

Деловые мероприятия: существует ли новый инструмент повышения инвестиционной привлекательности регионов?

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

Конгрессно-выставочная отрасль имеет большой экономический потенциал

«Конгрессно-выставочная отрасль — одна из мощнейших в современной экономике, но в какой-то степени была обойдена вниманием. <...> У российского экспорта услуг огромный потенциал. Он сейчас даже по консервативной оценке Центробанка генерирует порядка \$60 млрд в российской экономике — это половина всего нашего товарного экспорта», — Михаил Снег, директор по экспортной политике и анализу АО «Российский экспортный центр».

«В среднем в мире доля ВВП от индустрии встреч составляет порядка 1,5%. В России показатель — 0,02% доли ВВП. <...> Оборот конгрессного рынка в мире составляет порядка \$1 трлн в год. В России — меньше 1% и где-то \$250-300 млн. Речь идёт о мероприятиях ротируемых, привлекаемых, международных. <...> Отрасль очень глобальная, масштабная, и недостаточно внимания её развитию со стороны в том числе и власти уделялось», — Алексей Калачев, директор Ассоциации «Национальное конгресс-бюро».

«Деловой туризм — важнейшая тема, и она всё равно охватывает целую индустрию гостеприимства», — Владимир Платонов, президент Московской торгово-промышленной палаты.

«Если на ИНОПРОМ приезжает порядка 60 тыс. человек за 4 дня, представители примерно 20 государств выступают в качестве экспонентов — их более 600, и уже более 90 государств направляют свои делегации по несколько десятков человек — только прямой экономический эффект подрядчикам, сервисным услугам, гостиничному бизнесу, общепиту, такси — порядка 3 млрд руб. за 4 дня. Даже если взять среднюю рентабельность 10%, это порядка 400 млн руб., которые направляются в развитие компаний», — Алексей Орлов, первый замгубернатора Свердловской области.

Конгрессы и выставки повышают инвестиционную привлекательность регионов

«Существует ли новый инструмент повышения инвестиционной привлекательности регионов? Да. Это, конечно, Росконгресс и новая организация "Национальное конгресс-бюро"», — Владимир Платонов.

«Инструменты продвижения регионов — их несколько. Один из них — это организация участия в профильных выставках, которые проходят в мире. Это организация так называемых фэн-трипс — ознакомительные туры, когда мы привозим в регионы байеров, потенциальных организаторов мероприятий и демонстрируем им совместно с местными органами власти, с местным бизнесом те возможности, которые есть в том или ином регионе для организации и проведения мероприятий», — Алексей Калачев.

ПРОБЛЕМЫ

Отсутствие законодательной базы

«У нас нет на сегодняшний день закона о конгрессной деятельности», — Алексей Калачев.

Недостаточное информационное сопровождение

«Информирования очень мало. Разговор о систематизации того, что мы делаем, жизненно необходим», — Тинатин Канделаки, генеральный продюсер «Матч ТВ».

«Реально — проблема информированности, создания каналов», — Максим Сафонов, директор Green Capital Alliens; профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС).

Проблемы с организацией мероприятий, их низкая эффективность

«Нам очень многое нужно сделать, чтобы те мероприятия, которые мы проводим, во всех направлениях не отталкивали людей», — Владимир Платонов.

«Сегодня многие российские региональные инвестиционные экспортные форумы не создают того количества новых экспортных инвестиционных контрактов, которые нам хотелось бы, чтобы они генерили», — Станислав Натапов, гендиректор ОАО «Транспорт Москвы».

Проблема качества региональных проектов

«Огромная проблема — в качестве региональных проектов», — Михаил Снег.

РЕШЕНИЯ

Системный подход к развитию отрасли

«Нас интересует взаимодействие и с вновь созданным Бюро, и с Росконгрессом в части создания модели событийного или делового туризма на примере небольшого региона. <...> Это возможность показать на примере, как развиваться Средней полосе России, Центральной полосе России, небольшим городам, показать, как себя правильно позиционировать как на внутреннем рынке, так и на международном рынке», — Сергей Филатов, зампре­дседателя правительства Орловской области по развитию инвестиционной деятельности; руководитель департамента экономического развития и инвестиционной деятельности Орловской области.

«Вопрос давным-давно не в том, что "много денег" и "могут себе позволить", вопрос в системном подходе», — Тинатин Канделаки.

Профессиональная проработка проектов

«Надо проводить такие мероприятия, причём профессионально. Это нельзя делать дилетантски», — Рустэм Марданов, премьер-министр Правительства Республики Башкортостан.

«Мы будем ориентироваться на работу и на вовлечение в нашу деятельность именно профессионального сообщества — представителей рынка индустрии встреч», — Алексей Калачев.

«Закон сам ничего не делает. Нужно иметь какие-то идеи и нужно подумать: для того, чтобы эти идеи материализовать — нужен для этого закон или нет? <...> Нужно внимательно смотреть, какие меры нужно принимать в законодательстве», — Марк Бартоломи, партнер; руководитель практики корпоративного управления и недвижимости, Филиал частной акционерной компании с ограниченной ответственностью Клиффорд Чанс СНГ Лимитед.

Регионы должны опираться на свои особенности

«Вне зависимости от размеров, каждый регион предлагает свои эксклюзивные идеи», — Тинатин Канделаки.

«Не нужно проводить экономический форум, нужно очень качественно проработать свои проекты, сделать их доступными для мировых инвесторов», — Михаил Снег.

Своевременное информирование и обратная связь

«Любое международное мероприятие должно заканчиваться конечной рассылкой материалов. Рассылать материалы конгресса, материалы сессий — это очень важно. И получать обратную связь, потому что

предприниматели должны заявить, что они хотят на следующем мероприятии услышать», — Владимир Платонов.