

Сегодня на российском рынке происходят серьезные структурные изменения. Они затрагивают не только производственные предприятия и компании в разных отраслях промышленности, но и выставки, которые являются такими же игроками рынка и испытывают на себе последствия бизнес-турбулентности, как и остальные участники. О трансформации выставок, диалоге с отраслью и поиске новых смыслов - генеральный директор компании «Евроэкспо» Ольга Моисеева.



Ольга Моисеева имеет более чем 20-летний опыт работы в сфере организации конференций, выставок, инновационных форумов: Ассоциация менеджеров, ИД Independent Media Sanoma Magazines, АНО «Институт региональной политики», Фонд «Форум инноваций» (группа РОСНАНО), ООО «Технопарк Сколково». С 2021 года - генеральный директор компании «Евроэкспо».

Группа компаний «ЕВРОЭКСПО» более 28 лет работает на рынке конгрессно-выставочных услуг «полного цикла» и специализируется на организации разнопрофильных форумов и выставок, располагая собственным производством, сертифицированным в соответствии со стандартами ISO, СРО. С 2009 года «ЕВРОЭКСПО» оказывает услуги на таких проектах, как ПМЭФ (2009-2021), форум АТЭС (2012), форум G20 (2013), саммит БРИКС (2015), Всемирный Фестиваль молодежи и студентов (2017), Восточный Экономический Форум (2016-2021), Российская энергетическая неделя и др.

Одной из первых, кто ощутил на себе уход зарубежных компаний, была именно выставочная сфера. Еще вчера европейские производители планировали свое участие в выставках, а сегодня полностью прекращают все маркетинговые и бизнес активности. Поэтому, конечно, мы ощутили на себе турбулентность: места, где в прошлом году стояли с большими павильонами иностранные бренды, оказались пустыми или были отданы другим компаниям – отечественным, производителям из Азии, Турции и других регионов-«новичков».

Группа «ЕВРОЭКСПО» на сегодняшний день является одной из крупнейших в сфере конгрессно-выставочного бизнеса. Независимо от состояния этого рынка и приоритетов развития отрасли, многие проекты группы проходят ежегодно, начиная с 1995 года.

ОПЫТНЫМ ПУТЕМ

В 2022 году на отечественном и мировом рынках сложилась ситуация, которая побудила российских производителей наращивать обороты производства, предлагать новые идеи и решения по перестройке производственной деятельности и созданию новых логистических цепочек. На этом фоне деловые мероприятия стали одним из важнейших инструментов как для налаживания новых отношений, так и поддержания уже наработанных связей.

В середине сентября 2022 года в Москве прошел наш Международный форум-выставка по туризму «ОТДЫХ Leisure». Более 450 участников, свыше 40 регионов России, 20 зарубежных стран, 10 000 профессиональных посетителей и 30 треков деловой программы за три дня. По праву это единственное деловое мероприятие в России такого размаха перед осенне-зимним туристическим сезоном. Кроме того, всю свою 28-летнюю историю выставка проводилась ежегодно, без перерыва.

ООО «Евроэкспо» является российской компанией, которая реализовывает выставочные проекты в полном объеме, способствуя укреплению позиций и развитию своих клиентов на российском рынке. Среди основных проектов компании международные специализированные выставки: «Отечественные строительные материалы», «Мир Климата Экспо», «ОТДЫХ Leisure», MITEX, «АПТЕКА».

В данный момент мы работаем над организацией Московской международной выставки инструментов, оборудования, технологий MITEX, которая пройдет 8–11 ноября 2022 года, в ЦВК «Экспоцентр». Активно взаимодействуем с участниками инструментального рынка, работаем с ассоциациями-партнерами, составляем деловую программу. Отраслевое мероприятие такого масштаба – едва ли не единственная возможность в полном объеме и за короткий срок узнать, чем живет отрасль, познакомиться со всеми основными производителями и поставщиками, представленными и продолжающими работу в нашей стране.

Другому нашему мероприятию – выставке «Мир Климата Экспо» в следующем году исполнится 18 лет. Это зарекомендовавшая себя, сложившаяся, можно сказать, «совершеннолетняя» выставка, о которой знают практически все основные участники рынка. Сейчас мы активно готовимся к ней, чтобы встретить эти 18 лет в новом облике и ином, не уступающем прошлым годам, составе.

МАРАФОН ДЛИНОЙ В ГОД

Значительное влияние оказала на выставочную сферу в целом пандемия. С одной стороны, часть выставок вообще не проводилась из-за ковидных ограничений, а с другой – климатическая и туристическая отрасли получили мощный импульс. Климатическая техника стала востребована в большом госпитальном сегменте. Он, безусловно, был в каком-то традиционном



формате до этого, но после ковида выросли требования – к оснащению вентиляции, очистке воздуха. Вырос спрос на технику, рынок откликнулся, произошли изменения в составе участников. Что касается туризма, то направление внутрироссийских путешествий мы развиваем в рамках выставки «ОТДЫХ Leisure» с 2015 года. А сегодня это настоящий тренд.

Важные для отрасли процессы находят свое отражение на выставке. Привлекая к участию в мероприятиях компании и их прямых клиентов, поставщиков, налаживаем диалог – в рамках деловой программы продавцы могут высказаться, а покупатели – услышать, задать волнующие их вопросы. В итоге приходит понимание, что именно в данный момент интересует рынок, как работать дальше. По этой же причине мы поддерживаем компании-

участников мероприятия информационно, в течение всего года размещаем на сайте выставки анонсы событий, новинок, которые они сейчас продвигают на рынок. В пандемию несколько компаний начали переносить и локализовывать здесь производство, российские предприятия расширяли свою продукцию. Мы их максимально поддерживали такой PR-кампанией.

В марте 2022 года ВНИЦ R&C провел исследование участников конгрессно-выставочной отрасли. Согласно опубликованному документу, уже в 1 квартале 2022 года 80% компаний столкнулись с отменой или угрозой отмены мероприятий. Фактически уже отменено 22% из запланированных в 2022 году деловых мероприятий. 28% от всех запланированных международных мероприятий, инициаторами которых являются иностранные заказчики, также под угрозой отмены.

Более 60% компаний-организаторов прогнозировали сокращение своей выручки по итогам 2022 года и отмечали, что уже в 1 квартале 2022 выручка сократилась по отношению к аналогичному периоду предыдущего года.

МЕНЯЙСЯ ИЛИ УХОДИ

Два-три месяца назад самой популярной темой для обсуждения было импортозамещение. Сегодня акцент смещается – это уже не импортозамещение в чистом виде, так как ушедших гигантов замени-



ли частично компании из Китая. Компания «Евроэкспо» учитывает такие тренды, когда составляет деловую программу. Для нас это некая дискуссия о смысле: не только технологическая повестка, но и представление о том, как будем жить в ближайшие 5-10 лет. За такой синергией – выставка для демонстрации оборудования и деловая часть для разговора о важном – на наш взгляд, будущее выставок.

Авторитет крупных выставочных площадок в ближайшее время будет только расти. Из-за турбулентности рынка компаниям сложно принимать решения на более-менее обозримую перспективу. Выстраиванию стратегии способствует общение с теми, кто на этом рынке работает, с первыми лицами, владельцами, руководителями компаний. Чем еще хороша выставка, концентрация этих людей на мероприятии повышена. И если раньше отношения строились по схеме «производитель, поставщик – клиент», то сейчас компании приходят к страте-

гии «партнер – партнер»: клиенты, банки – это все партнеры компании, входящие в новые технологические цепочки. Если не мыслить категориями долгосрочного партнерства, взаимоподдержки, человекоориентированности, то навряд ли сейчас выживешь.

Выставка в чистом виде, как встреча производителей и клиентов отработала свой ресурс лет пять – семь назад. Сейчас выставки – это прежде всего коммуникационная площадка. Чтобы сделать максимальные продажи на выставке, мало просто представить на стенде оборудование. Нужно интегрироваться во все: участвовать в деловой программе, планировать переговоры, иметь проактивную заинтересованную команду на стенде. Многие отечественные компании до сих пор не используют по полной свой коммуникационный ресурс на выставке, стесняются общаться. Поэтому на своих выставках принимаем меры: организуем зону закупок, способствуем назначению

встреч. Это абсолютно российская специфика. Когда ты приезжаешь на западные выставки или в тот же Китай, процесс назначения встреч и переговоров происходит более активно и органично, чем у нас, там принуждать ко встречам не нужно.

Несмотря на растущую конкуренцию в выставочной сфере, мы наблюдаем интерес к нашим площадкам – как со стороны постоянных участников, так и среди новичков. Работаем над повышением лояльности, выстраиваем партнерские отношения с игроками рынка. Так, наш «Мир климата Экспо» пройдет в 2023 году под девизом «Климат, который делают люди». Для нас выставка – больше, чем оборудование, это еще и атмосфера, «климат» личных встреч, стратегия долгосрочных отношений, процесс формирования профессионального сообщества в отрасли. Мы также делаем ставку на медиа кампанию, будем искать единомышленников и поддерживать наших участников.

