроме того, для более полного формирования экспонентов и посетителей каждый тематический раздел содержит выставки, которые в рассматриваемый период времени не проходили аудит, а значит не рейтингуются.

(как минимум – двуязычный) и разработать программу по его оптимизации во всех поисковых системах Интернета.

Разумеется, ссылки на этот портал следует разместить на сайтах ТПП РФ, региональных торговых палат, UFI, РСВЯ, выставочных компаний, а также – на информационных сайтах, связанных с выставками.

Конечно, не обойтись без разъяснительной работы в СМИ. Надо писать статьи и обзоры, популяризировать рейтинг, показывать, что российская выставочная отрасль становится прозрачной, профессиональной, цивилизованной.

Для продвижения рейтинга целесообразно использовать разного рода конгрессы и конференции, деловые встречи, обучающие курсы.

Помимо этого, Александр Шталенков предложил ввести специальный Знак рейтинга, который будет размещаться на сайтах организаторов, общественных организаций и союзов.

Говоря о своей компании, выступающий отметил: сведения о рейтинге используются в информационных материалах, включенных в программу тренинга студентов ВУЗов, с которыми работает ITE LLC Moscow.

ЧТО ЕЩЕ ХОТЕЛОСЬ БЫ УЧЕСТЬ ПРИ ОЦЕНКЕ ВЫСТАВОК?

Андрей Левитан выразил сомнение в том, что лучшие российские выставки можно выбрать только на основании данных аудита, ведь одна выставка может собрать большое количество участников и посетителей, быть отлично освещенной в СМИ, и при этом иметь низкий результат заключенных договоров и соглашений.

Другая выставка, относительно небольшая по числу экспонентов, может полностью удовлетворить ожидания участников и организаторов.

Одним словом, критерии оценки выставок достаточно сложно, особенно

если учитывать, что в ряде случаев эффект от мероприятия бывает отсрочен на полгода или год.

КТО БУДЕТ ФИНАНСИРОВАТЬ РАБОТЫ?

Президент РСВЯ **Сергей Алексеев** отметил, что без решения вопроса о финансировании работ по продвижению рейтинга ничего не получится, а это очень серьезная работа.

Сергей Беднов согласился с необходимостью поиска средств для продвижения и поддержки рейтинга. «Мы подумаем и создадим соответствующий механизм, не думаю, что это очень сложно» – сказал он.

БУДЕТ ЛИ РЕЙТИНГ ВОСТРЕБОВАН ВЛАСТЬЮ?

Наталья Серебровская, заместитель генерального директора ООО «Рестэк ивент», высказала сомнение в том, что министерства и ведомства будут в своей работе руководствоваться рейтингом выставок.

Не согласился с этим... представитель тех самых государственных структур – заместитель директора департамента внешнеэкономических отношений Минпромторга России **Олег Евтушенко**.

Мы, в министерстве, будем использовать в своей работе рейтинги выставок, утвержденные ТПП РФ, – сказал он. К нам приходят сотни запросов предприятий по поводу выставок. Мы, конечно, обращаемся к специалистам отраслевых департаментов министерства, спрашиваем их, насколько важна та или иная выставка. Понятно, что сверяться с рейтингом – гораздо легче. Думаю, рейтинг будет востребован.

В рамках вступления во Всемирную торговую организацию мы действительно теряем некоторые инструменты поддержки экспортеров, в частности, в вопросах предоставления субсидий по экспортным кредитам промышленности. Поэтому особое внимание будет уделяться

выставкам. К сожалению, Минфин сейчас урезает средства на частичное финансирование российских экспозиций за счет федерального бюджета. Но, это – обычное явление.

В условиях членства ВТО действительно нет другого столь же действенного инструмента продвижения экспорта, как выставки. Бюджетная поддержка участия предприятий в выставках разрешена правилами ВТО и Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), и этим активно пользуются все члены ВТО. Мы пойдем по этому пути, – заявил Олег Евтушенко.

По итогам обсуждения Комитет ТПП РФ решил:

1. Одобрить общероссийский и общероссийский региональный рейтинг выставок.

2. Продолжить работу по совершенствованию рейтингов с учетом предложений территориальных ТПП, объединений предпринимателей – членов ТПП РФ и выставочного сообщества

3. Представить на утверждение президенту ТПП РФ «Положение об Общероссийском рейтинге выставок».

4. Рекомендовать территориальным ТПП, объединениям предпринимателей – членам ТПП РФ

- использовать рейтинги в практической работе при планировании и организации участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях;

- использовать данные рейтингов при формировании перечней патронируемых выставок.

5. Оказать информационную поддержку внедрению системы рейтингования выставок.

Вопрос об источниках финансирования продвижения и поддержки рейтинга остался открытым.

Это мероприятия, которые были отмечены знаками UFI и РСВЯ, подтвержденными выставочным аудитом в предыдущие годы, или проходили при поддержке ТПП РФ.

КАК ПРИСВАИВАЮТСЯ ПОЧЕТНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ?

В соответствии с местом в рейтинге выставкам присваиваются почетные наименования в следующих номинациях:

– «Профессиональный интерес» (количество посетителей – специалистов);

– «Выставочная площадь» (площадь «нетто»);

– «Охват рынка» (количество экспонентов);

«Международное признание» (количество стран – участниц и зарубежных экспонентов).

Организатор выставки – участник рейтинга имеет право использовать в своих рекламно-информационных материалах наименование: «Участник рейтинга Российских выставок» и почетные наименования, полученные его выставками: «Лучшая выставка в своей тематике...», «№-е место в Общероссийском рейтинге выставок в своей тематике в номинации...» и т.д.

РЕЙТИНГ — 2010/2011

В настоящее время составлен рейтинг по итогам 2010 - 2011 гг., в котором учтены данные о 163 выставках, проходивших на территории России.

При этом хотя бы одно почетное наименование получили 104 выставки.

Почетные наименования получили:

– «Лучшая выставка России» – 34 выставочных мероприятия;

– «Самая крупная выставка России» – 32;

– «Лучшая региональная выставка» – 18.

Из 102 московских выставок звание получили 54 мероприятия (53%), а из 61 региональной выставки – 50 (82%).

Кроме того, по тематическим разделам приведен перечень выставок (всего 139), которые не проходили выставочный аудит в рассматриваемый период времени.

Всего в сборник «Общероссийский рейтинг выставок 2010 - 2011 гг.» вошло 302 выставочных мероприятия.

**Информация
предоставлена компаниями
«Русском Ай-Ти Системс»**



«Россия в ВТО. Старт дан»

Настоящие испытания у России еще впереди...

В сентябре в ЦМТ Москвы прошла 43-я Генеральная ассамблея Ассоциации центров международной торговли, в работе которой приняли участие представители 69-ти Центров международной торговли – 212 делегатов из 45 стран мира.

В рамках рабочей программы прошли многочисленные дискуссии, презентации и переговоры, подписаны двусторонние деловые соглашения.

Партнером Ассамблеи выступил ЦВК «Экспоцентр», который на своем стенде представил информацию о самых крупных ежегодных мероприятиях собственной выставочной и конгрессной программы.

Свои приветствия делегатам направили Президент России Владимир Путин и Председатель Правительства Дмитрий Медведев.

Центральным событием ассамблеи стал Форум «Россия в ВТО. Старт дан» – совместное заседание делегатов и членов Правления ТПП РФ. Форум собрал руководителей и экспертов международных организаций, ТПП и промышленных компаний.

Главный вопрос – что нужно сделать, чтобы наша страна в полной мере воспользовалась открывающимися возможностями ВТО для развития экономики и усиления своих позиций на мировом рынке?

Вел мероприятие президент ТПП РФ **Сергей Катирин**.

Собравшиеся обсуждали последствия вступления России в ВТО для экономики страны с учетом опыта других стран.

В обращении, направленном делегатам Форума, генеральный директор ВТО **Паскаль Лами** отметил, что в условиях глобальной экономической нестабильности именно ВТО предлагает механизм поддержки мирового товарооборота, жизненно нужный бизнесу.

Говоря о вступлении нашей страны в ВТО, он отметил: настоящие испытания для России еще впереди. Сейчас только от российского правительства, деловых кругов страны и ее гражданского общества зависит, сумеет ли Россия воспользоваться возможностями, которые открывает перед нею членство в ВТО.

Сейчас предприниматели лоббируют свои интересы в государственных структурах. В условиях ВТО им придется защищать свои интересы самостоятельно, повышая производительность труда, снижая издержки и повышая конкурентоспособность производства

Евгений Примаков, академик, президент «Меркурий-клуба»

Председатель Совета директоров АЦМТ **Гази Абу-Нал** рассказал о работе Ассоциации, отметив, что со вступлением России в ВТО снимаются существовавшие многие годы барьеры в торговле России со странами – членами ВТО, а это, безусловно, усилит движение товаров в обе стороны и будет содействовать большему взаимопониманию и сотрудничеству бизнес-сообществ.

Генеральный директор ЦМТ Москвы **Владимир Саламатов** напомнил, что, несмотря на вступление в ВТО, до сих пор в отношении наших товаров в разных странах действуют 43 административных ограничения дискриминационного характера. Процесс их отмены идет очень медленно. «В 90 случаях из 100 мы не получаем поддержки», – сказал он.

Сам факт вступления России в ВТО пока плохо осознан нашими гражданами: свыше 60% россиян имеют приблизи-

тельное представление об этой организации. Только 10% российских компаний имеют структурные подразделения, ориентированные на работу в условиях ВТО. Почти треть предпринимателей опасается за будущее своих компаний.

Для ускорения адаптации российского бизнеса к новым условиям, ТПП РФ и ЦМТ Москвы создали специализированный бизнес-центр «Россия в ВТО», где предприниматели могут получить помощь по всем вопросам, связанным с правилами работы в условиях членства в ВТО.

Отвечая на вопросы делегатов, президент «Меркурий-клуба» академик **Евгений Примаков** заявил, что Россия не могла не вступить в ВТО. «Когда Россия открыла экономику, став частью глобальной экономики, она уже не могла игнорировать эту организацию, через которую проходит 95% мировой торговли, и которая определяет правила игры на мировых рынках. Важно, сможем ли мы защищать свой бизнес в рамках ВТО. Сейчас предприниматели лоббируют свои интересы в государственных структурах. В условиях ВТО им придется защищать свои интересы самостоятельно, повышая производительность труда, снижая издержки и повышая конкурентоспособность производства».

В течение 18-ти лет переговоров России удалось добиться достаточно хороших условий вхождения в ВТО. Конечно, не все условия выгодны для нас. Теперь необходимо эффективно использовать переходный период, отведенный на адаптацию, и научиться защищать нашего производителя в рамках ВТО – это реально, если мы не будем терять времени.

Директор департамента торговых переговоров Минэкономразвития России **Максим Медведков** отметил: в ВТО есть опасение, что придет «боль-

шая Россия» и начнет ломать то, что было сделано переговорщиками в течение многих лет.

«Мы будем работать конструктивно со всеми членами организации... Там, где есть консенсус, мы будем его подерживать. Есть другие направления, где консенсуса нет, но и здесь мы, безусловно, будем участвовать с позитивной повесткой дня», – подчеркнул он. Сегодня у России в рамках ВТО есть конкретные задачи, касающиеся защиты своего сельского хозяйства, поддержки, развития и снижения административного давления на торговлю.

Председатель совета директоров ОАО «Трубинская металлургическая компания» **Дмитрий Пумпянский** уверен, что вступление в ВТО – стимул к модернизации. Компании, которые сумели использовать длительный период переговоров о вступлении России в ВТО для реальной модернизации производства, смогут успешно конкурировать с иностранцами. Что касается запретительных мер по отношению к российскому экспорту, в рамках ВТО надо срочно решать эту проблему.

Председатель правления Ассоциации агентств поддержки малого и среднего бизнеса **Виктор Ермаков** считает, что самый большой вызов, который встает перед предпринимателями – осознание того факта, что после вступления России в ВТО жить так, как они жили раньше, больше нельзя.

Малые и средние предприятия не смогут сами адаптироваться к новым условиям без поддержки федеральных, региональных и муниципальных властей, перед которыми также возникает много проблем. Известно, что правила ВТО запрещают прямые субсидии, значит, надо, как в других странах, использовать возможности инфраструктуры и вырабатывать свои формы поддержки бизнеса.

Говоря о поддержке малого и среднего бизнеса на федеральном уровне, выступающий выделил два направления. Первое – программы поддержки бизнеса. Здесь дела обстоят неплохо. Так, если предприниматель подготовил программу модернизации производства, он может получить безвозмездную субсидию в размере до 10 млн. рублей на приобретение технологического оборудования. Второе направление работы – создание условий для ведения бизнеса, здесь еще многое предстоит сделать.

На региональном и муниципальном уровне ситуация сложнее. Многие программы поддержки бизнеса там отвечают стоящим задачам, отсутствуют необходимая инфраструктура и инструменты доведения помощи до предприятий. А главное – нет доверия, предприниматели не хотят обращаться за субсидиями. Эту ситуацию надо менять.

Советник посланника посольства КНР в Москве **Линь Цзи** рассказал про опыт использования ВТО для развития экономики своей страны. Присоединение Китая к ВТО десять лет назад стало

событием не только экономическим, но и, прежде всего, историческим и политическим, – сказал он, – Для страны это было стартом нового качественного развития экономики. Работа в рамках ВТО позволила Китаю стать первым экспортером и вторым импортером мира, занять первое место по привлечению иностранных инве-

стиций среди развивающихся стран. За то же время внутренний валовый продукт вырос в 3,5 раза. Десять лет работы в ВТО – это время интеграции китайской экономики в мировую.

В Китае сумели активизировать экономическую реформу, пересмотреть около 2300 законов

и нормативных документов, провести инвентаризацию тысяч правительственных документов на центральном и региональном уровне. В итоге, сформирована новая внешнеэкономическая система и соответствующая правовая база. Китайский бизнес научился работать по правилам ВТО и пользоваться всеми ее преимуществами.

При присоединении Китая к ВТО самыми сложными вопросами были адаптация сельского хозяйства и автомобильной промышленности. В первые годы после вступления руководство Китая проводило активную политику по развитию этих отраслей, в итоге удалось избежать серьезных сложностей. Главная задача государства в этих условиях – создание эффективного механизма, не допускающего серьезного удара по самым чувствительным отраслям экономики, которые могут проиграть от членства в ВТО.

В заключение, Линь Цзи выразил уверенность в том, что российская экономика станет открытой, современной и конкурентоспособной.

Президент Американской торговой палаты в России **Эндрю Сомерс** отметил, что вступление России в ВТО важно не только

для торговли. Процесс подготовки к этому шагу включал значительные изменения в российском законодательстве с целью гармонизации с юридическими нормами других стран. Вступление России в ВТО сделает экономику страны гораздо более жизнеспособной.

Конечно, многие российские компании в условиях открытой конкуренции с зарубежными производителями проигрывают, – отметил Эндрю Сомерс, – они не готовы к работе в условиях ВТО и требуют от структур власти на федеральном, региональном и муниципальном уровне протекционистских мер поддержки. Мы надеемся, что эти меры, если и будут применяться, то не очень долго. Протекционизм даст результат лишь в краткосрочной перспективе, в конечном итоге он задержит развитие российской экономики. Там, где конкуренция задушена, а цены остаются высокими, экономика всегда неэффективна.

В России говорят о привлечении прямых инвестиций, однако, пока российский рынок для инвесторов является самым дорогостоящим в мире. Инвесторы смотрят, куда лучше вкладывать деньги, их интерес вызывают Китай, Бразилия, США, другие страны. Если Правительство России и далее хочет повышать инвестиционную привлекательность страны, необходимо снижать издержки инвесторов – это ключевой вопрос, – отметил выступающий.

В дискуссии приняли участие президент Ассоциации европейских торговых палат EUROCHAMBRES, президент Торговой палаты Турина (Италия) **Алессандро Барберис**, уполномоченный Кабинета министров Украины по вопросам сотрудничества с Россией, странами СНГ и ЕвразЭС **Валерий Мунтиян**, президент Санкт-Петербургской ТПП **Владимир Катенев**, другие руководители и эксперты.

Настоящие испытания для России еще впереди... Сейчас только от российского правительства, деловых кругов страны и ее гражданского общества зависит, сумеет ли Россия воспользоваться возможностями, которые открывает перед нею членство в ВТО.

Паскаль Лами, генеральный директор ВТО

Многие российские компании не готовы к работе в условиях ВТО и требуют от структур власти протекционистских мер поддержки. Однако протекционизм даст результат лишь в краткосрочной перспективе, в конечном итоге он задержит развитие российской экономики. Там, где конкуренция задушена, а цены остаются высокими, экономика всегда неэффективна.

Эндрю Сомерс, Президент Американской торговой палаты в России



Сергей Алексеев: юбилей в кругу друзей



Президенту Российского Союза выставок и ярмарок, председателю Европейского отделения Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI), председателю Совета Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты и вице-президенту ЗАО «ЭкспоФорум» Сергею Алексееву исполнилось 65 лет. Разве это возраст?



Президенту Российского союза
выставок и ярмарок,
председателю Совета
Санкт-Петербургской ТПП
члену Правления ТПП РФ
С.П.Алексееву

Уважаемый Сергей Павлович!

От имени Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и от себя лично сердечно поздравляю Вас с 65-летним юбилеем!

Целеустремленный и преданный делу руководитель, Вы вносите важный вклад в развитие выставочной деятельности в России, являющейся важным рычагом экономического развития страны.

Желаю Вам здоровья, благополучия и дальнейших успехов.

Всегда рад нашему сотрудничеству.

Президент ТПП РФ С.Н.Катырин

**Выписка из Постановления Президиума ТПП РФ
«О награждении Знаком отличия Торгово-промышленной палаты Российской Федерации»**

... Наградить Знаком отличия Торгово-промышленной палаты Российской Федерации I степени:

– за большой вклад в развитие выставочной и конгрессной деятельности, укрепление международного сотрудничества, деловых связей выставочного сообщества с системой ТПП РФ:

Алексеева Сергея Павловича – президента Российского союза выставок и ярмарок, председателя Совета Санкт-Петербургской ТПП.



Уважаемый Сергей Павлович!

Примите самые сердечные поздравления членов Российского Союза выставок и ярмарок по случаю Вашего Юбилея.

Своей активной деятельностью Вы внесли значительный вклад в становление выставочного бизнеса в России. Вы достойно представляете Российский союз выставок и ярмарок в Правительстве Российской Федерации, Торгово-промышленной палате Российской Федерации, Российском союзе промышленников и предпринимателей.

Багаж знаний и опыта позволяет Вам без труда ориентироваться в специфике мирового выставочного бизнеса, содействовать динамичному развитию российской выставочной индустрии. При Вашем руководстве и участии происходило и происходит внедрение в практику новых передовых форм, технологий.

Созданный по Вашей инициативе Союз стал отраслевой профессиональной ассоциацией.

То, что РСВЯ активно работает, повышает свою роль в экономике страны - во многом Ваша заслуга. Работать с Вами всегда интересно и плодотворно. Ваша созидательная, целенаправленная деятельность помогает выставочникам выстраивать правильный курс своего движения вперед.

Именно Вы инициировали вступление Союза в UFI - Всемирную ассоциацию выставочной индустрии, которая открыла российским выставочникам широкие возможности для взаимовыгодных контактов с представителями мировой выставочной индустрии. С Вашей помощью сегодня UFI представлена 30 фирмами – членами Союза. Являясь председателем Европейского отделения UFI, Вы много делаете для роста статуса российского выставочного бизнеса в стране и за рубежом.

Как человек Вы, Сергей Павлович, покоряете своим обаянием, интеллигентностью, профессионализмом, компетентностью. Благодаря Вам наш Союз стал объединением друзей, единомышленников.

Уверены, что Ваша деятельность и в дальнейшем будет способствовать преумножению прекрасных традиций и процветанию выставочного дела в России.

В день Юбилея желаем Вам, Сергей Павлович, крепкого здоровья, жизненной и творческой энергии, успеха в любом начинании, счастья и благополучия!

**С искренним уважением и признательностью,
Члены Российского Союза выставок и ярмарок
Исполнительная дирекция РСВЯ**

Время отдыхать и время работать...



Фото предоставлены Исполнительной дирекцией РСВЯ

Все, кто знаком с Сергеем Павловичем, рано или поздно открывают его как человека яркого, многостороннего и очень интересного.

В поздравлениях по поводу юбилея сказано немало хороших слов, и все это – правда, до последней строчки. Профессионал с большой буквы, опытный руководитель, менеджер. Патриот своей страны, он обладает поистине глобальным мышлением, неслучайно его избрали одним из руководителей Всемирной ассоциации выставочной индустрии.

Но кто из выставочников знает, что Сергей Павлович не только президент РСВЯ, председатель Европейского отделения UFI, член Правления РСПП, председатель Совета Санкт-Петербургской ТПП и вице-президент «Экспофорума», но и президент Санкт-Петербургского Парусного Союза? Более сорока лет он занимается парусным спортом, в свое время ходил матросом и штурманом. Имеет звание «Мастер спорта СССР» и диплом яхтенного капитана.

Кому известно, что он награжден не только Орденом Почета и медалью «В память 300-летия Санкт-Петербурга», но и польским Кавалерским крестом ордена «За заслуги»?

К тому же он еще и человек искусства, музыкант, – прекрасно поет, играет на саксофоне. Ни одно собрание РСВЯ или другая встреча выставочников не обходится без его выступления.

Информационное выставочное агентство «ИнформЭКСПО» присоединяется к многочисленным поздравлениям! Желаем Вам, Сергей Павлович, крепкого здоровья, молодости души и сил на долгие годы! Все остальное приложится.



Дорогой Сергей Павлович!



От имени коллектива ЗАО «Экспоцентр», и от себя лично, сердечно поздравляю Вас с Юбилеем!

Позвольте выразить Вам искреннюю признательность и благодарность за Ваш неустанный труд на благо развития российской выставочной отрасли, за большой личный вклад в укрепление международных связей. Благодаря Вашим знаниям и активной жизненной позиции успешно решались проблемы становления и консолидации нашего выставочного союза.

Под Вашим руководством был создан яркий национальный бренд - «Ленэкспо». По существу, само имя Ваше - это бренд, признанный за пределами выставочного сообщества России. На протяжении многих лет Вы не только возглавляете Российский союз выставок и ярмарок, но и являетесь Вице-президентом, членом Совета директоров и Председателем Европейского отделения Всемирной ассоциации выставочной индустрии, UFI.

Можно долго перечислять Ваши заслуги, достижения и награды. Но особенно, хотелось бы отметить Ваши высокие человеческие качества – открытость, отзывчивость и умение вести диалог. Все это помогает Вам успешно преодолевать трудности и решать любые задачи.

В этот знаменательный день желаем Вам, дорогой Сергей Павлович, крепкого здоровья, счастья, благополучия и дальнейших успехов в Вашей профессиональной деятельности, в любых делах и начинаниях на благо нашей прекрасной Родины.

Крепко обнимаю,

**Генеральный директор
ЗАО «Экспоцентр» С.С. Беднов**



Уважаемый Сергей Павлович!

В этот замечательный день от имени всего дружного коллектива Всероссийского ЗАО «Нижегородская ярмарка» и от себя лично поздравляем Вас с Юбилеем!

Ваша работа требует постоянного решения задач по реализации самых перспективных и значимых проектов выставочной индустрии в нашей стране. Благодаря Вашему исключительному таланту Вас без преувеличения можно назвать профессионалом своего дела, именно Ваши деловые качества, ответственность и стремление к созданию конструктивного диалога среди выставочных комплексов дало столь бурное развитие выставочной деятельности в России в целом.

Российский Союз выставок и ярмарок, возглавляемый Вами с каждым днём приобретает свою исключительную значимость в сфере маркетинговых и торговых коммуникаций. РСВЯ с каждым годом крепнет, развивается и приобретает всё более важную роль в осуществлении поступательного развития всех выставочных комплексов входящих в Союз.

Примите самые тёплые и сердечные поздравления с Днём рождения! Желаем Вам доброго здоровья, удачи в делах, радости в жизни, совершения задуманных планов, счастья и благополучия! Пусть всегда будет добрым Ваш путь, пусть в каждом прожитом дне царят мир, гармония и любовь!

**Генеральный директор
Всероссийского ЗАО «Нижегородская ярмарка»
В.Н. Барулин**



Выставки России в первом полугодии: растет лишь число экспонентов...

Исполнительная дирекция Российского Союза выставок и ярмарок провела анализ основных статистических показателей выставок, организованных компаниями - членами Союза в первом полугодии 2012 года

В исследовании учтены статистические характеристики 283 выставок.

В расчет не вошли проекты компаний, принятых в состав Союза или выбывших из него в рассматриваемый период; мероприятия, проводимые с периодичностью более года; новые проекты, а также мероприятия, характеристики которых учтены в статистике других выставок.

Каковы итоги исследования?

В целом, объем арендованной экспонентами выставочной площади «нетто» в первом полугодии 2012 года сократился по сравнению с тем же периодом прошлого года на

8,6%, при этом количество участников выросло на 3,3%, а посетителей – снизилось на 2,9%.

Согласно полученным данным, показатель площади «нетто» крупных выставок снизился, а количество участников увеличилось немного больше, чем по всем выставкам в целом.

Таким образом, при общем снижении объемов арендованной площади «нетто» и увеличении количества экспонентов, мы видим сокращение средней площади стенда с 20 до 17 кв.м. (по всем сопоставимым выставкам) и с 32 до 26 (по сопоставимым выставкам, имеющим площадь свыше 3000 кв.м).

Таблица 1. Основные характеристики выставок, проводимых компаниями - членами РСВЯ в 2011-2012 гг.

Год	Выставочная площадь «нетто», кв.м	Количество участников	Количество посетителей
2012	870 884	49 801	2 652 297
2011	952 917	48 210	2 730 647
динамика	– 8,6%	3,3%	– 2,9%

Таблица 3. Динамика изменения показателей выставок площадью более 3000 кв. м (рассматривались 58 сопоставимых проектов)

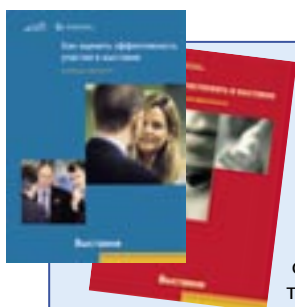
Год	Выставочная площадь «нетто», кв.м	Количество участников	Количество посетителей
2012	629 362	23 831	764 572
2011	703 653	22 301	834 466
динамика	– 10,6%	6,9%	– 8,4%

Таблица 2. Статистические характеристики выставки, проводимой компанией - членом РСВЯ в 2011-2012 гг. (в среднем)

Год	2012	2011	Динамика
Площадь выставки, кв.м	3077	3367	– 9%
Количество участников	176	170	3%
Количество посетителей	9372	9649	– 3%
Средняя площадь стенда, кв.м	17	20	– 12%

Таблица 4. Статистические показатели выставки площадью более 3000 кв. м (в среднем по 58 сопоставимым проектам)

Год	2012	2011	Динамика
Площадь выставки, кв.м	10 851	12 132	– 11%
Количество участников	411	385	7%
Количество посетителей	13 182	14 387	– 8%
Средняя площадь стенда, кв.м	26	32	– 16%



Издания РСВЯ, рассчитанные на помощь организаторам, участникам и посетителям выставок

В помощь экспоненту. Брошюры «Выставки работают», «Как участвовать в выставке с максимальной эффективностью» и «Как оценить эффективность участия в выставке» содержат краткие практические рекомендации для экспонентов. На сайте РСВЯ размещены бесплатные pdf-версии изданий.

Выставки. Ярмарки (CD-диск). Электронный каталог выставок, проводимых компаниями - членами Союза.

РСВЯ: Лучшие выставки. Ежегодное издание. Публикуется информация о выставках со Знаком РСВЯ.

С выставкой на «ты». Ежегодное пособие по выставочному делу. Публикуются материалы семинаров, результаты экономических, социологических, маркетинговых и иных исследований в сфере отечественного и зарубежного выставочного бизнеса, другая информация.

We Welcome Your Cooperation (на английском языке).

Информационное издание рассказывает о компаниях - членах РСВЯ с описанием экономической характеристики регионов.

Кто есть кто. Издание содержит информацию о руководителях организаций, входящих в РСВЯ.

Статистический обзор. Ежегодный выпуск. Публикуется статистическая информация: объемы арендованной выставочной площади, количество отечественных и иностранных участников, число посетителей выставок. Данная информация необходима для оценки потенциальными экспонентами конкретных выставок.

По вопросам приобретения изданий РСВЯ необходимо обращаться в Исполнительную дирекцию Союза:

Тел/факс: (831) 277-56-95, 244-00-79

e-mail: info@ruef.ru

http://www.ruef.ru/

Не пропустите! Всероссийский конкурс выставочного плаката на 5pEXPO-2013

Дирекция Форума выставочной индустрии 5pEXPO-2013, Российский Союз выставок и ярмарок, Информационное выставочное агентство «ИнформЭКСПО» объявляют о проведении Всероссийского конкурса выставочного плаката

На конкурс принимаются официальные плакаты выставочных мероприятий, состоявшихся на территории стран, где работают компании – члены РСВЯ, в период с 1 января 2011 года по 30 апреля 2013 года. Условия проведения Конкурса будут опубликованы позднее.

Награждение победителей конкурса состоится в рамках VII Международного форума выставочной индустрии 5pEXPO-2013, который пройдет с 6 по 8 июня 2013 года на территории ЦВК «Экспоцентр».



«Экспоцентр» вновь получил награду на международном конкурсе плаката в Пловдиве

Подведены итоги 16-го Международного конкурса выставочного плаката (International Fair Poster Competition), который ежегодно проводится Международной ярмаркой Пловдива при поддержке Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI). В этом году он состоялся с 24 по 29 сентября в рамках 68-й Международной Пловдивской ярмарки

Конкурс в Пловдиве, прежде всего, считается состязанием дизайнера. Рассматривая плакаты – победители разных лет, всегда поражаешься оригинальности взгляда дизайнеров на предложенную им сугубо конкретную техническую тему той или иной выставки. Не меньшее уважение вызывает талант воплощения идей. Любой из плакатов-победителей – подлинное произведение искусства, абстрактное и конкретное одновременно. Не стал исключением и конкурс этого года.

Как и в прошлые годы, конкурс проходил по двум категориям:

- категория 1. «Рекламный плакат, продвигающий выставочную индустрию в целом»;
- категория 2. «Плакат выставочного мероприятия».

В конкурсе участвовали 130 рекламных плакатов со всего мира.

Абсолютным победителем стал обладатель двух Гран-При в обеих категориях киевский дизайнер Андрей Жирко, автор плакатов, представленных украинской выставочной компанией «Евроиндекс».

Как и в прошлые годы, одним из победителей стал плакат «Экспоцентра», на этот раз – международной выставки «Шины. РТИ и каучуки-2012», автор – Сергей Камаев.

Впервые «Экспоцентр» стал лауреатом конкурса в Пловдиве в 2008 году. В 2009 и 2010 гг. призы конкурса получили рекламные плакаты международной выставки «Мебель».

Плакаты-победители нынешнего конкурса будут представлены на ежегодном Конгрессе UFI 2012 года в Абу-Даби.



Победитель в категории 2

Дизайнер: Сергей Камаев.

Плакат выставки «Шины. РТИ и каучуки-2012» на английском языке

Представлен ЗАО «Экспоцентр», Москва, Россия

Приглашает «Экспоцентр»



EXPOPRIORITY'2012

Действовать на опережение!



С 28 по 30 ноября 2012 года Торгово-промышленная палата России и ЦВК «Экспоцентр» при поддержке Совета Федерации, Министерства образования и науки РФ и Федеральной службы по интеллектуальной собственности проводят IV Международный форум «Expopriority-2012»

Проведение Форума «Expopriority-2012» поддержали Всемирная организация интеллектуальной собственности (WIPO), Международная торговая палата (ICC), Международная федерация ассоциаций изобретателей (IFIA), Международная федерация выставочного и конгрессного сервиса (IFES) и Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ).

Такая поддержка однозначно говорит о том, что Форум признан крупнейшим событием в сфере защиты прав на интеллектуальную собственность в странах Восточной Европы.

Главная задача Форума – способствовать созданию модели ускоренного внедрения изобретений в производство, необходимой для решения ключевой задачи промышленного развития и модернизации России.

Форум призван объединить усилия представителей власти, бизнеса, патентоведов, специалистов в сфере разработки, защиты, продвижения и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности и товарных знаков в борьбе с распространением контрафактной продукции, против подделок и интеллектуального пиратства.

Особую актуальность форуму придает то, что Россия стала полноправным членом Всемирной торговой организации. «После вступления России в ВТО вызовов для производителей и экспортеров в сфере интеллектуальной собственности и ее защиты станет больше, – убежден президент Торгово-промышленной палаты России Сергей Катyрин. – А это значит, что надо думать о будущем, действовать на опережение, вместе решать задачи, которые ставит перед нами быстро меняющаяся ситуация в мировой экономике».

Консолидация инновационного потенциала страны на одной выставочной площадке в одно и то же время представляется чрезвычайно важной для повышения инвестиционной привлекательности – как России в целом, так и отдельных новых разработок.

По словам генерального директора ЦВК «Экспоцентр» Сергея Беднова, «для ЦВК «Экспоцентр» форум «Expopriority» – это особая площадка, его визитная карточка. В отличие от отраслевых выставок и конгрессов – это место генерации идей, обсуждения глобальных проблем, волнующих миллионы людей, попытка заглянуть в будущее конгрессного и выставочного бизнеса».

Основная тема нынешнего Форума – «Интеллектуальный потенциал России: защита и реализация».

Деловая программа включает Конгресс по интеллектуальной собственности



сти «Интеллектуальный ресурс России в условиях новых вызовов» и многоотраслевую международную выставку инновационных продуктов и технологий.

В рамках Форума пройдут международные конференции «Интеллектуальная собственность в аспекте внешнеэкономической деятельности», «Зеленые инновации и охрана интеллектуальной собственности», «Инновации в туризме. Продвижение национальных брендов», состоятся панельные дискуссии «Глобальные вызовы в области интеллектуальной собственности», «Практическое применение законодательства в сфере интеллектуальной собственности», многочисленные презентации и мастер-классы. Предполагается, что основными докладчиками выступят руководители министерств и ведомств, научных учреждений, в мероприятиях примут участие ведущие российские и зарубежные эксперты.

В рамках Форума состоится традиционный конкурс инноваций. Компетентное жюри во главе с академиком РАН И. А. Соколовым в течение двух месяцев до форума рассматривает поступающие



конкурсные проекты. Победители, которых объявят на Форуме, будут удостоены наград Всероссийского общества изобретателей и рационализаторов, Всемирной организации интеллектуальной собственности и Оргкомитета. При желании они смогут презентовать свои проекты инвесторам на специальных сессиях.

Впервые на площадке Форума пройдут презентации наукоградов «Черноголовка», «Пушино», «Обнинск» и ряда других. Известные во всем мире научно-внедренческие школы предоставляют возможности для создания и продвижения продуктов научного творчества.

Будет также представлена новая программа «Инновационный лифт». Она позволит производителям инновационного продукта «пройти» все этапы реализации своих замыслов – от идеи до выпуска промышленного образца. Приобретение такого опыта и знаний станет важным подспорьем для изобретателей.

Выступая на последнем заседании Оргкомитета Форума, заместитель генерального директора ЦВК «Экспоцентр» Николай Бугаев подробно рассказал о новой концепции деловой программы. На одной площадке будет собрано несколько ключевых групп участников.

В первую войдут те, кого можно назвать создателями интеллектуальной собственности (новых технологий, проектов и пр.). Это предприятия, ВУЗы, академические и проектные институты, научные центры.

Вторая группа представляет инфраструктуру поддержки и продвижения интеллектуальной собственности. Это инвестиционные и венчурные фонды, стартапы.

Третья группа участников включает наукограды, которые одновременно и разрабатывают, и продвигают новые технологии, а также – технопарки и особые экономические зоны.

Помимо этого, «Экспоцентр» пригласил организаторов 48 выставок инновационного характера выступить на форуме и представить свои проекты.

Нет сомнений, Форум «Expriority-2012» станет в России событием года в сфере создания, защиты и продвижения интеллектуальной собственности. Форум ждет специалистов, профессионалов, изобретателей, молодежь, – всех, кому небезразлично будущее России.



«Экспоцентр» на инвестиционном форуме «Сочи-2012»

21 - 23 сентября Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр» принял участие в XI Международном инвестиционном форуме «Сочи-2012» в рамках экспозиции Торгово-промышленной палаты России. Делегацию «Экспоцентра» возглавил генеральный директор Сергей Беднов. На стенде компании были представлены крупнейшие в России и получившие мировое признание выставочно-конгрессные проекты, охватывающие ключевые сферы экономики и социальной жизни страны: «Агропродмаш», «Здравоохранение», «Мебель», «Мир детства», «Мир стекла», «Продэкспо», «Химия» и ряд других



На стенде ТПП РФ - «Экспоцентра» (слева - направо): генеральный директор компании «Экспоцентр» Нариман Эльдаров, зам. начальника отдела внешних связей ЗАО «Экспоцентр» Игорь Мацуев, генеральный директор ЗАО «Экспоцентр» Сергей Беднов, президент ТПП РФ Сергей Катырин, первый заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр» Николай Гусев, заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр» Андрей Жуковский



По традиции Форум стал площадкой для обсуждения руководителями крупнейших российских и иностранных компаний самого широкий спектр вопросов, связанных с формированием механизмов экономического роста страны, планирования будущего сотрудничества, технического оснащения и диверсификации бизнеса, представления успешных проектов и обмена опытом.

Изменение экономических условий и международных договоренностей резко повысили актуальность ряда вопросов. В частности, одной из ключевых тем нынешнего форума стала конкурентоспособность российской экономики в целом и отдельных ее секторов в условиях вступления страны в ВТО.

Данную задачу без проектов инновационной направленности не решить. Смотры «Экспоцентра», связанные с внедрением инноваций, составляют уже более 20% его выставочной программы. К числу таких выставок относятся

«Высокие технологии XXI века», «Лесдревмаш», «Металлообработка», «Навитех», «Нефтегаз», «Связь-Экспокомм», «Фотоника. Мир лазеров и оптики», «Электро», «Электротехноэкспо», Форум «БрЕХРО» и целый ряд других.

В 2012 году стартовал новый крупномасштабный проект «Экспоцентра» – Неделя «Россия инновационная», объединивший в формате единого выставочного и информационного пространства комплекс выставочно-конгрессных мероприятий инновационной тематики.

Как лучше использовать интеллектуальный потенциал страны, быстрее внедрить новые разработки, способствующие модернизации производства – на эти и другие вопросы предстоит ответить IV Международному форуму по интеллектуальной собственности «Expriority-2012», презентации которого отведено было особое внимание в экспозиции «Экспоцентра».

По мнению всех специалистов, ознакомившихся со стендом «Экспоцентра», выставки в ЦВК открывают путь на российский рынок инновационным разработкам, новой продукции и технологиям, стимулируют деловую активность, способствуют привлечению инвестиций в российскую экономику, и этот потенциал надо использовать максимально эффективно.



ЭкспоФорум

Новые технологии строительства Новые подходы в стратегии

Менее двух лет осталось до открытия нового международного конгрессно-выставочного центра «ЭкспоФорум». Всего год назад, в ноябре 2011 года, председатель Правления ОАО «Газмпром» Алексей Миллер и губернатор Санкт-Петербурга Георгий Полтавченко установили первую сваю в фундамент комплекса, который должен стать одним из крупнейших в России и самых современных в Европе. Сегодня здания комплекса уже хорошо видны при подлете к аэропорту «Пулково».



ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА

Строительство идет семимильными шагами. Павильоны, конгресс-центр, здания гостиниц и бизнес-центров уже подведены под крышу, ведутся работы по устройству наружных стен. И можно уверенно говорить о том, что «ЭкспоФорум» откроется во II квартале 2014 года.

Первая очередь комплекса будет включать три выставочных павильона площадью 40 000 кв.м, конгресс-центр с основным залом на 3500 человек и тридцатью конференц-залами различной вместимости. Пространство конгресс-центра можно трансформировать при помощи мобильных звукопроницаемых перегородок и использовать не только для проведения конференций и конгрессов, но и для организации выставок, кинопоказов, гала-мероприятий, фуршетов.

Выставочные павильоны «ЭкспоФорума» построены по безколлонной технологии. В каждом из них можно проводить выставки, конгрессы (до 7000 участников), банкеты с числом участников более 2000 человек, концертные программы и шоу.

Кроме того, специальное оснащение одного из павильонов позволяет

организовать в нем спортивные соревнования. Все здания «ЭкспоФорума» соединены между собой крытой галереей пассажа, что обеспечит комфортное перемещение посетителей внутри комплекса.

В комплекс конгрессно-выставочного центра войдут отели Hilton Hotels & Resorts и Hampton by Hilton.

перед компанией «ЭкспоФорум». Безусловно, строительство нового конгрессно-выставочного центра – это не только крупный бизнес-проект, но и социально значимое событие, которое способствует созданию привлекательного имиджа Санкт-Петербурга в глазах европейских лидеров конгрессно-выставочной индустрии.

Но городу нужна и другая сопутствующая инфраструктура. Необходим новый аэропорт, и он, как мы знаем, строится.

Следует отменить или, по крайней мере, смягчить визовый режим, и работа в данном направлении федеральными властями тоже ведется.

У Санкт-Петербурга есть много задач по развитию туристической инфраструктуры: отелей, систем муниципального транспорта, общественного питания и других.

Компания «ЭкспоФорум» планирует организовывать не менее 3 - 5 крупных международных конгрессов в год с количеством делегатов от 4 до 7 тысяч, а в зависимости от того, когда и как будут решены обозначенные выше задачи, город имеет все шансы стать одной из конгрессных столиц Европы.

МИРОВЫЕ ОРГАНИЗАТОРЫ ВЫБИРАЮТ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Поскольку крупные международные мероприятия планируются за 3 - 5, а иногда и за 10 лет до события, работа над их привлечением в город на Неве идет активно. На сегодняшний день «ЭкспоФорум» ведет переговоры о проведении в Санкт-Петербурге Мирового газового конгресса в 2021 году, Международной конференции по сжиженному газу в 2019 году.

В начале 2012 года представители «ЭкспоФорума» озвучили стратегию объединения на своей площадке



На фотографии: общий вид КВЦ «ЭкспоФорум» в 2014 году (вверху), макет будущего комплекса (внизу)

Их фонд суммарно составит 447 номеров. Эти отели станут первыми отелями гостиничного оператора Хилтон в Санкт-Петербурге.

В составе комплекса будут и таможенно-логистический комплекс мощностью на 60 еврофур в сутки, и обширная парковка на 5200 машин.

ИНФРАСТРУКТУРА В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

Уникальное географическое положение Санкт-Петербурга – одно из неоспоримых преимуществ, позволяющих сделать город центром российского конгрессно-выставочного бизнеса. Именно эта стратегическая цель стоит



крупнейших в Санкт-Петербурге отраслевых выставок и конгрессов. Кроме того, одной из ключевых задач для нас является расширение сотрудничества с крупнейшими зарубежными организаторами конгрессов и выставок.

В мае 2012 года компанией «ЭкспоФорум» было официально объявлено о запуске нового конгрессно-выставочного проекта – «Российского международного энергетического форума». Первый форум состоится уже в 2013 году и объединит ведущие отраслевые мероприятия, проводимые в Санкт-Петербурге.

Другим стратегически важным проектом для города является «Петербургский международный форум здоровья».

В июне 2012 года ЗАО «ЭкспоФорум» и «Мессе Дюссельдорф ГмбХ» в рамках Петербургского международного экономического форума подписали генеральное соглашение о сотрудничестве компаний в области развития конгрессно-выставочных проектов в Санкт-Петербурге. Стороны договорились о партнерстве крупнейшей в мире специализированной выставки медицинской промышленности и медицинских услуг Medica и «Петербургского международного форума здоровья», который впервые будет организован ЗАО «ЭкспоФорум» в 2013 году.

Кроме того, «Петербургский международный газовый форум», мероприятие компании «ЭкспоФорум»,

будет расширен за счет выставочных проектов «Мессе Дюссельдорф ГмбХ».

Рассматривается перспектива развития и других совместных мероприятий.

Еще один перспективный проект – «Автомеханика. Санкт-Петербург» – старейшее международное событие в Северо-Западном регионе в области автомо-



понентов и автосервиса в 2012 году был организован совместно «ЭкспоФорумом» и «Мессе Франкфурт РУС». В рамках стратегии консолидации проектов ведутся переговоры о включении в «Автомеханику» других российских мероприятий автомобильной тематики.

Один из крупнейших выставочных операторов из Германии MESSE ESSEN GmbH впервые в 2012 году участвовал в организации мероприятия ЗАО «ЭкспоФорум» – Международной промышленной выставки в области сварки, резки и родственных технологий «Сварка/Welding», а также выразил готовность к дальнейшему долгосрочному сотрудничеству.

В июне 2012 года во время проведения Петербургского международного экономического форума ЗАО «ЭкспоФорум» и АНО «Российско-Арабский

Деловой Совет» подписали меморандум о сотрудничестве в области организации третьей международной выставки «Арабия-ЭКСПО» и одиннадцатой совместной сессии Российско-Арабского Делового Совета. До подписания меморандума оба мероприятия ежегодно проходили в Москве.

Международная выставка «Арабия-ЭКСПО» пройдет в Санкт-Петербурге в выставочном комплексе «Ленэкспо» в 2013 году под девизом «Раскрасим белые ночи красками арабского мира». В перспективе стороны рассматривают планы продолжения сотрудничества по организации выставки «Арабия-ЭКСПО» уже в новом конгрессно-выставочном центре.

В соответствии с трехсторонним генеральным соглашением между ЗАО «ЭкспоФорум», компанией Dolphin Exhibitions Ltd. (UK) и ЗАО «Транс-тех Невы Экспозишнс», заключенным на период до 2019 года, в 2012 году форум «ТРАНСТЕК», а в 2013 году – выставка «НЕБА» в последний раз состоится на традиционной площадке в выставочном комплексе «Ленэкспо».

Начиная с 2014 года, оба мероприятия будут проходить в новом конгрессно-выставочном центре «ЭкспоФорум».

Все эти действия направлены на расширение петербургского конгрессно-выставочного рынка. Предпринимаемые шаги приносят ощутимые плоды.

Уже сегодня известно, что в 2013 году в «Ленэкспо» пройдут Мировой конгресс биохимических обществ FEBS, а также 13-я Международная Конвенция «СпортАккорд».

Отметим, что мировой спортивный саммит Россия примет впервые. Проведение такого масштабного и авторитетного спортивного события является ярким свидетельством того, что компания «ЭкспоФорум» движется в верном направлении.



Бруно Мейсснер: мы нацелены на сотрудничество!



В рамках VI Международного Форума выставочной индустрии 5pEXPO-2012, проходившего в начале июня в «Экспоцентре», состоялось ежегодное собрание членов Международной федерации выставочного и конгрессного сервиса (IFES). В работе собрания приняли участие делегаты из 32 стран, они подвели итоги работы федерации в 2011 году, утвердили планы на текущий год, обсудили стратегические задачи.

Возможности компаний – членов IFES демонстрировались на коллективном стенде в экспозиции Форума. По окончании собрания президент IFES **Бруно Мейсснер** дал эксклюзивное интервью Информационному выставочному агентству «ИнформЭКСПО».

– Скажите, чем вызван выбор Москвы и, в частности, «Экспоцентра» для проведения ежегодного собрания вашей Федерации?

– Выставочный бизнес России развивается очень активно. Мы считаем ваш рынок перспективным с точки зрения внедрения новых выставочных технологий, конструкций, материалов – они здесь нужны и востребованы.

Конечно, мы не хотим конкуренции с местными игроками рынка, рассчитываем на развитие сотрудничества и кооперации с ведущими выставочными организациями России, в частности, – нашими коллегами, компаниями выставочного сервиса.

Что касается выбора «Экспоцентра» – тут все понятно. Это ведущая выставочная площадка России, отвечающая мировым стандартам качества проведения выставочных мероприятий. Очень важно, что собрание состоялось в рамках профессионального форума выставочно-конгрессной индустрии 5pEXPO.

– Каков, по Вашему мнению, уровень подготовки собрания IFES в Москве?

– На мой взгляд, очень высокий. «Экспоцентр» показал себя надежным партнером. Мы наладили отличное взаимодействие. От имени нашей Федерации хотел бы выразить благодарность команде «Экспоцентра» за хорошую работу и настоящее русское гостеприимство.

– Каковы Ваши впечатления от Форума 5pEXPO-2012?

– Мы увидели здесь самый высокий уровень дизайна стендов. И вообще, это хорошая выставка. Думаю, что Форум в полной мере отражает современные европейские и мировые тенденции выставочного дизайна и застройки экс-

позиций. Хотелось бы, конечно, видеть здесь больше профессиональных посетителей.

Уверен, что мы также внесли вклад в успех Форума. Наши эксперты, представители IFES, выступили с докладами перед участниками и гостями, представили актуальную информацию о тенденциях развития мировой экономики, проблемах экологической устойчивости, а также – о современных технологиях в образовании и обучении, технике безопасности в выставочном бизнесе, по ряду других не менее значимых проблем.

– Что Вы, как специалист, можете сказать о качестве работы российских застройщиков?

– Российские компании в этом отношении ничем не уступают своим самым известным западным коллегам. Особо хотел бы выделить компанию «Экспоконста» – ее работы отличаются высоким профессионализмом.

– Как Вы оцениваете перспективы развития рынка выставочных услуг в мире и, в частности, в России?

– Сегодня в наибольшей степени, по сравнению с другими странами, развиваются выставочные рынки стран БРИКС – России, Бразилии, Индии, Китая и Южной Африки. Соответственно, именно там имеются перспективы серьезного роста объема услуг по строительству экспозиций и застройке стендов.

Если же говорить в глобальном аспекте, понятно, что если показатели мировой экономики будут расти, хорошее будущее ждет и наш бизнес.

Что такое IFES?

В настоящее время Международная федерация выставочного и конгрессного сервиса IFES, основанная в 1984 году, насчитывает 163 члена, в том числе: 16 национальных ассоциаций и 144 компаний из 35 стран. В целом она охватывает около 1600 специалистов.

Членами Федерации являются компании, предлагающие широкий спектр услуг, связанных с проведением конгрессных и выставочных мероприятий.

«Экспоцентр» стал членом IFES в 2011 году и с готовностью поддержал идею проведения итогового собрания этой авторитетной международной организации в рамках Форума 5pEXPO-2012.



Коллективный стенд IFES на Форуме 5pEXPO-2012

Рынок тентовых конструкций в России



Тентовые сооружения «Родер» стали в последние годы эталоном качества временных выставочных павильонов. В то же время потребители сегодня сталкиваются с рядом недобросовестных предложений в этой сфере. Что происходит на рынке?

Рассказывает генеральный директор компании «Родер» **Алексей ЛАУКАРТ**



Тентовые конструкции прочно вошли в деловую жизнь России. В качестве одного из наиболее успешных применений можно отметить их использование в конгрессно-выставочной отрасли. Многие крупные выставки, как региональные, так и международные, в настоящее время проходят в мобильных выставочных павильонах.

Какова сегодня ситуация на рынке тентовых конструкций в России?

В настоящее время на рынке присутствуют российские производители тентовых конструкций и официальные представители европейских компаний.

На наш взгляд, высокое качество предлагаемого оборудования – ключевой фактор при выборе поставщика тентовых конструкций. Кроме того, мы рекомендуем обращать внимание на квалификацию и опыт работы технических специалистов компании и монтажной бригады, уделять внимание вопросам послепродажного обслуживания, правильного хранения оборудования, возможности заказа дополнительных деталей. Чтобы быть спокойным во всех аспектах совместного проекта – убедитесь в финансовой устойчивости и прозрачности компании-поставщика.

Рынок тентовых конструкций в России находится в стадии развития, поэтому у поставщиков павильонов и шатров появляется возможность превратить данную нишу рынка в стабильно развивающийся бизнес.

В настоящее время игроков на рынке мобильных конструкций можно разделить на две группы. Первые, имея представление о ситуации и чувствуя желания своего потребителя, прикладывают все усилия для развития не только собственной компании, но и тентового бизнеса в целом. Вторые, к сожалению, лишь следуют за первыми, используя чужой опыт и наработки.

Стоимость аренды или покупки оборудования российского производства за счет использования материалов (подчас – более низкого качества) будет меньше, чем европейского. В связи с этим потребитель должен быть готов к тому, что внешний вид, прочность и долговечность таких тентов могут не оправдать его ожидания.

ИНФОРМАЦИОННАЯ НАСЫЩЕННОСТЬ РЫНКА

Тентовая компания, нацеленная на долгосрочное партнерство, стремится донести до покупателя полную информацию обо всех предложениях на рынке тентовых конструкций, о факторах, влияющих

на стоимость материалов и оборудования. Компания старается предупредить о возможных сложностях при установке павильонов, начиная со стадии разработки проекта и заканчивая демонтажом тентов, и, конечно, поможет с ними справиться.

Хорошим показателем такого подхода может служить участие в специализированных выставках, конференциях, тематических обсуждениях и круглых столах.

Компания «Родер» старается регулярно проводить семинары, посвященные различным аспектам тентового бизнеса. Подобные мероприятия – отличная возможность для потребителей тентов задать любой интересующий вопрос и познакомиться с методами работы компании на рынке.

На наш взгляд, один из самых эффективных способов донести до потребителя информацию о компании и услугах – это грамотное ведение интернет-сайта, на котором обязательно должно присутствовать подробное описание продукции, технические характеристики, возможности дополнительной комплектации и оборудования тентовых конструкций. Так, компания «Родер» регулярно представляет отчет о проведенных мероприятиях, причем, мы считаем, что в месяц должно быть выполнено минимум 3-5 проектов, с которыми может ознакомиться потребитель. Ведь для потенциального заказчика это может служить показателем активной и плодотворной работы компании-поставщика на тентовом рынке России.

Кроме того, в компании «Родер» придерживаются мнения, что одним из показателей успешного интернет-сайта является его качественное наполнение, выполненное квалифицированными сотрудниками. Вы всегда сможете отличить сайт компании «Родер» от его аналогов. Используя схожее название и наименование серий тентовых конструкций, копируя структуру интернет-сайта, некоторые конкуренты забывают об интеллектуальном труде, сделанном нашими сотрудниками (чего у компании никак не отнять). Не скрою, для компании «Родер» видеть своих двойников на рынке является комплиментом и стимулом для еще лучшей работы.

СЕРТИФИЦИРОВАННАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК ЗАЛОГ БЕЗОПАСНОСТИ МЕРОПРИЯТИЯ

К сожалению, тентовых компаний, имеющих в своем арендном парке сертифицированную продукцию не так много. Компания «Родер», одна из немногих в России прошла добровольную сертификацию, и является единственным предприятием, предоставляющим сертификаты ответственности на тентовые конструкции серий Party Tent, Big Tent и H-Line.

Недавно мы столкнулись со случаем неправомерного использования данных

названий и характеристик продукта. Некоторые конкуренты размещают у себя на сайте аналогичные названия и характеристики тентовых конструкций.

Как в таком случае подтвердить надежность и качество оборудования?

Вы всегда можете запросить у поставщика заверенные копии сертификатов на продукцию. Со своей стороны хотели бы подчеркнуть, что необходимо внимательно проверять, что документы были выданы именно той компанией, к которой Вы обратились.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТЕНТОВЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Стабильно развивающаяся и грамотная компания, работающая на рынке, в основы своей деятельности закладывает анализ потребностей настоящих и будущих клиентов, старается улучшить продукцию и качество предоставляемых услуг.

Так, компания «Родер» предложила новинку на рынке тентовых конструкций для проведения конгрессно-выставочных и презентационных мероприятий: павильон Solution, имеющий внешний вид и характеристики современного стационарного здания. Плоская крыша, возможность комплектации различными стеновыми панелями, высота стен 4, 6 и 10 м, наличие расчетной нагрузки на ферму павильона – все это позволило заявить о данной серии тентов как о мобильных сооружениях совершенно нового уровня качества. Работа с таким необычным и сложным тентом требует высокой квалификации монтажной бригады. Начиная с Авиасалона МАКС-2009, где данный тип тентовой конструкции был установлен впервые, компании «Родер» удалось сделать его популярным и незаменимым в конгрессно-выставочной области. В 2012 году в шатре Solution прошли мероприятия Саммита АТЭС в Казани и Санкт-Петербурге, мероприятия Петербургского международного экономического форума, ряд крупнейших спортивных событий (Кубок звезд по горнолыжному спорту Audi Stars Cup и пр.)

После успешного внедрения инновационного павильона компанией «Родер», на рынке стали появляться аналоги. Со своей стороны хотели бы отметить, что работа с таким необычным и сложным павильоном требует высокой квалификации технических специалистов и монтажной бригады и, в свою очередь, компания «Родер» успешно выполняет установку тентов серии Solution уже на протяжении 3 лет в различных размерах и вариантах комплектации.

Подводя итоги, хотелось бы подчеркнуть, что качественная и добросовестная работа тентовой компании в первую очередь позволяет заботиться о репутации своего клиента, и лишь затем думать о своей выгоде.

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса

Как оценить эффективность программы?

Здравый смысл подсказывает однозначный ответ. Все зависит от того, как изменятся основные финансово-экономические показатели деятельности предприятия после получения субсидии. Если возрастает выручка от реализации товаров, расширяется география поставок и номенклатура производимой продукции, увеличивается среднесписочная численность работников и их месячная зарплата и т.д., то вывод однозначен – такая форма поддержки эффективна для предпринимателя.

Если в достаточной степени при этом возрастает объем налоговых поступлений в бюджеты разного уровня, то очевидна эффективность программы и для региона.

Следует учитывать и тот факт, что не всегда положительные изменения в деятельности компании проявляются сразу по-

сле получения субсидии. Для принятия правильного решения главное – строгая отчетность, контроль и мониторинг ближайших и отдаленных результатов.

Все вышесказанное лежит в основе формирования программ и выбора приоритетных мероприятий поддержки малого и среднего бизнеса во многих регионах России.

Например, в Томске и Калининграде (см. стр. 21, 22) неизменным мероприятием программы поддержки является компенсация выставочных расходов. И, судя по тому, что объем этой помощи год от года растет, очевидно, что соответствующие программы доказали и продолжают доказывать свою эффективность.

Экспоненты, получившие помощь из регионального бюджета обязаны там в уста-

новленные сроки после окончания выставки отчитаться о первых итогах участия, а затем, в течение двух лет после получения субсидии, предоставлять сведения об изменении финансово-экономических показателей предприятия.

Все это позволяет специалистам областных администраций вести постоянный мониторинг результативности программ компенсации выставочных расходов.

Аналогичный подход принят и в Германии (см. стр. 23).

Казалось бы, иначе и быть не может, ведь это соответствует логике и здравому смыслу. Однако простой, наглядный и давно доказавший свою обоснованность механизм оценки эффективности субсидирования выставочных расходов зачастую не используется.



Москва: помогать – не помогать?

Во втором полугодии прошлого года 39 млн. руб. было выдано московским предприятиям малого и среднего бизнеса в счет компенсации выставочных расходов. Субсидию могли получить экспоненты выставок, прошедших в 2010-2012 годах, причем не только компании-товаропроизводители. Компенсировалось до двух третей затрат на участие в выставках.

В ходе реализации этой программы представители Московского центра развития предпринимательства (в то время непосредственно отвечавшего в столице за программы поддержки малого бизнеса) активно работали, буквально искали желающих получить помощь, договаривались с выставочными компаниями о привлечении экспонентов, участвовали в выставках, помогали оформлять документы на получение субсидии...

Прошло всего месяца три. В результате реорганизации Московский центр развития предпринимательства был упразднен. Ситуация изменилась кардинально.

В утвержденной Департаментом науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы программе поддержки малого и среднего предпринимательства на 2012 год компенсация выставочных расходов вообще не предусмотрена.

В мае этого года в интервью редакции заместитель руководителя Департамента Дмитрий Князев объяснил принятие такого неожиданного решения тем, что, как оказалось, отдача от бюджетной поддержки участия предприятий в выставках не вполне очевидна, трудно понять – что получает город в результате. Более того, по его словам, зачастую само предпри-

ятие не может оценить эффективность затрат, показать конкретный результат. В то же время он отметил, что обращений в Департамент по этому поводу достаточно много, большую заинтересованность проявляет Московская торгово-выставочная палата. Он признал необходимость в дальнейшем вернуться к обсуждению этого вопроса («Экспо-Ведомости», № 2-3, 2012, стр. 15).

И вот 28 сентября Департамент объявил открытый конкурс «на право заключения государственного контракта на оказание услуг по проведению комплексного анализа практики реализации конгрессно-выставочных мероприятий и результатов государственной поддержки участия в них субъектов МСП города Москвы. Разработка предложений по совершенствованию форм и механизмов поддержки субъектов МСП на основе методологии оценки регулирующего воздействия нормативно-правовых актов»

Начальная (максимальная) цена контракта 4 млн. руб.

Итоги конкурса должны быть подведены 7 ноября.

Цель исследования, по словам Дмитрия Князева, – убедиться в необходимости такой формы поддержки, как субсидирование участия малых и средних предприятий в выставках, или – развеять иллюзии на этот счет.

Для тех, кто захочет принять участие в конкурсе, публикуем очень кратко основные тезисы Технического задания.

По условиям контракта необходимо провести в рамках **качественного исследования** анализ нормативно-правового пространства и правоприменительной практики, в том числе:

- исследование зарубежного (страны ВТО, СНГ, ЕС, АТЭС) и регионального опыта (не менее 50 источников);

- выявление проблем, целей, тенденций, устойчивых форм, методик на основе основных методологических подходов;

- проведение сравнительного анализа форм, методов, эффективности, принципов;

- формирование рекомендаций к политике ОРВ (оценки регулирующего воздействия) города Москвы по обеспечению оптимальных условий совершенствования форм и механизмов, обеспечивающих повышение мер поддержки в интересах удовлетворения потребностей населения города Москвы и т.д., причем общий отчет по оценке регулирующего воздействия на выставочную деятельность субъектов МСП должен быть в объеме не менее 150 стр.

В рамках проведения **количественного исследования** предусмотрено проведение публичных консультаций с охватом всех заинтересованных групп.

Опрос руководителей субъектов малого и среднего предпринимательства, принимающих участие в выставочных мероприятиях (в количестве не менее 500) должен быть проведен в виде структурированных интервью по специально разработанной исполнителем и согласованной с заказчиком анкете. При опросе применяются методы телефонного интервьюирования, электронной рассылки анкеты и личного опроса. **Опрос является анонимным.**

В Техническом задании указан минимальный срок оказания услуг – 30 дней, максимальный – 40 дней.

На основе исследования, проведенного победителем конкурса, будет принято решение о необходимости или отказе от такой формы поддержки малого и среднего бизнеса в Москве, как компенсация выставочных расходов.



Томск: компенсация расходов на продвижение продукции – один из приоритетов

Малые и средние предприятия Томской области могут воспользоваться государственной поддержкой и получить субсидию из областного бюджета на возмещение части затрат на продвижение товаров, работ и услуг на зарубежном и российском рынке (за пределами области).

Компенсации подлежат расходы на участие в выставках и деловых мероприятиях в России и за рубежом, разработку интернет-сайтов, изготовление рекламных аудио и видеоматериалов, на рекламу в СМИ, на подготовку и сертификацию предприятий и производимой продукции на соответствие международным стандартам, а также затраты по другим статьям.

Все эти виды поддержки рассчитаны на различные группы предприятий: начинающих, состоявшихся, активно развивающихся. Безусловный приоритет – поддержка инновационных компаний, разработки которых в перспективе будут востребованы на российском и международном рынках. Они в большей степени нуждаются в поддержке государства для продвижения их разработок и продукции. Один из основных способов решения этой задачи – участие в выставках, которое, как правило, требует очень больших затрат.

Компенсация расходов на участие в выставках за рубежом

Томская область с 2006 года участвует в конкурсах Минэкономразвития России на получение (на условиях софинансирования) средств федерального бюджета для реализации в рамках региональной программы поддержки малого и среднего предпринимательства мероприятий по поддержке экспортно-ориентированных предприятий.

Экспортеры могут получить компенсацию 2/3 своих затрат на участие в зарубежных выставках. Закономерно, что этот вид поддержки востребован томским бизнесом, механизм его разработки и успешно реализуется.

Компенсация расходов на участие в российских выставках

Учитывая негативное влияние мирового финансового кризиса, Администрация Томской области в 2009 году приняла решение о расширении мер поддержки малого и среднего бизнеса. В соответствии со специальным Постановлением из регионального бюджета в настоящее время возмещаются затраты предприятий на продвижение товаров, работ и услуг за пределы области на территории России.

Компенсировуются и затраты на проезд и проживание...

В рамках программы компенсируется 50% всех затрат, связанных с подготовкой и участием в выставке. В отличие от многих других регионов учитывается при этом не только стоимость аренды площади, выставочного оборудования и размер регистрационного взноса, но и расходы на разработку и изготовление рекламных и

презентационных материалов, транспортировку грузов, проезд до места проведения выставки и на проживание.

Объемы выделенных бюджетных средств и количество компаний, получивших компенсацию, год от года растут. В последние годы ежегодно выделялось 7 - 10 млн. руб., число участников достигало 30 - 40 фирм. Динамика положительная. В то же время, Департамент развития предпринимательства и реального сектора экономики Томской области планировал более активное участие томского бизнеса в российских и зарубежных выставках.

Часть затрат компенсируется задолго до выставки...

В отличие от рекомендаций Минэкономразвития России, согласно которым экспонент получает компенсацию после возвращения с выставки и предоставления отчетных документов, в Томской области предприятие может получить до 80% суммы субсидии задолго до проведения выставки, подав заявку на получение компенсации сразу после оплаты услуг по договору участия в выставке. Оставшаяся часть субсидии перечисляется предприятию после завершения выставки и предоставления акта приема работ по договору с организатором выставки.

С чем это связано? Причин две.

Во-первых, достойное участие в выставке требует от экспонента достаточно больших единовременных затрат. Извлечь эти деньги из оборота на год достаточно сложно.

Во-вторых. Чтобы получить хорошее место на выставке, надо подать заявку и оплатить большую часть стоимости аренды экспозиции заранее. К тому же, многие устроители при предварительной оплате дают значительные скидки.

Пока такой порядок возможен лишь в отношении выставок в России. Нет сомнений, если данный подход применить к выставкам за границей, экспортеры будут участвовать в них гораздо активнее. Пока же, согласно правилам Минэкономразвития России, Администрация области имеет право компенсировать затраты предприятий на участие в зарубежных выставках лишь по их окончании.

Как получить субсидию и как отчитаться?

Чтобы получить субсидию, предприятие предоставляет в Департамент заявку, в состав которой включены документы по утвержденному перечню, в т.ч. подтверждающие произведенные затраты и фактическое участие в выставке, вплоть до фотографий и списка контактов. В состав документации входит анкета, отражающая финансово-экономические показатели деятельности предприятия - получателя поддержки за год до обращения за субсидией, на момент ее получения и прогнозные оценки на 1-2 года вперед. Среди рассматриваемых показателей – объемы поставок продукции за пределы региона на территории России и на экспорт.

В соответствии с принятым порядком компании - получатели субсидий в течение двух календарных лет, следующих за годом получения субсидии, ежегодно, до 1 апреля, представляют в Департамент «Анкету получателя поддержки», заполненную по определенной форме.

Таким образом, Департамент отслеживает реальную картину развития компаний, может оценить, как они решают задачи по продвижению продукции.

В Администрации ведется постоянный мониторинг эффективности мероприятий по поддержке малого и среднего бизнеса. Статистика показывает: предприятия, получившие поддержку, развиваются более динамично: практически все основные показатели, используемые для оценки эффективности их деятельности (объемы налогов, уровень заработной платы, обороты), у них выше средних по области.

Компенсация расходов на участие в деловых мероприятиях

В последнее время все более востребованы субсидии на участие в конгрессах, конференциях и иных деловых мероприятиях в России и за рубежом. Компенсируется 50% всех затрат, включая авиаперелет и оплату проживания.

Поддержка по этой линии осуществляется почти в тех же объемах, что и на участие в выставках, поскольку предприниматели решают здесь практически те же задачи, что на выставках. Объемы выделяемых бюджетных средств и число предприятий, участвующих в деловых встречах в последние годы резко выросли.

Что дальше?

С учетом вступления России в ВТО планируется внести ряд изменений в региональные нормативные акты, регламентирующие вопросы оказания государственной поддержки малому и среднему бизнесу. Изменения коснутся организационно-методической и финансовой поддержки выставочной деятельности.

Так, для активизации деятельности предприятий по продвижению товаров и услуг предполагается повысить долю возмещаемых предприятию затрат. Возможно, администрация возьмет на себя полную оплату выставочных площадей, и это даст возможность компаниям выезжать на большее число выставок и строить лучшие экспозиции.

Необходимо усилить финансовую поддержку коллективных экспозиций, к примеру, через введение 100% компенсации затрат на оплату аренды площади коллективного стенда и выставочных услуг.

Все выше сказанное свидетельствует, что в Томской области малому и среднему бизнесу оказывается реальная помощь, и в ближайшее время ее объемы будут только увеличиваться.

Лидия ГАЛЬКОВА,
консультант Департамента
развития предпринимательства
и реального сектора экономики
Томской области



Калининград: объем компенсации выставочных расходов постоянно растет

Условия и порядок оказания поддержки малым и средним предприятиям, а также организациям, образующим инфраструктуру этой поддержки, установлены целевой программой «Основные направления развития малого и среднего предпринимательства в Калининградской области на 2009-2013 годы»

Программа утверждена Постановлением Правительства Калининградской области от 13 февраля 2007 г. № 57.

Общий объем финансирования Программы на 5 лет составляет 1 274 949,09 тыс. руб., в т.ч. за счет средств областного бюджета – 333 795,19 тыс. руб.; федерального бюджета – 931 153,90 тыс. руб.; внебюджетных источников – 10 млн. руб.

На 2013 год запланировано финансирование в сумме 292,7 млн. руб.

В октябре 2011 года Постановлением Правительства Калининградской области в Программу внесли существенные изменения и дополнения.

Разработке новой редакции документа предшествовал анализ опыта поддержки малых и средних предприятий в других регионах России и определение эффективности реализации мероприятий в прошлые годы.

Расчеты показали, что если по итогам работы в 2010 году на каждый выделенный в качестве субсидии рубль компании выплатили 0,35 руб. налогов в бюджеты всех уровней, то в 2011 году данный показатель составил 2,57 руб.

Неизменно одним из мероприятий Программы является субсидирование части затрат малых и средних предприятий на участие в выставках.

Такая форма поддержки способствует росту конкурентоспособности отечественных товаров и услуг, усилению их позиций на российском и зарубежных рынках.

Условия предоставления субсидий

В течение 2010–2011 годов Министерством по промышленной политике, развитию предпринимательства и торговли Калининградской области компенсировались затраты субъектов малого и среднего предпринимательства только на участие в выставках, проходящих за пределами Калининградской области.

Начиная с 2012 года, субсидированию подлежат расходы на участие в выставках и внутри региона, что позволяет компаниям малого и среднего бизнеса более активно выдвигать свою продукцию на внутренний рынок.

Расходы в иностранной валюте на участие в выставках за рубежом компенсируются в российских рублях по курсу Банка России на день осуществления платежа.

Компенсируются расходы в размере не более 2/3 от суммы фактически осуществленных затрат на участие в выстав-

ках, проходивших на территории России в течение 12 месяцев до даты объявления конкурсного отбора.

Субсидированию подлежат только расходы на аренду выставочных площадей, оборудование стенда (дизайн, застройка и аренда презентационного оборудования), оплату регистрационного взноса.

Не компенсируются расходы на доставку оборудования, проезд, проживание, питание, изготовление рекламной информационной продукции.

К участию в Конкурсе не допускаются компании, работающие в сфере оптовой или розничной торговли, производства табака и алкоголя.

Как определяется эффективность поддержки предприятий малого и среднего бизнеса для региона?

Предприятие - получатель субсидии по истечении трех месяцев со дня зачисления денег на его расчетный счет должен представить в Фонд поддержки предпринимательства Калининградской области отчет об использовании полученных средств.

Это необходимо для подтверждения экономической и социальной эффективности субсидии.

В дальнейшем в течение двух лет с даты получения первой субсидии предприятие обязано два раза в год (до 1 июня и до 1 декабря) представлять отчет о дальнейшем развитии компании в адрес Фонда поддержки предпринимательства для проведения мониторинга.

Все отчеты затем передаются в областное Министерство по промышленной политике, развитию предпринимательства и торговли для контроля и дальнейшего мониторинга.

После анализа полученных данных делаются выводы об эффективности компенсации выставочных расходов экспонентов (для конкретных предприятий и для региона в целом).

Итоги реализации Программы поддержки выставочной деятельности

По мероприятию «Субсидирование части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях» в 2012 году объем финансирования из областного бюджета достиг 5 млн. руб.

Впервые для финансирования региональных затрат на поддержку выставочной деятельности в Калининградской области были привлечены средства федерального бюджета – 15 млн. руб.

В течение последних трех лет объемы поддержки нарастают.

В 2010 году получателями субсидий стали 6 компаний, работающих в пищевой промышленности, производстве мебели и стройматериалов (по 1 предприятию), янтарной отрасли (3 фирмы).

В ходе встреч представителей администрации области с предпринимателями был согласован примерный перечень выставок, по которому субсидируются затраты.

Компании, получившие субсидии в 2010 году, приняли участие в выставках «Продэкспо», «Мосбилд», «Мебельный клуб», «Текстильлегпром», «Технический текстиль» (Москва) и «JUNWEX» (Москва, Санкт-Петербург). В итоге, они заключили 83 договора, по многим из которых сотрудничество продолжается и сегодня.

В 2011 году субсидии получили 14 компаний, в том числе 13 предприятий, работающих в сфере обрабатывающего производства. Они участвовали в выставках «Питерювелир» (Санкт-Петербург), «JUNWEX» (Москва, Санкт-Петербург), «Мосбилд», «Ювелир», «Лучшие украшения России», «Новый русский стиль», «Ситуационный центр» (Москва), «Уралювелир - Весна» (Екатеринбург), «Самарская жемчужина» (Самара), «Интерювелир» (Сочи), «Эксклюзив» (Ростов-на-Дону), «Сибювелир» (Новосибирск), «ЮжУралЮвелир - Осень» (Челябинск), «Ambermart» (Гданьск).

По итогам участия заключено 179 договоров, по большей их части сотрудничество продолжается до сих пор.

В первом полугодии 2012 года субсидии достались 7 компаниям, работающим в мебельном бизнесе (2 предприятия) и производстве ювелирных изделий (5 фирм).

Всего за указанный период времени субсидии на сумму 7,6 млн. руб. получили 27 малых и средних предприятий. Они арендовали более чем 1500 кв. м. выставочной площади.

О признании важности такого вида поддержки бизнеса говорит тот факт, что в сентябре 2012 года субсидии на компенсацию части затрат по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях (в том числе – в выставках в сфере инноваций) получили уже 20 малых и средних предприятий. Общая сумма выделенных средств составила 5 495 498,78 руб.

С 22 октября будет объявлен дополнительный и завершающий в этом году конкурс, на котором планируется израсходовать оставшуюся часть федеральных средств в размере 9,5 млн. рублей.

Помимо мероприятий по поддержке участия предприятий в российских выставках, в Калининградской области поддерживается и участие экспортно-ориентированных компаний в выставках за рубежом (в рамках реализации мероприятий по поддержке малого и среднего предпринимательства в сфере экспорта).

Редакция благодарит за содействие в подготовке материала Екатерину ОНОПКО, начальника отдела координации работы с предпринимателями Калининградской ТПП

Как оценить эффективность участия предприятий в выставках?

Немецкий опыт

Пока у нас идут споры, и представители власти зачастую говорят, что не могут объективно оценить бюджетную эффективность компенсации выставочных расходов, а значит, оказание такой формы поддержки малому и среднему бизнесу остается под вопросом, в Германии действует простой административный механизм подобной оценки. Быть может, стоит посмотреть на немецкий опыт и попробовать его адаптировать к России? Благо, как представляется, серьезных сложностей на этом пути быть не может. Было бы желание...



В Германии действуют различные программы финансовой поддержки участия немецких предприятий в выставках внутри страны и за рубежом, как на федеральном, так и на региональном уровне. Практически в каждой федеральной земле есть подобные программы. Существуют два направления бюджетного финансирования: формирование коллективных экспозиций предприятий, которые оплачивают аренду площади и сервисные услуги по ценам, сниженным на 50 – 80% в сравнении с прайс-листом непосредственных организаторов мероприятий, и частичная компенсация расходов отдельных экспонентов, участвующих в выбранных ими выставках.

Сегодня мы рассмотрим основную федеральную программу компенсации выставочных расходов в Германии, которую реализует Министерство экономики и технологий (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie - BMWi). Главная цель программы – поддержка выхода на международный рынок молодых инновационных предприятий. Требования к участникам следующие: численность – до 50 работников, максимальный годовой оборот – 10 млн. евро; фирма должна быть основана в Германии и работать на рынке менее 10 лет.

Министерство компенсирует до 80% выставочных затрат экспонентов. Обычно для них строится коллективная экспозиция на основе улучшенной стандартной застройки с единым оформлением.

Непосредственной организацией экспозиций занимаются частные выставочные компании – операторы, которые имеют успешный опыт такой работы. Контроль за их деятельностью осуществляет Федеральное ведомство экономики и экспортного контроля (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle - BAFA).

Рассмотрим, как определяется эффективность участия в выставках немецких предприятий, получивших финансовую поддержку в рамках этой программы. Свои разъяснения по этому вопросу дала специалист по связям с общественностью и прозрачности рынка Ассоциа-

ции немецких торговых ярмарок AUMA **Рут Николаи** (i.V. Ruth Nicolai).

Как отбираются выставки, на которых строятся немецкие экспозиции?

Первоначально включение в программу BMWi выставок внутри Германии и за рубежом осуществляется на основе рекомендаций профессиональных отраслевых ассоциаций, которые сообщают, в каких мероприятиях уже участвовали компании, входящие в их ассоциацию, и какие из выставок они считают эффективными для продвижения бизнеса.

Кто и как определяет эффективность участия в выставках?

Представители каждого предприятия по окончании выставки заполняют специальную анкету BAFA, в которой подробно сообщают о результатах участия: контактах, переговорах, предварительных заказах и перспективах сотрудничества. Помимо этого, они дают свою оценку выставке и результатам участия в ней.

Компенсация выставочных расходов поступает на счет экспонента только после выставки, когда оператор коллективной экспозиции письменно подтвердит, что представители данной компании действительно работали на стенде и по завершении выставки заполнили анкету BAFA.

Все заполненные анкеты поступают в BAFA и регистрируются там.

Примерно через полгода после выставки BAFA рассылает экспонентам новую анкету, в которой просит указать уточненные результаты участия (коли-

чество контрактов и заказов по результатам договоренностей, заключенных на выставке), а также – сообщить, собирается ли компания вновь участвовать в той же выставке и считает ли целесообразной государственную поддержку участия в ней немецких предприятий.

На основе постоянно поступающей информации эксперты BMWi и BAFA регулярно подводят итоги действия программы и оценивают эффективность участия немецких предприятий в отдельных выставках внутри страны и за рубежом.

В итоге специалисты делают выводы о развитии программы и необходимых изменениях (продолжение реализации плановых мероприятий на существующем уровне, расширение, свертывание, прекращение), а также – принимают решения, касающиеся конкретных выставок: включение или исключение их из программы; расширение или сокращение присутствия немецких компаний; увеличение, сохранение или уменьшение компенсационных выплат и пр.

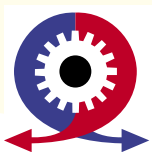
Специалисты BMWi, BAFA, отраслевых союзов и выставочных операторов регулярно встречаются и обмениваются опытом, чтобы определить, какие выставки являются наиболее эффективными для продвижения бизнеса немецких предприятий, и соответственно, должны быть включены в программу BMWi. Для участия в этих консультациях приглашают также организаторов выставок за рубежом.

В целом, оценка эффективности бюджетного финансирования участия немецких предприятий в выставках определяется за счет действия четкого механизма обязательного анкетирования экспонентов – участников программы, и регулярного анализа поступающей информации экспертами Федерального министерства экономики и технологий и Федерального ведомства экономики и экспортного контроля с участием специалистов отраслевых ассоциаций и выставочных операторов.

Редакция благодарит за помощь в подготовке материала генерального директора компании «Профессиональные выставки» Хуберта Деммлера



РОССИЙСКАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ НА MSV 2012



Президент Чехии Вацлав Клаус:

«Было принято абсолютно верное решение – присвоить России статус «Почетного гостя», нам следует двигаться в направлении стран с работающей, а не застойной экономикой».



Экспозиция была представлена в духе современных технологий. В многофункциональном зале, наряду с демонстрацией действующего оборудования, натуральных экспонатов и мультимедийных презентаций была организована и площадка для проведения переговоров, круглых столов и тематических сессий, B2B встреч и пресс-конференций, а также других мероприятий деловой программы.



Эффективность деловых встреч, неоднократно отмеченная участниками выставки, обусловлена качественной организационной работой, как предшествующей мероприятию, так и осуществляемой непосредственно во время выставки. Существенную помощь в подготовительной работе оказали Посольство и Торговое представительство России в Чехии.



Мартин Куба и Георгий Каламанов открывают российскую экспозицию на MSV-2012

Оригинальность дизайна на российской экспозиции – открытость, эстетика, нестандартные конструкторские решения, единая стилистика и практическая функциональность гармонично сочетались со стеклянными сводами старинного выставочного павильона, что явилось определяющим фактором для организаторов MSV при выборе лучшей экспозиции.

Особый колорит добавило выступление ансамбля русской народной песни.

Вацлав Клаус знакомится с российской экспозицией



Гостями российского павильона стали Президент Чешской Республики Вацлав Клаус, Премьер-Министр страны Петр Нечас и Министр промышленности и торговли Чехии Мартин Куба, Посол России в Чехии Сергей Кисилев и Торговый представитель России в Чехии Александр Туров, которые в сопровождении Главы российской делегации заместителя Министра промышленности и торговли Российской Федерации Георгия Каламанова осмотрели российскую выставку, познакомились с российскими проектами и экспонатами.



НАШИ ПОБЕДЫ

- Российская экспозиция признана лучшей на MSV 2012.
- Томский государственный университет (ТГУ) получил золотую медаль в конкурсе Gold Medal MSV 2012 за проект «Технология и оборудование для производства функциональных наноструктурных неорганических неметаллических покрытий».

УВЕЗЛА НА РОДИНУ ДВА «ЗОЛОТА».

На многочисленные вопросы журналистов о перспективах российско-чешского сотрудничества Глава российской делегации заместитель Министра промышленности и торговли РФ Георгий Каламанов ответил неопровержимыми данными статистики: «В 2011 году российско-чешский товарооборот вырос на 18,2 % и составил 9,9 млрд долларов».

Сергей Кисилев выступает на «Бизнес-дне России»



СТАТИСТИКА MSV 2012

ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ
1873 компании из 32 стран мира

ПОСЕТИЛИ
70 тыс. человек из 50 стран

ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС:
Более 200 000 кв. м.

ТЕМА ГОДА:
Промышленная автоматизация



Александр Кобенко выступает на «Бизнес-дне России»

В рамках «Бизнес-дня Российской Федерации», организованного ТПП Чехии по странам СНГ и Минпромторгом России для встречи представителей бизнес-сообществ России и Чехии, Министр экономического развития, инвестиций и торговли Самарской области Александр Кобенко представил экономический потенциал и стратегические проекты региона.



Представители Деловой России и ТПП России в Восточной Европе подготовили и провели круглый стол на тему «Взаимные инвестиции – их поощрение и защита». Участники мероприятия, как с российской, так и с чешской стороны отметили особую актуальность темы в условиях вступления России в ВТО.

«Сегодня 60% поставщиков комплектующих изделий для легковой автомобильной промышленности сосредоточено в Самарской области. Товарооборот Чехии и Самарской области в 2011 году составил 50 млн. долларов, – отметил он. – Это уже превысило докризисный уровень товарооборота Чехии и Самары».



Впервые в российской практике был использован деловой формат «120 секунд», когда участникам российских и чешских компаний предоставлялась возможность ровно за 2 минуты рассказать о своей продукции и заинтересовать потенциальных покупателей или инвесторов.

Пётр Нечас осматривает российскую экспозицию.

ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ОАО «РЖД» (г. Москва):

Достигнуты договоренности с Boden-Press Werk Daden, PRAKAB, Monteco, Metal Studenka о реализации совместных проектов и программ.

ООО «НПО «Санкт-Петербургская электротехническая компания (Санкт-Петербург г. Пушкин)

Подписан протокол о намерениях с крупнейшей чешской машиностроительной компанией Alta a. s. и достигнута договоренность о встрече на уровне первых лиц компаний после окончания выставки.

ОАО «НИИИзмерения» (г. Москва)

Заключены договоры о намерениях с Micro – Epsilon и Contek6 Galika A6 – поставка чешским станкостроителям систем активного контроля при обработке на станках, создание партнерства по кооперации в оснащении станочного оборудования.



С успехом прошли презентации действующего инновационного оборудования, представленного 10 компаниями Москвы. В церемонии открытия Дня Москвы Генеральный директор региональной ТПП города Брно Петр Байер, Генеральный консул России в Брно Андрей Шарашкин и Глава делегации Москвы заместитель начальника управления промышленной политики Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы Анна Бринева отметили огромный потенциал и перспективы развития сотрудничества Москвы и Южномаравского края.

Для повышения эффективности участия в экспозиции компаний ИНКОННЕКТ разработан цифровой каталог для iPad, который послужил удобным навигатором по российской выставке. С помощью приложения каждый мог найти интересующую его компанию, получить предварительную информацию об ее сфере деятельности и определить местоположение организации.



РОССИЙСКАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ

Более 300 представителей из 87 компаний Москвы, Самары, Новосибирска, Екатеринбурга и других регионов России.

«Профессиональные выставки» – в Европе и Азии



Компания «Профессиональные выставки» работает на российском рынке в течение нескольких лет и хорошо известна как официальное представительство выставочного центра NuernbergMesse и ряда независимых выставок Германии. Но вот в последнее время на ее сайте появилось приглашение принять участие в ряде ведущих промышленных выставок в Китае, Индии и на Ближнем Востоке, а также – посетить их. С чем это связано, и каковы планы работы на ближайшее будущее? Рассказывает генеральный директор компании **Хуберт ДЕММЛЕР**

– Первый вопрос коснется общей ситуации, волнующей всех участников выставочного рынка. Как Вы оцениваете вступление России в ВТО?

– Сегодня все говорят об угрозах российским производителям. И это имеет основания. Но, может быть, стоит вспомнить, что ВТО открывает двери и для продвижения российского бизнеса в мире? Конечно, для этого должны сложиться два условия. Во-первых, речь идет о продукции, конкурентоспособной на мировых рынках. И, во-вторых, для ее продвижения надо использовать лишь лучшие отраслевые выставки, на которых концентрируются новейшие инновационные разработки и решения.

Российские специалисты изучают ситуацию на мировом выставочном рынке и ясно видят, что значительная часть таких выставок проходит в Нюрнберге, а NuernbergMesse является одной из самых современных динамично развивающихся выставочных компаний.

Практически все инновационные выставки в Нюрнберге: Sensor+Test, it-sa, TechnoPharm, Powtech, Embedded world, Biofach, Vivaness – это не только прямая дорога российских производителей на международный рынок, но и настоящая кладовая мирового опыта, до краев наполненная новациями, идеями, техническими решениями. Все это жизненно необходимо для модернизации и технологического обновления экономики России.

Закономерно, что поток российских специалистов на выставки в Нюрнберг год от года растет, причем многие из них прямо говорят: не быть на этих выставках просто нельзя, иначе тебя перестанут считать профессионалом.

– Выставочная программа компании NuernbergMesse всегда развивалась активно и наступательно. Специалисты компании выбирали самые актуальные инновационные темы для новых проектов. Что происходит сегодня? Продолжается ли эта традиция?

– Безусловно. Сегодня мы продвигаем два принципиально новых проекта.

Во-первых, это крупнейшая европейская выставка по информационной безопасности IT Security Expo (it-sa), которая стала центром обмена опытом по таким направлениям, как защита от кибер-преступности, сетевая безопасность в Интернете, облачные технологии, защита баз данных и мобильных устройств, IT-безопасность в промышленности. Выставка вызвала большой интерес специалистов в России, в этом году ее участниками стали несколько российских компаний.

Второй проект – выставка и конгресс Automotive engineering expo 2013 соберет самых авторитетных экспертов в области проектирования, дизайна, изготовления и сервисного обслуживания корпусов автомобилей. Уверен, что в России найдется немало серьезных дизайнеров, инженеров-конструкторов и производителей, которым есть что показать на мировом смотре автомобильной инженерной мысли.

– Чем вызван ваш «поход в Азию»?

– Ситуация в мировом выставочном бизнесе постоянно меняется. Мы видим быстрое развитие новых рынков, перераспределение потоков экспонентов и посетителей, прежде всего, на сторону Азии. Компания «Профессиональные выставки», следуя этой тенденции, не ограничивается европейскими выставками. Мы приглашаем российские предприятия принять участие в крупнейших выставочно-конгрессных мероприятиях в Индии, Китае и на Ближнем Востоке, тем более что им есть, что предложить потенциальным партнерам в этих странах. Готовы также оказать помощь в посещении этих выставок.

– И как это выглядит на практике?

– Сегодня мы говорим о трех регионах мира, расскажу кратко о каждом из них.

Ближний Восток – самое новое для нас направление. Недавно подписано соглашение с компанией Omanexpo, организатором международной выставки BIG Show в Омане, посвященной развитию

инфраструктуры и строительного сектора. В принципе, юг Аравийского полуострова – стабильный регион, который активно развивается на основе доходов от продажи нефти и газа. Здесь строится много современных зданий, объектов городской инфраструктуры, дорог, водных объектов. Многие российские компании имеют богатый опыт проектирования и строительства в этой сфере, и арабский рынок для них очень привлекателен.

Индия. Мы будем усиливать наши действия на этом направлении. Нет сомнений, для России индийский рынок перспективен, по крайней мере, в сравнении с китайским, где уровень конкуренции в некоторых сегментах экономики существенно выше. Целый ряд отраслей промышленности Индии нуждаются в ускоренном развитии, и опыт российских компаний здесь мог бы пригодиться.

Китай. Совсем недавно мы стали заниматься китайской выставкой Global Trade Show. Работаем непосредственно с организаторами, приглашаем производителей из России, Украины, Белоруссии, Армении. На этом смотре ждут компании, работающие в сфере автомобилестроения, сельскохозяйственной техники, химической промышленности, энергетики, ряда других отраслей.

Очень интересна международная выставка пластмассовой и каучуковой промышленности ChinaPlast-2013, которую мы специально отобрали и включили в свою программу в связи с тем, что именно эта отрасль чрезвычайно перспективна для продвижения бизнеса российских производителей в Азии.

– Как Вы помогаете российским специалистам?

– С каждым из них работаем индивидуально.

Наша компания гарантирует качественное решение всего комплекса вопросов по организации участия и посещения выставок в Германии, Индии, Китае и Омане. Выбор мероприятий, как вы видите, достаточно велик.

Так что, звоните и приезжайте!

приглашает компания PROFESSIONAL FAIRS

Где искать инновации?

На лучших промышленных выставках в Германии, Индии и Китае!

Выставки в мире:

КИТАЙ, Шанхай



METALWORKING AND CNC MACHINE TOOL SHOW
06.11. – 10.11.2012
Международная выставка металлообработки и машиностроения.
Ежегодно. www.metalworkingchina.com

ИНДИЯ, Ахмедабад



Vibrant Gujarat Global Trade Show 2013
11.01. – 13.01.2013
Международная многоотраслевая выставка.
Раз в два года. www.vibrantgujarat.com

ИНДИЯ, Бенгалуру



Fensterbau / frontale India 2013
07.03. – 09.03.2013
Международная специализированная выставка «ОКНА, ДВЕРИ И ФАСАДЫ».
Ежегодно. www.frontale-india.com

ИНДИЯ, Горегаон



ACREX INDIA 07.03. – 09.03.2013
Международная специализированная выставка холодильного оборудования и кондиционирования.
Ежегодно. www.acrex.org.in/

КИТАЙ, Гуанджоу



Chinaplas 20.05. – 23.05.2013
Китайская международная выставка пластмассовой и каучуковой промышленности.
Ежегодно. www.chinaplasonline.com



Представитель компании NuernbergMesse в России
компания «Профессиональные выставки»
Тел.: +7 (499) 128-46-71, + 7 (499) 500-02-15,
e-mail: info@professionalairs.ru, www.professionalairs.ru

Выставки в Нюрнберге:



SPIELWARENMESSE 30.01. – 04.02.2013
Международная выставка игрушек. № 1 в мире.
Ежегодно. www.spielwarenmesse.de



BIOFACH 13.02. – 16.02.2013
Ведущая всемирная выставка биопродуктов.
Ежегодно. www.biofach.de



VIVANESS 13.02. – 16.02.2013
Специализированная выставка натуральной косметики и средств по уходу за телом. Ежегодно.
www.vivaness.com



FEUER TRUTZ 20.02. – 21.02.2013
Специализированная выставка безопасности и противопожарной защиты. Ежегодно.
<http://www.feuertrutz-messe.de/en/>



EMBEDDED WORLD 26.02. – 28.02.2013
Международная выставка и конференция «Информационные технологии и телекоммуникации».
Ежегодно. www.embedded-world.de



ENFORCE TAC 07.03. – 08.03.2013
Международная выставка и конференция «Обеспечение правопорядка, безопасность и тактические решения». Ежегодно. <http://www.enforcetac.com/de/>



IWA & OUTDOORCLASSICS 08.03. – 11.03.2013
Международная отраслевая выставка охотничьего и спортивного оружия, аксессуаров и оснастки для отдыха. Ежегодно. www.iwa.info



European Coatings SHOW 19.03. – 21.03.2013
Международная специализированная выставка лакокрасочной промышленности. Раз в два года.
www.european-coatings-show.com



POWTECH 23.04. – 25.04.2013
Международная специализированная выставка технологий и оборудования для механической обработки и аналитических систем. Раз в полтора года.
www.powtech.de



TechnoPharm 23.04. – 25.04.2013
Международная специализированная выставка. Процессы биотехнологий. Фармацевтика. Продукты. питания. Косметика. Раз в полтора года.
www.technopharm.de



SENSOR+TEST 14.05. – 16.05.2013
Международная специализированная выставка и конгресс. Сенсорные технологии и измерительная техника. Ежегодно. www.sensor-test.com



Stone+tec Nürnberg 29.05. – 01.06.2013
Международная специализированная выставка «Природный камень и технологии его обработки».
Раз в два года. www.stone-tec.com



Automotive engineering expo 04.06. – 06.06.2013
Международная выставка автомобильного машиностроения. Ежегодно.
www.automotive-engineering-expo.com



IT-SA 08.10. – 10.10.2013
Международная специализированная выставка по информационной безопасности. Ежегодно.
www.it-sa.de



PERIMETER PROTECTION 14.01. – 16.01.2014
Международная выставка, посвященная вопросам защиты периметра, контроля доступа и безопасности построек и жилых зданий.
Раз в два года. www.perimeter-protection.de



EUROGUSS 14.01. – 16.01.2014
Международная специализированная выставка «Литье под давлением».
Раз в два года. www.euroguss.de

Они представляют Россию...



Российские компании, самостоятельно участвующие в выставках за рубежом, продвигают имидж страны ничуть не хуже, чем национальные экспозиции



Наши компании тратят огромные средства на самостоятельное участие в зарубежных выставках, оплачивая при этом все необходимые расходы: аренду площади, застройку экспозиции, авиаперелеты, проживание в гостиницах (которые, к слову, во время крупных мероприятий в 3 - 4 раза взвинчивают цены).

Из бесед с российскими экспонентами становится ясно, что большая их часть давно не надеется на государство.

Так как же они действуют? Как выглядят индивидуальные стенды российских компаний за рубежом?

ГЛАВНОЕ – БИЗНЕС

Закономерно, что практически все наши экспоненты концентрируются на решении конкретных задач: укреплении репутации фирмы, продвижении новых технологий и разработок, максимально наглядной и убедительной презентации продукции, поиске деловых партнеров.

В то же время чаще всего они стараются не акцентировать внимание на российском происхождении фирмы и ее продукции. По крайней мере, по внешнему виду и оформлению стенда понять это практически невозможно.

Руководители компаний сознательно позиционируют свои предприятия как игроков международного рынка, предлагающих продукцию мирового качества.

При этом, – и здесь нет никакого парадокса, – даже без национальных флагов и гербов на стенде, именно такие экспоненты лучше, чем кто либо продвигают имидж России за рубежом, причем за собственный счет, без какой-либо поддержки государства.

Характерный пример: одной из самых значимых новаций на крупнейшей в мире выставке торгового и выставоч-

ного оборудования EuroSHOP-2011 в Дюссельдорфе стала российская выставочная система INFINITYCONST (конструкция быстровозводимых сборно-разборных каркасов оболочек), которую производит петербургская компания Studio Dega (фото 5).

Не менее наглядно соседство двух стендов на международной выставке встроенных компьютерных технологий Embedded World-2011 в Нюрнберге – американской Texas Instruments – мирового лидера в разработке и производстве интегральных микросхем, и российской компании Fastwel, производителя электронного оборудования.

Конечно, так бывает не всегда. Случается, оформление, дизайн и наполнение стенда буквально мимикрируют под нечто иноземное. Вот, например, экспозиция Группы компаний «КиН» (Москва) на мировой продовольственной выставке SIAL-2008 в выставочном центре Paris Nord Villpente в Париже. Здесь превалировали настоящие (не по названию, а по сути, по происхождению) французские коньяки производства винодельческого хозяйства «Домен де Бруа», принадлежащего московской компании. Соответственно, и стенд выглядел абсолютно французским (фото 4).

КОГДА ИМЯ СТРАНЫ ПРИНОСИТ ПРИБЫЛЬ...

В некоторых случаях, когда факт российского происхождения товаров и услуг необходим экспоненту для рекламной кампании, его выдвигают на первый план и всячески пропагандируют.

Обычно это происходит в двух случаях.





4

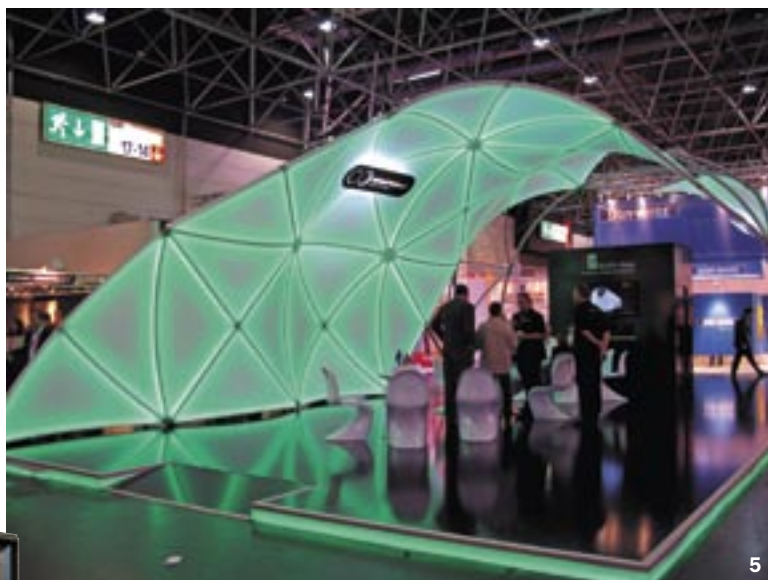
Во-первых, когда компания предлагает себя в качестве бизнес-партнера в России.

И, во-вторых, при реализации маркетинговых задач по продвижению той или иной продукции и торговой марки.

Характерно, что яркие ассоциации, связанные с именем России, в рекламных целях используют не только отечественные, но и зарубежные компании. Порой – почти в гротескных формах. Как иначе, к примеру, можно рассматривать стенд, на котором швейцарская фирма Tovaritch & Spirits International SA на выставке SIAL-2008 презентовала водку «Товарищ». Видно, по мнению хозяев бренда, именно так должна выглядеть хорошо выпившая русская матрешка (фото 6).

На той же выставке можно было видеть стенд голландской фирмы с огромными плакатами «Лучшие сыры из России» на русском и английском языках.

Дело в том, что данная компания имеет птицефабрику в России, а в сознании европейцев наша страна до сих пор



5

ассоциируется с бескрайними просторами и нетронутой природой (насколько это верно – другой вопрос).

РОССИЯ ВДОХНОВЛЯЕТ ВСЕХ...

На выставке EuroSHOP-2011 находился стенд с большим плакатом, на котором был напечатан один из самых ярких и запоминающихся образов Санкт-Петербурга – вид с Невы на Зимний дворец и Исаакиевский собор. Однако, вопреки ожиданиям, принадлежал он голландской фирме Salespromotor BV и никоим образом с Россией связан не был (фото 8).

В заключение хотелось бы отметить, что в настоящее время целевое финансирование из федерального бюджета предусмотрено лишь для организации единых российских экспозиций на некоторых зарубежных выставках. Вопрос о такой же целенаправленной поддержке самостоятельных экспонентов, если они не являются малыми и средними предприятиями, никогда не поднимался и в контексте продвижения имиджа страны не рассматривался.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ



6

Фото автора. Представлены стенды следующих компаний:

1. Fastwel (Россия), Embedded World-2011;
2. Выборгский судостроительный завод (Россия), SMM-2010;
3. Neurosoft (Россия), Medica-2011;
4. «КиН» (Россия), SIAL-2008;
5. Studio Dega (Россия), EuroSHOP-2011;
6. Tovaritch & Spirits International SA (Швейцария), SIAL-2008;
7. «Медиком» (Россия), Medica-2011;
8. Salespromotor BV (Голландия), EuroSHOP-2011



7



8

ЭТО ИНТЕРЕСНО!

Как съесть Subaru?

Какие сувениры компании-экспоненты готовят к выставкам и дарят своим партнерам и представителям прессы? Чаще всего – авторучки, флэш-ки и разного рода бизнес-аксессуары. Конечно, почти всегда они оригинальны и эксклюзивны, но при этом – вполне ожидаемы.

Но разве может выставочный сувенир быть абсолютно непредвиденным, отличаться таким богатством фантазии и воображения, что гость скажет: ах!

Может!

Именно это доказали сотрудники компании Subaru Motor LLC на Московском международном автомобильном салоне этого года. На выставке они презентовали модель нового спортивного автомобиля Subaru BRZ и дарили ... настоящий тульский пряник в форме этого автомобиля – не такой большой как оригинал, но для пряника более чем весомый – 650 грамм.

На фото: оригинал и его вкусный тульский дублер.



Mercedes-Dog – это круто!



Обычно «игрушки для взрослых» называют либо нечто заведомо дорогое, из жизни миллионеров, – автомобили, яхты, бриллианты, либо конкретные предметы из области, мягко скажем, любви и эротики.

На Московском международном автомобильном салоне на территории экспозиций ведущих мировых автопроиз-

водителей (именно территорий, можно ли назвать «стендом» футбольное поле?) в этом году построили небольшие лавки-магазинчики, в которых продавали фирменную атрибутику с логотипом любимого бренда – все, что хотите, начиная с очков и заканчивая элитными швейцарскими часами.

Главная особенность этих торговых точек – цены – ну, не просто, а очень высокие. Купит ли случайный человек собаку с кивающей головой от Mercedes-Benz за 1795 рублей, или небольшого плюшевого мишку с фирменным шарфом от той же компании за 2460 рублей?

Вряд ли.

Но истинный ценитель Mercedes-Benz – не откажется.

Впрочем, у этой цены есть еще одно преимущество.

Именно здесь «безлошадный гражданин», безнадежно мечтающий о дорогом авто, может присоединиться к клубу избранных – с собакой или мишкой.

Вот уж поистине – игрушки для взрослых.

New York, New York...



В начале августа в Москве по традиции прошла «Строительная неделя Московской области» – вполне состоявшаяся выставка, добротная, профессиональная, нужная специалистам.

В этом году площадь экспозиции составила свыше 10 тыс. кв. м. Участникамисмотр стали 36 муниципальных образований Московской области и более 150 компаний из Москвы, Московской области и регионов России.

Впрочем, выставка, точнее говоря – приглашение на нее, порадовало не только строителей, но и журналистов – ввиду будущей библиографической редкости.

Главным украшением официального приглашения на «Строительную неделю Московской области», посвященную 55-летию стройкомплекса региона (прямо под Георгием Победоносцем) стала знаменитая фотография строительных рабочих, сделанная Левисом Хайном (Lewis Hine) на строительстве 102-этажного небоскреба Empire State Building в Нью-Йорке, одного из самых знаменитых в мире. Официальное открытие здания состоялось 1 мая 1931 года. Сколько лет прошло, а гениальная композиция по-прежнему вдохновляет...

Впрочем, понять это можно, фотография Левиса Хайна – как «Броненосец Потемкин» в кинематографе: трудно найти более яркое и впечатляющее изображение рабочих-строителей.



Двойная жизнь Spielwarenmesse...

Уникальный опыт – организатор выставки создал собственную глобальную социальную сеть!



Одной из главных тенденций развития мирового выставочного рынка в наши дни стало превращение ведущих выставок в базовые бизнес-площадки своих отраслей.

Что это значит?

Самый характерный пример подобного рода дает выставка Spielwarenmesse в Нюрнберге.

Речь идет о крупнейшем в мире специализированном смотре игрушек и товаров для детей.

Статистика 2012 года впечатляет: 2776 экспонентов, в том числе 1913 иностранных, 76 055 посетителей, 106 638 кв.м площади «нетто». В рамках выставки ежегодно проходят конгрессы, сами по себе являющиеся для отрасли событием мирового масштаба, – Toy Business Forum и Global Toy Conference.

Выставка активно продвигается во всех глобальных социальных сетях. План экспозиции, каталог и иная полезная информация доступна в Интернете как на стационарных компьютерах, так и на всех видах существующих мобильных устройств с различными операционными системами.

Все это, безусловно, заслуживает уважения. Тем не менее, подобных выставок в мире немного, но они все же есть.

Чем же выделяется Spielwarenmesse, и чем может служить примером для немецких и российских коллег?

Прежде всего тем, что она действительно вышла за пределы выставочной площадки. В наши дни бренд Spielwarenmesse у профессионалов ассоциируется не только с выставкой, но и с ведущими интернет-площадками, собирающими специалистов индустрии товаров для детей со всего мира.

Из чего состоит интернет-составляющая бренда?

Во-первых, это собственный интернет-портал выставки www.spielwarenmesse.de, на котором можно найти все, что нужно или может понадобиться экспоненту, посетителю и журналисту для работы на выставке, плюс – широкий выбор информации о развитии отрасли.

Далее следует специализированный портал [World of Toys \(http://www.world-of-toys.org\)](http://www.world-of-toys.org), посвященный развитию отрасли

игрушек и товаров для детей в мировом масштабе, отдельных частях света и крупнейших странах – об этом, в частности, говорят разделы сайта: Asia-Pacific, Europe, India, Japan, Middle East, North America, Russia, South America. Помимо этого, здесь имеются отраслевые новости и, разумеется, развернутое приглашение в Нюрнберг на Spielwarenmesse и

циальными партнерами и потребителями продукции.

По состоянию на сентябрь 2012 года в этой сети зарегистрировано около 10 000 участников – представителей промышленных предприятий, торговых фирм, поставщиков услуг, профессиональных ассоциаций и средств массовой информации (при этом 60% пользователей живут и работают за пределами Германии).

Таким образом, организаторы выставки не просто расширяют и продвигают сайт своего мероприятия, но стремятся занять как можно больше глобального виртуального пространства, связанного с профильным сегментом рынка.

Порталы под единым брендом Spielwarenmesse дают исчерпывающую информацию о развитии отрасли игрушек, создают условия для общения и продвижения бизнеса. Специалист, поняв, что эти ресурсы удовлетворяют его интересы и решают большую часть возникающих проблем, может уже и не искать другие.

И последнее, о чем нельзя не сказать.

В течение года в разных городах и странах проходят деловые мероприятия – встречи, презентации и конференции, посвященные анализу рынка игрушек и товаров для детей, и, одновременно, продвижению выставки Spielwarenmesse.

Многие из них носят характер вебинара, то есть – транслируются в свободном доступе в Интернете. Вся эта работа ведется совместно с отраслевыми ассоциациями и предпринимателями. В качестве примера можно привести всероссийский вебинар Spielwarenmesse, который прошел в Москве 11 сентября 2012 года.

Казалось бы, зачем устраивать крупнейшей мировой выставки, безусловного лидера в своем сегменте, вести столь масштабную работу по завоеванию виртуального пространства и продвижению бренда в разных странах мира?

Ответ предельно прост: чтобы оставаться лидером, дабы даже теоретически не пропустить тот момент, когда кто-то молодой и нахальный начнет наступать на пятки.

Spielwarenmesse это не грозит, даже с учетом того, что выставке пошел седьмой десяток – в 2013 году она состоится в 64-й раз.

Несмотря на возраст, а может быть, и благодаря ему, выставка сама остается молодой.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ



все родственные выставки мира, в которых так или иначе участвует компания, включая Toys & Kids Russia в Москве.

Но и это не все. Прямо на сайте можно заполнить бланк, и вам будут бесплатно высылать регулярные обзоры международного рынка отрасли World of Toys Newsletter.

Но, пожалуй, самым значительным достижением дирекции выставки в виртуальной среде стало создание собственной социальной сети (<https://www.yourtoycom.com>).

Участниками сети YourToyCom могут стать и отдельные лица, и компании, которые получают возможность совершенно бесплатно пропагандировать свой бизнес и общаться в профессиональной среде с коллегами, потен-

Хороший баран дорого стоит!

К 100-летию Первой всероссийской выставки овцеводства 1912 года в Москве

Представитель германского сельскохозяйственного общества в Берлине профессор Аухаген «принес приветствие на русском языке и указал, что на выставке ему довелось встретить породы, о которых понятия не имел в Германии»

Начиная с первой Публичной выставки российских мануфактурных изделий 1829 года в Санкт-Петербурге, количество торгово-промышленных выставок в стране росло, а их специализация усложнялась. Наряду с общепромышленными смотрами, охватывающими все стороны экономической жизни, появились выставки мануфактурные и сельскохозяйственные, а далее – многочисленные специализированные мероприятия. Что характерно, устраивали их не частные компании, а отраслевые объединения при активной поддержке, а порой – и непосредственном участии государственных учреждений и органов местного самоуправления. В итоге, эти выставки изначально рассматривались как явления общественной жизни.

Не стала исключением и Первая всероссийская выставка овцеводства, состоявшаяся в Москве с 20 по 30 сентября 1912 года.

По отзывам современников, этот смотр представлял собой более чем колоритное зрелище. Огромные заросшие шерстью бараны, козлы с рогами-саблями и курдючные овцы с испугом глядели на окружающую их толпу, в которой встречались крестьяне в традиционной одежде, дамы в шикарных шубах (несмотря на сентябрь), господа в шляпах-котелках, офицеры, чиновники, студенты, в общем – весь срез русского общества.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, ИЛИ – ПОЧЕМУ В УПАДКЕ ОВЦЕВОДСТВА

НЕЛЬЗЯ ВИДЕТЬ ЧТО-ТО НЕИЗБЕЖНОЕ?

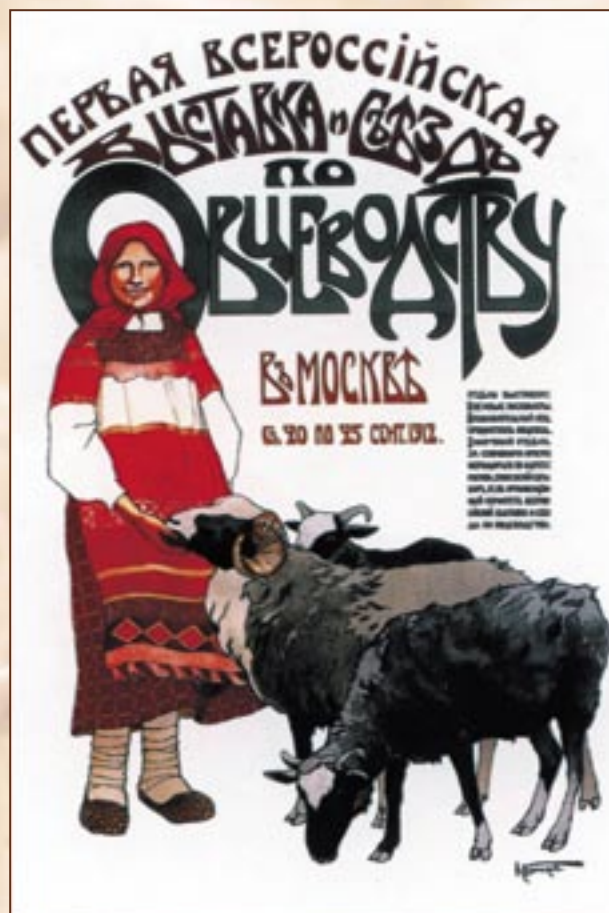
Какой была главная цель выставки и сопровождавшего ее съезда?

Показать покупателям лучшие породы животных, обменяться опытом и найти деловых партнеров?

Разумеется, но не только. Устроители ставили более серьезную задачу – общими силами найти пути решения самых сложных проблем отрасли, характерных не только для овцеводства, но и всего сельского хозяйства России.

Прежде всего, речь шла об «упадке, а места и о полном исчезновении южно-русского мериносового овцеводства и перекочевке овцеводов в Средне-Азиатские степи. Отсюда – все более и более крупные потери для русского народного хозяйства при оплате растущего ввоза иностранного сырья». ¹ В то же время «мериносы, исчезающие на юге, удерживаются в более интенсивных хозяйствах западных губерний. Этот факт служит достаточным доказательством того, что в том упадке, который наблюдается в русском овцеводстве, нельзя видеть чего-то неизбежного, и что здесь возможны существенные и прочные улучшения, рассчитанные на неопределенное будущее». ¹

Выход из сложившейся ситуации специалисты видели только в одном – повсеместном распространении интенсивных форм овцеводства, ха-



Плакат А.Комарова «Первая Всероссийская выставка и съезд по овцеводству 1912 года»

актерных для стран Западной Европы и Северной Америки. Российская Империя отставала от них весьма существенно. По данным статистики на начало 1912 года, овцеводство различных государств характеризовалось следующими показателями: в Европейской России на 100 жителей приходилось 34 овцы, во Франции – 45, в Англии – 66, в США – 67. ¹

Не менее остро стоял вопрос о дальнейшей судьбе крестьянского овцеводства, точнее – переменах, которые несли ему коренные изменения в общем строе крестьянского хозяйства, вызванные столыпинской аграрной реформой, в частности, правом крестьян на свободный выход из общины и закрепления за собой наделной земли в наследуемую частную собственность.

РАЗДЕЛЫ И ЭКСПОЗИЦИЯ, ОТ КАРПАКУЛЕЙ ЭМИРА БУХАРСКОГО ДО ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛОДИЛЬНИКОВ...

Первая всероссийская выставка овцеводства, устроителем которой выступило Московское общество сельского хозяйства, открылась в Москве 20 сентября. «Председатель организационного комитета статс-секретарь А.С. Ермолов произнес речь, в которой очертил значение и задачи выставки в настоящий момент, когда русское сель-

ское хозяйство переживает переходный период, старые формы и первобытные условия содержания скота отживают и сельское хозяйство вступает в полосу интенсификации»², после чего объявил выставку открытой.

За два месяца до этого момента, в июле, «Торгово-промышленная газета» сообщала, что предстоящий смотр будет состоять из трех отделов:

- 1) живые экспонаты (с подотделом коз);
- 2) показательный отдел продукции овцеводства;
- 3) научный.¹

Таким образом, изначально планировалось, что выставка будет носить преимущественно научно-образовательный характер. Однако, что не удивительно в эпоху капитализма, значительную часть экспозиции составили стенды и экспонаты коммерческих фирм.

Тем не менее, ведущим и главным стал отдел живых экспонатов, напоминавший широко раскинувшуюся ярмарку. Здесь находились свыше 1600 овец и 200 коз – представители всех пород, разводимых в России, причем, как отметил А.С. Ермолов, «разнообразие их столь велико, что на выставке имеются породы, доселе почти неизвестные».² Вот как описывает это изобилие журналист: «На выставке представлены: из короткохвостых – северная и романовская овца, из курдючных – калмыцкие, киргизские и туркменские овцы, чунтуки, кавказские породы, бухарские и туркестанские. Из жирнохвостых – волошские, карпакули эмира бухарского, крымские (малич, пырные), кавказские породы (тушинские и карачаевские). Из длиннохвостых – простые деревенские, сокольские и решетиловские, чушки, цыгайские. Английские мясные овцы – лейстер, линкольн, ромнимарш, гемпшир, пропшир, мериносы, метисы разного рода. Козы – зааненской, ангорской, русской, кавказской, киргизской, дагестанской, карачаевской, туркестанской, кабардинской и других пород».²

В той же статье отмечается, что общее впечатление от экспозиции, безусловно, положительное, выставка показала, что «русское мериносое овцеводство, если и сокращается численно, то в качественном отношении улучшается, проявляя способность к дальнейшему развитию и совершенствованию в направлении мясошерстного овцеводства».²

В «Показательном отделе» находились разного рода машины, механизмы, аппараты и приспособления, средства по уходу за животными и многое другое.

Известные торгово-промышленные фирмы представили коллекции образцов оборудования для производства камвольной пряжи.

Общество суконных фабрикантов экспонировало образцы заграничной шерсти и партии отечественной продукции: 56 видов грубой русской шерсти, искусственную овчинку, образцы мезерицкого и мундирного сукна, а также – «ворсильные шишки, с успехом разводимые ныне в Туркестане, призванные заменить собою шишки, идущие к нам из Авиньона».²

На одном из прибалтийских стендов мастерица в национальном платье показывала способы домашней обработки шерсти, принятые у латышей.

Но более всего гостей привлекала наглядная демонстрация купания овец и баранов в жидкости «темса», предохраняющей от заболевания коростой. На глазах публики животных шестами загоняли в заполненное до краев огромное корыто, и некоторое время там удерживали – над поверхностью выступали лишь бараньи головы.

В рамках научного отдела Департамент земледелия представил диаграммы, иллюстрирующие

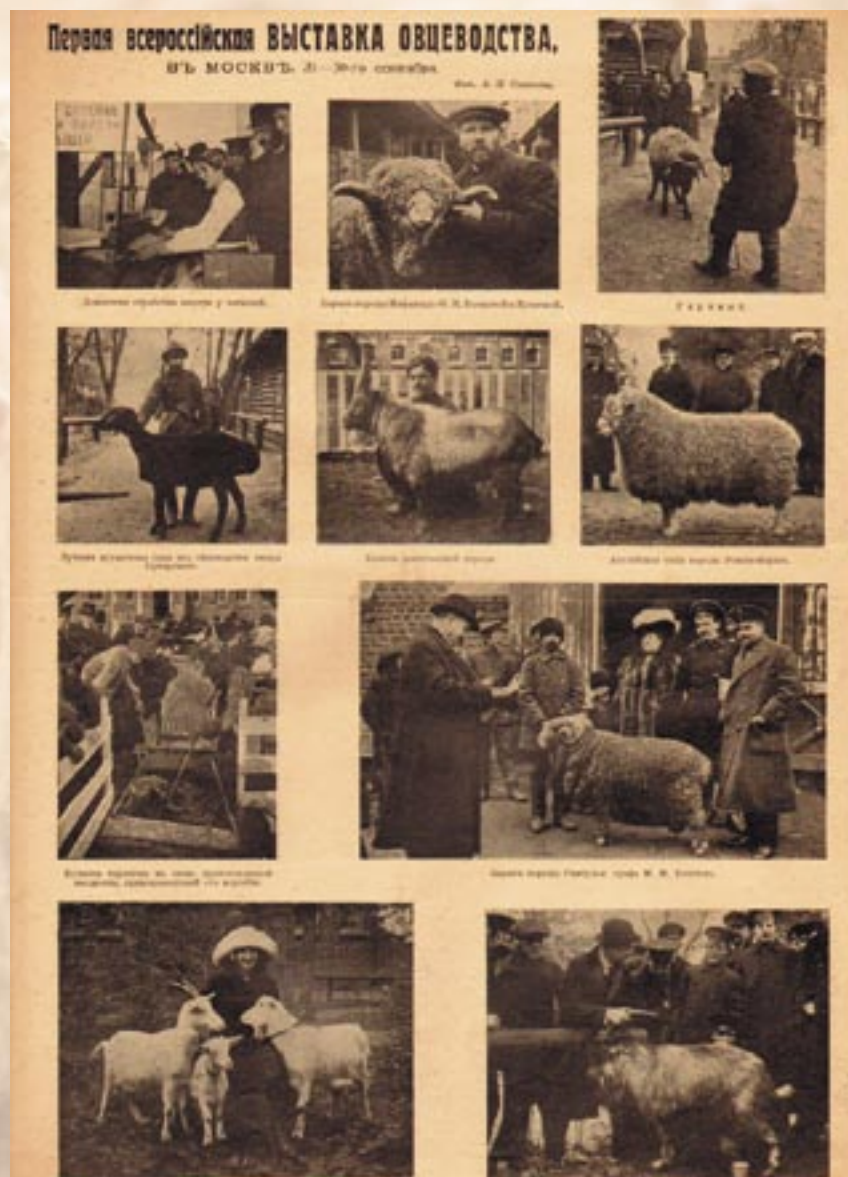
статистику торговли шерстью, сукном и трико в России. Свои картограммы и диаграммы выставило Общество суконных фабрикантов.

Помимо трех «профильных» разделов неожиданно для многих на выставке появился еще один отдел – холодильный.

В начале июля, за два месяца до открытия, в газете было напечатано следующее объявление.

«Организационное бюро по устройству холодильного отдела на предстоящей Всероссийской выставке овцеводства в Москве при Московском обществе сельского хозяйства обратилось ко всем фирмам, занимающимся холодильными устройствами или имеющими то или иное соприкосновение с холодильным делом, с приглашением принять участие в проектируемом отделе выставки. Бюро запрашивает, какие экспонаты желали бы выставить отдельные фирмы.

Согласно решению выставочного комитета, плата за места под экспонаты взиматься не будет, равно как и потребная вода и электричество для машин будут предоставлены бесплатно...



Журнал «Искры», №38, 1912. Первая всероссийская выставка овцеводства в Москве. 20–30-го сентября. Фот. А. И. Савельева. Подписи к иллюстрациям:

- домашняя обработка шерсти у латышей;
- баран породы Инфандато О. П. Волковой и Кривской;
- упрямый;
- лучшая курдючная овца из овцеводства эмира Бухарского;
- козел дагестанской породы;
- английская овца породы Ромпи-Марш;
- купанье баранов в особо приготовленной жидкости, предохраняющей от коросты;
- баран породы Рамбулье графа М. М. Толстого;
- козлята ангорской породы;
- козел русской породы А. С. Ермолова.



«Энциклопедический словарь
Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона».
Иллюстрации: породы овец.

Отметив громадное значение искусственного холода в деле колонизации и оживления наших богатых, но почти пустынных окраин, оратор призвал правительство к широкому расходованию государственных средств на это дело, указав, что все материальные жертвы в этой области окупятся сторицей...

Согласно решению выставочного комитета, плата за места под экспонаты взиматься не будет, равно как и потребная вода и электричество для машин будут предоставлены бесплатно. Выставка будет носить показательный характер без выдачи наград за лучшие экспонаты. Ответы от запрошенных фирм, организаций и учреждений предполагается получить в самом непродолжительном времени и во всяком случае не позже 1 августа».³

Создание серьезной промышленной экспозиции в течение двух месяцев – случай для того времени совершенно беспрецедентный. В начале XX века выставки назначались за два-три года до намеченной даты проведения, и все это время шла деятельная подготовка. Неудивительно, что совершить подобный «подвиг» стало возможным лишь благодаря бесплатности места и подвода коммуникаций, а также – совмещения по времени с отраслевым конгрессом. Усилия организаторов не пропали даром. В холодильном отделе производители представили самые современные холодильные машины, вагоны-ледники и изоляционные системы.

Кто за это платил? Устроители отдела договорились о льготах с выставочным комитетом, и, помимо этого, получили небольшую бюджетную поддержку. «Московский холодильный комитет обратился в Министерство Торговли и Промышленности с ходатайством о выдаче ему пособия на устройство выставки. Министерство Торговли и Промышленности признало возможным ассигновать на этот предмет 500 р.»⁴ (в 1910 году пуд пшеницы на оптовом рынке стоил 90 копеек, ржи – 60 копеек).⁵

Стоит отметить, что деятели холодильного дела не впервые «привязали» свою экспозицию и очередной съезд к выставке животноводов. Двамя годами ранее, в 1910 году, они точно также исползовали Всероссийскую выставку мясного откормленного скота, продуктов его убоя, холодильных и колбасных машин в Москве (см. «Экспо-Ведомости», №2, 2010, www.informexpo.ru). Подобная практика – отказаться от устройства собственного смотра и присоединиться к скотоводам, объяснялась отнюдь не желанием облегчить себе жизнь, напротив, это было сложнее. Все оправдывала цель – вплотную приблизиться к главным потребителям промышленной холодильной техники: производителям, поставщикам и перевозчикам мясной продукции.

НА СЪЕЗДЕ ОВЦЕВОДОВ

ИЛИ – ОТЧЕГО БАРАНИНА ЕСТЬ ОСНОВАНИЕ МЯСНОГО ДОВОЛЬСТВИЯ РУССКОЙ ДЕРЕВНИ...

Как и сегодня, сто лет назад отраслевая выставка не мыслилась без конгресса, правда, тогда он носил имя Первого всероссийского съезда по овцеводству, проходившего с 23 по 25 сентября.

Открывая съезд, член Государственного Совета статс-секретарь А.С. Ермолов произнес приветственную речь, в которой указал: «в последнее время наблюдается заметное улучшение качественной стороны русского овцеводного хозяйства, что сказалось и на повышенном интересе иностранных государств к организованной в Москве выставке».⁶

Председателем съезда был избран тот же А.С. Ермолов, товарищами (заместителями) председателя стали С.И. Четвериков и профессор М.И. Придорогин,

Далее от лица Главного Управления Землеустройства и Земледелия (выполнявшего в Российской Империи функции нынешнего Министерства

сельского хозяйства) съезд приветствовал князь А.И. Урусов.

Представитель германского сельскохозяйственного общества в Берлине профессор Ауахген (Auhagen) «принес приветствие на русском языке и указал, что на выставке ему довелось встретить породы, о которых понятия не имел в Германии».⁶

Далее выступили представители государственных, общественных и научных учреждений.

Один из устроителей съезда В.И. Денисов в большой программной речи рассказал о «переселении русского овцеводства»⁶ в Сибирь: владельцы хозяйств, занимавшиеся овцеводством, в массовом порядке переселялись в Сибирь, где им предоставляли земли и возможность развивать свое дело. Выступавший призвал Главное Управление Землеустройства и Земледелия сохранить в смете Департамента сельскохозяйственной экономики выделение средств для предоставления кредитов на перенесение овцеводческих хозяйств в Сибирь.

По мнению профессора Московского сельскохозяйственного института Придорогина, в стране наблюдалось «постепенное изменение «географии» русского мериносового овцеводства, неуклонно переходившего с крайнего юго-запада на восток. В настоящее время замечается вытеснение тонкорунного овцеводства, благодаря прогрессу техники в значительной мере сгладившей разницу между грубыми и тонкими шерстями».⁶

Другой ключевой темой стал продовольственный вопрос. «Князь А.Г. Щербатов отметил, что баранина есть и должна быть основанием мясного довольствия русской деревни, и что главной задачей съезда является выработка мер к поднятию и улучшению именно крестьянского овцеводства, для которого вопрос о мясе теперь важнее всех других».⁶

Представитель Общества суконных фабрикантов Н.Т. Каштанов настоятельно рекомендовал производителям и посредникам снижать цены на шерсть и прочее сырье для фабричного производства, говоря точнее, он «отметил одно явление последнего времени, оказывающее громадное влияние на судьбы промышленности – явление, которое можно назвать «демократизацией» спроса и заключающееся в том, что потребитель стремится

получить прежде всего наиболее дешевый продукт. С этим считается уже мировая промышленность, с этим же должны считаться и овцеводы».⁶

Профессор С.А. Федоров выступил с докладом, по итогам которого съезд принял решение рекомендовать создание в Москве «научно-технического института для исследования шерсти, главных способов и машин по ее обработке, кондиционного учреждения, организации правильной статистики шерстяного дела и постоянного органа съездов представителей шерстяного дела».⁶

Заключительное собрание съезда для принятия окончательной резолюции состоялось 27 сентября под председательством С.И. Четверикова.

По всем вопросам, прозвучавшим в выступлениях, съезд принял конкретные резолюции.

Прежде всего было решено, что, с целью упорядочения русского овцеводства необходимо создание Всероссийского Союза овцеводов, призванного объединить всех участников рынка – крестьянские хозяйства, посредников, перевозчиков, суконных и шерстяных фабрикантов.

Помимо этого, участники съезда сошлись во мнении, что требуется создание особого «кондиционного учреждения», для начала – в Москве, а потом, в случае успеха, и в других городах Империи. Речь шла о складах временного хранения продукции (с оплатой по специальному тарифу), где должны проводиться аукционы и «кондиционы» (оптовые закупки продукции, отвечающей определенным требованиям - кондициям).

По предложению князя А.И. Урусова съезд постановил образовать особую комиссию для всестороннего рассмотрения вопроса об изменении таможенных ставок по отношению к грязной и мытой шерсти.

По докладу Общества суконных фабрикантов было «выражено пожелание о пересмотре существующего железнодорожного тарифа в сторону понижения, особенно для перевозки такого сравнительно дешевого товара, как грязная шерсть, а равно и произведений из русских грубых шерстей».⁷

СЪЕЗД ПО ХОЛОДИЛЬНОМУ ДЕЛУ

ИЛИ – К ВОПРОСУ О ЗНАЧЕНИИ ИСКУССТВЕННОГО ХОЛОДА В ДЕЛЕ КОЛОНИЗАЦИИ ПУСТЫННЫХ ОКРАИН

Торжественное открытие VI съезда по холодильному делу, в котором приняли участие около 200 делегатов, состоялось 22 сентября.

Первым выступил почетный председатель съезда Московский Городской Голова Н.И. Гучков, указавший на огромное значение холодильного дела с точки зрения интересов широких масс населения. «Сознавая выдающееся значение съезда в частности для московского городского управления, приступающего к устройству грандиозного холодильника при городских бойнях, Московская городская дума ассигновала 1000 рублей в пособие по организации съезда»⁸, – отметил он.

Председателем съезда был избран член Государственного Совета В.И. Денисов, товарища (заместителями) председателя: профессора Д.Н. Головин и А.В. Дедюлин, С.Ф. Сциславский и Б.М. Свидзинский.

От имени Петербургского комитета по холодильному делу съезд приветствовал В.И. Денисова, изложивший первые шаги и дальнейшие успехи молодого холодильного дела в России.

С главным докладом о государственно-экономическом значении холодильного дела выступил профессор И.Х. Озеров. «Отметив громадное значение искусственного холода в деле колонизации и оживления наших богатых, но почти пустынных окраин, оратор призвал правительство к широкому расходованию государственных средств

на это дело, указав, что все материальные жертвы в этой области окупятся сторицей, причем их можно было бы проводить по смете расходов на переселение. Речь профессора Озерова, призывавшая правительство, земства, города и частную инициативу к совместным дружным усилиям в деле скорейшего насаждения у нас планомерной холодильной организации с целью пробуждения дремлющих производительных сил страны, встретила живое одобрение съезда».⁸

В течение трех последующих дней делегаты выслушали ряд докладов на самые разные темы. Приведем названия лишь некоторых из них:

– «Москва как потребительский центр скоропортящихся продуктов по данным московского порайонного комитета»;

– «Продовольственные мероприятия и законодательство по холодильному делу»;

– «Страхование в холодильном деле».

Как и планировалось, съезд принял целый ряд конкретных решений и рекомендаций.

Поддержав предложения делегатов, съезд «вынес пожелание о том, чтобы городские и земские управления озаботились скорейшим осуществлением построек холодильных складов как при центральных рынках, так и при бойнях, не только в целях санитарных, но и для урегулирования цен на предметы первой необходимости».⁹

По докладу М.Т. Зароченцева съезд поручил Московскому холодильному комитету разработать проект нормальных условий эксплуатации холодильных складов, который впоследствии должен был быть представлен на Всемирном холодильном конгрессе в Чикаго.

Помимо этого, делегаты образовали комиссию из представителей холодильных комитетов для выработки программы следующего съезда, условий образования русской группы на конгрессе в Чикаго и решения других вопросов.

Прошло сто лет. Люди сменили одежду, обзавелись мобильными телефонами и компьютерами, вышли в космос... И холодильники в каждом доме. И лишь овцы, козлы и бараны, позирующие вместе со своими владельцами на фотографиях вековой давности, ничуть не изменились...

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ

ЛИТЕРАТУРА

1. Всероссийская выставка и съезд по овцеводству. «Торгово-промышленная газета», № 174, 28 июля (10 августа) 1912 года
2. А. Нестроев. Открытие выставки овцеводства и холодильного дела. «Торгово-промышленная газета», № 218, 22 сентября (5 октября) 1912 года
3. Холодильный отдел на выставке овцеводства. «Торгово-промышленная газета», № 152, 3 (16) июля 1912 года
4. Всероссийская выставка и съезд деятелей по холодильному делу. «Торгово-промышленная газета», № 205, 5(18) сентября 1912 года.
5. Ежегодник газеты «Речь» на 1912 год, С.-Петербург, 1911.
6. Открытие всероссийского съезда по овцеводству. «Торгово-промышленная газета», № 221, 26 сентября (9 октября) 1912 года
7. Закрытие съезда по овцеводству в Москве. «Торгово-промышленная газета», № 225, 30 сентября (13 октября) 1912 года
8. Съезд по холодильному делу. «Торгово-промышленная газета», № 220, 25 сентября (8 октября) 1912 года
9. А. Нестроев. Закрытие съезда по холодильному делу в Москве. «Торгово-промышленная газета», № 225, 30 сентября (13 октября) 1912 года

Съезд «вынес пожелание о том, чтобы городские и земские управления озаботились скорейшим осуществлением построек холодильных складов как при центральных рынках, так и при бойнях, не только в целях санитарных, но и для урегулирования цен на предметы первой необходимости





Разработка автоматизированных систем для **организационного сопровождения выставок, конференций, семинаров, конкурсов:**

- Формирование первичных документов (положения, заявочные формы и т.д.)
- Статистика по участникам
- Подготовка материалов для сайта мероприятия
- Многопользовательский режим работы
- Предпочтительная подготовка информационных материалов

Разработка и сопровождение **информационных порталов:**

- Технологии WEB2/AJAX
- Морфологическая обработка всех публикаций с выделением ключевых фраз
- Идентификация всех публикаций по источнику и номеру
- Комплекс подготовки первичных документов для публикации
- Мониторинг русскоязычной прессы по различным тематикам

Проведение прямых **интернет-видеотрансляций** и видеоконференций с различных мероприятий (конференции, выставки, концерты, презентации и т.д.)

Разработка CD и DVD с **видеозаписями и базами данных с SQL доступом** (не требуют установки)

Разработка сквозных многопользовательских комплексов для обслуживания проведения различных **конкурсов со сложными формами заявок** (рабочие места заявителей, экспертов и организаторов)

Размещение информации и **рекламы на порталах**

www.a-z.ru, www.logistics.ru, www.transport.ru, www.autoclub.ru, www.prazdnikinfo.ru

www.a-z.ru, e-mail: mdp@aha.ru, тел. +7 (495) 395-40-08

ЖУРНАЛ ТПП РФ «ЭКСПО ВЕДОМОСТИ» № 4' 2012

УЧРЕДИТЕЛИ: Торгово-промышленная палата РФ, Информационное выставочное агентство «ИнформЭКСПО»

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ: ПИ № 77-14152 от 20.12.2002 выдано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:

Страшко В.П., вице-президент ТПП РФ

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:

Коротин И.А., директор Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:

Агеев Л.А. («Мордовэкспоцентр», Саранск), Алексеев С.П. (РСВЯ, «ЭкспоФорум», Санкт-Петербург), Анисимова Е.В. (Архангельская ТПП), Баранов А.В. («Уралэкспоцентр», Екатеринбург), Барулин В.Н. («Нижегородская ярмарка», Нижний Новгород), Башмакова Т.С. (ВЦ «Прогресс», Ставрополь), Брежнев В.Б. (Приморская ТПП, Владивосток), Губернаторов В.А. (ТПП РФ), Калинов Н.Ф. (Тамбовская областная ТПП), Миронова Е.А. (Пермская ТПП, Пермь), Пономарев В.Н. (ТПП Сергиев Посад), Прудников И.Л. (Москва), Скруг В.С. (Белгородская ТПП), Суворова Т.Ф. (Брянская ТПП), Табачников В.В. («Кузбасская ярмарка», Новокузнецк), Толкачев М.П. (ЦВК «Экспоцентр», Москва), Трофимов С.Н. («ВО «Рестэк», Санкт-Петербург, РСВЯ), Филоненко И.К. («Защита Экспо», Москва), Шамшура С.А. (КВЦ «ВертолЭкспо», Ростов-на-Дону), Шкирандо А.И. (ТПП РФ, Москва)

ИЗДАТЕЛЬ: Информационное выставочное агентство «ИнформЭКСПО»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР,

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Иванова С.А.

Заместитель главного редактора: Беляновский А.С.

Начальник отдела рекламы: Белова З.Н.

Тел./факс: (495) 721-80-68, 925-75-24

E-mail: info@informexpo.ru

http://www.informexpo.ru

РАСПРОСТРАНЕНИЕ: ТПП РФ, территориальные ТПП, Правительство РФ, министерства и ведомства РФ, Госдума РФ и Совет Федерации, Мэрия и Правительство Москвы, Московская городская Дума, московские и региональные выставки, представительства регионов в Москве, по заявкам и подписке

ИНТЕРНЕТ-ВЕРСИЯ на сайте WWW.INFORMEXPO.RU

При перепечатке ссылка на журнал «ЭКСПО ВЕДОМОСТИ» обязательна

ТИПОГРАФИЯ: ООО «Офсет Принт М»