

## ПРЕСС-КИТ

материалы по пресс-конференции, посвященной открытию Ассоциации «Национальное конгресс-бюро» и организации российского стенда на международной выставке IBTM World 2017

### ЗНАЧЕНИЕ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ В ЭКОНОМИКЕ

**Ивент индустрия** - это самостоятельная индустрия, охватывающая весь спектр услуг для проведения мероприятий и оказывающая вклад в экономику страны. Частью ивент индустрии является **индустрия встреч**. Индустрия встреч<sup>1</sup> (англ. Meetings Industry) - это индустрия организации деловых встреч<sup>2</sup>. При этом под встречей понимается (англ. Meeting) деловое мероприятие, в рамках которого определенное количество людей собирается вместе в одном месте с целью обсуждения или осуществления определенной деятельности<sup>3</sup>. Индустрия встреч состоит из большого круга организаторов, поставщиков услуг и инфраструктуры, вовлеченных в процесс организации и проведения встреч, конференций, выставок и прочих мероприятий, организуемых для достижения профессиональных, культурных, деловых или научных целей.

Ивент индустрия способствует развитию сопутствующих отраслей экономики, даёт дополнительные доходы бюджетам - десятки миллионов долларов. Увеличение количества деловых мероприятий привлекает бизнес-туристов и приводит к увеличению косвенных поступлений в бюджет. По данным исследования Meeting Planner International (MPI, Международная ассоциация организаторов мероприятий) FutureWatch 2012 **инвестиции в ивент индустрию дают 5–7-кратный сопряженный экономический эффект в таких смежных секторах**, как транспорт и торговля, рестораны и гостиницы, полиграфия и реклама. Каждый участник делового мероприятия тратит **в среднем более 700 долларов в день**. Это в три раза больше, чем обычный турист. Организация деловых мероприятий приносит крупным городам в 4 раза больше средств, чем организация других массовых событий. Проведение мероприятий **создает новые рабочие места**: в частности, количество занятых только в выставочном секторе ивент индустрии в России составляет в настоящее время более 20 тыс. человек, а с учетом вторичной занятости (в инфраструктуре мероприятий на срок их проведения) достигает 150 тыс. человек.

В целом, список первой пятерки мировых стран-лидеров в период с 2010–2015 гг., где проводятся деловые мероприятия, остается неизменным: США, Германия, Великобритания, Испания, Франция. За последние пять лет США и Германия сохранили свое лидерство среди стран-рекордсменов по проведению на своей территории конгрессных мероприятий. Суммарный вклад ивент индустрии в ВВП в этих странах составляет 452 млрд долларов.

**Доля России на мировом рынке международных деловых мероприятий по официальным оценкам составляет менее 1%**. В настоящее время рынок встреч в России также представляет собой динамично развивающийся сегмент экономики страны, однако использование его потенциала не соответствует современным требованиям как с точки зрения решения социально-экономических задач развития страны, так и с позиций развития самой ивент индустрии. Ежегодный объем деловых встреч в России с учетом всех форматов находится в диапазоне 12 000–13 000 мероприятий. Москва занимает более 50% данного рынка, доля Санкт-Петербурга в общероссийском рынке встреч составляет от 20 до 30%. Ежегодно, по оценкам экспертов, в Москве проходит свыше 4 000 мероприятий, в Санкт-Петербурге – от 2 000 до 4 000 различных деловых мероприятий (конгрессов, конференций, форумов, саммитов, съездов, семинаров).

<sup>1</sup> в русском эквиваленте правильнее было бы использовать термин «отрасль встреч». Тем не менее, словосочетание «индустрия встреч» закрепились в профессиональном лексиконе как перевод-калька с английского языка.

<sup>2</sup> Meeting Industry Terminology. Официальный словарь ассоциации IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers). Терминология, используемая при организации конференций. IAPCO, 2013.

<sup>3</sup> ВНИЦ R&C

**Доля ивент отрасли в ВВП РФ (0,02%) говорит о потенциале роста: в ведущих европейских странах это значение составляет 2% и более.** Деловые мероприятия - один из важнейших инструментов торговой, промышленной, инвестиционной и внешнеэкономической политики страны, эффективное средство модернизации и повышения конкурентоспособности экономики. Здесь устанавливаются связи, заключаются сделки, продвигаются технологии. Все это вместе создает огромный торгово-экономический эффект. В условиях растущей глобальной конкуренции значение деловых мероприятий объективно возрастает как с точки зрения продвижения российского бизнеса, так и укрепления авторитета страны в мире. Ивент индустрия является эффективным механизмом развития экспортно-импортных процессов в экономике.

Среди основных проблем, препятствующих развитию индустрии встреч в России необходимо отметить недостаточное продвижение возможностей ивент рынка внутри страны и за рубежом, а также отсутствие консолидации усилий государства и российского бизнес-сообщества по формированию положительного имиджа как внутри страны, так и за рубежом. К последнему можно отнести и **отсутствие ранее в России Национального конгресс-бюро**, которое занималось бы вопросами продвижения России как ивент дестинации за рубежом и привлечением значимых международных деловых мероприятий в страну.

В настоящее время в России действуют **8 региональных конгресс-бюро**, из них наиболее активно на рынке работают бюро Москвы и Санкт-Петербурга. К сожалению, с учетом возможностей и потенциала нашей страны данных усилий недостаточно.

**Создание Национального конгресс-бюро предусматривается с целью формирования и продвижения позитивного образа России как страны с благоприятным деловым и инвестиционным климатом через развитие и поддержку национальной ивент индустрии, а также привлечения международных деловых событий в страну.**

## ИЗ ИСТОРИИ ВОПРОСА

### МИРОВОЙ ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ КОНГРЕСС-БЮРО

С развитием ивент индустрии и туристической индустрии, увеличилась конкуренция в этих сферах. В этой связи многие страны, регионы и города мира стали искать новые средства продвижения своих туристических и конгрессных возможностей на международной арене. В результате назрела необходимость создания **маркетинговой некоммерческой организации**, которая бы занималась созданием положительного делового имиджа страны, региона или города, и продвижением туристических и конгрессных возможностей страны, региона или города привлечением в страну, регион или город международных мероприятий. Такими организациями стали **конгрессные бюро**.

В США первое конгрессное бюро появилось в 1895 году в Детройте, благодаря чему город быстро превратился в крупный деловой центр. Конгрессное бюро Сан-Франциско было основано в 1909 году.

В Европе первые Конгрессные бюро стали создаваться на рубеже 60-70-х годов XX века (Конгрессное бюро Вены в 1969 году, Конгрессное бюро Германии – в 1973 году, Конгрессное бюро Финляндии – в 1974 году).

В мире существуют как национальные, так и городские конгресс-бюро. Функционал их идентичен, однако, имеет свои нюансы. Некоторые национальные конгресс-бюро играют вторичную роль по отношению к городским. Например, в Австрии находится одно из лучших конгресс-бюро мира Vienna Convention Bureau, которое также отвечает за продвижение страны на международном уровне; в Польше, помимо Poland Convention Bureau, активно работают на международном рынке Krakow Convention Bureau, Warsaw Convention Bureau, Gdansk Convention Bureau, Poznań Convention Bureau.

Одним из основных принципов работы зарубежных конгресс-бюро является их **некоммерческий характер**.

**Контакты:**

Во многом благодаря активной деятельности конгрессных бюро такие страны, как Германия, Франция, Великобритания, занимают лидирующие позиции в мире по числу проводимых международных конгрессных мероприятий.

В мировой практике существуют три типа организационно-финансовой модели конгресс-бюро:

- Исключительно **государственное управление и финансирование** деятельности Конгрессного бюро (так называемая «азиатская модель», примером которой являются Thailand Convention and Exhibition Bureau, Конгрессное бюро Голландии, финансируемое голландским правительством, Конгрессное бюро Стокгольма, финансируемое городским советом и пр.);
- **Модель ассоциации**, в которую вступают участники рынка конгрессных услуг, а ее финансирование осуществляется за счёт членских взносов (например, Конгрессное бюро Австрии);
- **Модель государственно-частного партнерства**, предполагающая доленое участие государства (органов местного управления) и бизнеса в финансировании и управлении (также называется «европейско-американской», примером могут служить Конгрессное бюро Германии, Конгрессное бюро Финляндии, Конгрессное бюро Гётеборга и др.).

Третий вариант организационной модели наиболее распространён, поскольку позволяет соблюсти баланс интересов власти и бизнеса в вопросах развития событийной отрасли, а также обеспечивает наиболее эффективную консолидацию финансовых ресурсов (страны), поступающих как из бюджетных средств, так и от участников рынка.

Конгрессное бюро может выступать как в качестве самостоятельного юридического лица (например, Конгрессное бюро Финляндии), так и как часть более крупной организации (например, Конгрессное бюро Голландии является частью Совета по туризму и конгрессам Голландии, Конгрессное бюро Стокгольма является частью Туристического бюро Стокгольма).

Наиболее часто встречающаяся **функция национального конгресс-бюро – продвижение страны**. Иногда объем выполняемых функций также зависит от уровня конгрессного бюро. Так, в Германии национальное конгресс-бюро занимается продвижением страны. В Финляндии конгрессное бюро существует как отдельная организация, занимающаяся продвижением региона исключительно на рынке международных встреч.

## РОССИЙСКИЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ КОНГРЕСС-БЮРО

В настоящее время в России действуют **8 региональных конгресс-бюро**:

1. Московское конгрессное бюро
2. Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга
3. Конгресс Визит Бюро г. Сочи
4. Черноморское Конвеншн бюро
5. Ярославское Конвеншн Бюро
6. Конгресс-Бюро г. Екатеринбурга
7. Конгресс-бюро Республики Башкортостан
8. Конвеншн бюро Республики Татарстан

Наиболее активно на рынке работают бюро Москвы, Санкт-Петербурга, Башкортостана и Сочи.

Региональные конгресс-бюро имеют различную организационно-правовую форму), объединяя несколько десятков предприятий, заинтересованных в развитии ивент отрасли и делового туризма региона. Так, в Москве Конгрессное бюро, учрежденное московским правительством, организовано в форме автономной некоммерческой организации (АНО). В Санкт-Петербурге Конгрессно-выставочное бюро существует в формате государственного бюджетного учреждения.

### Контакты:

Вне зависимости от организационно-правовой формы конгресс-бюро функционирует по принципу партнерства между администрацией региона и представителями коммерческих компаний, задействованных в сфере организации мероприятий и делового туризма, что подразумевает совместное участие в развитии самой организации и ивент индустрии региона.

## ВОПРОС СОЗДАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО В РОССИИ

Вопрос о создании Национального конгрессного бюро обсуждался на уровне Правительства РФ с 2014 года. В частности, Распоряжением Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева была одобрена Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности (от 10 июля 2014 г. N 1273-р, с изменениями – от 14 апреля 2016 г. N 678-р), а также утвержден план мероприятий по ее реализации. Вместе с тем была создана рабочая группа под руководством заместителя министра промышленности и торговли РФ, в рамках которой был инициирован вопрос о создании Национального конгрессного бюро РФ.

В течение 2016-17 гг. на основе опыта работы конгресс-бюро различных стран мира была проведена работа по подготовке создания Национального конгресс-бюро, разработаны все необходимые материалы и документы для осуществления деятельности организации (проект создания, график мероприятий, маркетинговый план и уставные документы и т.д.), а также проведены переговоры с потенциальными членами и иностранными партнерами, в т.ч. зарубежными конгрессными бюро.

В ноябре 2017 г. было объявлено о создании Ассоциации «Национальное конгресс-бюро», учредителями которого выступили Фонд «Росконгресс», Российский экспортный центр (РЭЦ), Международный Фонд Технологий и Инвестиций (IFTI), Выставочный научно-исследовательский центр R&C (ВНИЦ R&C).

## ЦЕЛИ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО

Ключевой целью НКБ является *формирование и продвижение позитивного образа России как страны с благоприятным деловым и инвестиционным климатом через развитие и поддержку национальной ивент индустрии, а также привлечение международных деловых и культурных событий в страну.*

Кроме того, Национальное конгрессное бюро играет важную роль для развития ивент индустрии на государственном уровне, т.к. выступает центром консолидации, обработки и использования практической, научной и теоретической информации в отрасли.

## ЗАДАЧИ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО

В рамках реализации поставленной цели НКБ может решать следующие задачи:

- разработка и реализация единой маркетинговой стратегии по продвижению России как ивент дестинации на мировом уровне;
- развитие и поддержка индустрии встреч в России посредством обеспечения эффективного взаимодействия федеральных органов исполнительной власти и участников рынка по реализации программ развития Российской Федерации как международного конгрессного и делового центра, обладающего современной инфраструктурой;
- организация работы по привлечению потенциальных заказчиков-организаторов мероприятий на территорию России;
- развитие индустрии встреч в России через образовательные и инфраструктурные инициативы;
- повышение качества оказываемых услуг и налаживание системы внутриотраслевого учета через внедрение стандартов и рейтингов.

### Контакты:

**Ключевыми задачами первого года работы Бюро являются:**

- создание структуры и информирование отрасли о целях и задачах Национального конгресс-бюро (в т.ч. через собственный сайт и СМИ);
- формирование членской базы;
- разработка единого имиджевого образа России как страны для проведения деловых мероприятий,
- вступление в ключевые международные ассоциации;
- организация национальной экспозиции на 5-6 международных крупнейших выставках в отрасли;
- развитие и поддержка локальной индустрии через проведение 2-3 ежегодных мероприятий для профессионалов отрасли (одно из которых будет являться ключевым для индустрии), а также запуск собственных информационных ресурсов (журнал, портал и т.д.);

## **ФУНКЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО**

### **МАРКЕТИНГОВЫЕ ФУНКЦИИ:**

- является центральным информационным «окном» в стране для зарубежных организаторов;
- реализует комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению РФ как дестинации для проведения деловых мероприятий;
- привлекает в страну крупные деловые мероприятия через реализацию маркетинговых мероприятий и содействие организации участия страны в тендерах международных отраслевых ассоциаций по выбору места проведения будущих мероприятий, тендерах на проведение международных конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации и т.д.);
- организует инспекционные визиты для представителей оргкомитетов конгрессов с демонстрацией конгрессных возможностей России, а также для потенциальных байеров;
- совместно с органами исполнительной власти и представителями деловых кругов реализует проекты по созданию положительного делового имиджа городов Российской Федерации как мест, благоприятных для ведения бизнеса.

### **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФУНКЦИИ:**

- реализует комплекс мер, направленных на развитие ивент индустрии в РФ;
- реализует функции органа, координирующего вопросы развития отраслевой инфраструктуры и реализации программ развития индустрии встреч;
- консолидирует и поддерживает участников рынка.

### **КОНСАЛТИНГОВЫЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ:**

- оказывает помощь отечественным участникам рынка индустрии встреч в выходе на международный рынок;
- собирает полную статистику о рынке индустрии встреч, отвечает за систематизацию информации по конгрессным возможностям страны, в т.ч. если они пересекаются с туристической отраслью (единая система бронирования отелей, базы данных по площадкам для мероприятий, кейтеринговым, транспортным, туристическим и другим компаниям и т.п.);
- представляет интересы членов бюро, оказывает консультационные услуги и содействие;
- помогает повышать образовательный уровень участников рынка индустрии встреч.

В рамках реализуемых функций НКБ может осуществлять следующие мероприятия:

- проведение собственных конгрессных и выставочных мероприятий для представителей отрасли;
- осуществление поддержки отраслевых профессиональных мероприятий на территории РФ, способствующих развитию индустрии встреч;
- организация представительства ивент отрасли РФ на профессиональных зарубежных конгрессах, конференциях, выставках и т.д.;

**Контакты:**

- осуществление членства в международных профильных ассоциациях и союзах (ICCA, UFI, MPI, EFCT, UIA, SITE, IFES и др.);
- обеспечение обмена опытом между профессиональными участниками рынка РФ;
- предоставление услуг членам Ассоциации:
  - **консалтинг** (представление информации в качестве независимого и нейтрального консультанта; консультирование по вопросам участия в международных мероприятиях индустрии встреч; помощь в выборе места проведения мероприятия и размещения делегатов, организация инспекционных визитов на площадки; предоставление информации о рынке поставщиков профильных товаров и услуг и т.д.);
  - **образование и тренинги** (организация семинаров, тренингов и т.д. для участников отрасли);
  - **аналитика** (сбор и публикация статистики и аналитики по деловым мероприятиям в России).
- предоставление услуг международным организаторам мероприятий: помощь в планировании и организации мероприятий на территории страны (в т.ч. выбор подрядчиков и оператора, организация сайт-инспекций и т.д.); помощь в подборе подходящего города и партнеров; предоставление общих сведений о стране и ее возможностей для организации деловых мероприятий;
- участие совместно с представителями власти в формировании благоприятной среды для развития индустрии встреч путем принятия отраслевых нормативных документов;
- содействие внедрению принципов устойчивого развития на рынке индустрии встреч.

## ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО КОНГРЕСС-БЮРО

**Деятельность Национального конгресс-бюро может быть оценена по следующим ключевым показателям:**

- рост позиций России в целом и отдельных ее дестинаций (не только Санкт-Петербурга и Москвы, но и других городов, прежде всего Сочи, Казани, Екатеринбурга, Владивостока, Ростова-на-Дону и пр.) в престижных отраслевых рейтингах;
- увеличение количества обращений зарубежных организаторов для оценки возможности проведения деловых событий в России;
- увеличение количества выигранных тендеров на проведение значимых конгрессных, политических, спортивных и иных мероприятий;
- рост доходов от конгрессного сектора (как прямых, получаемых за счет налоговых отчислений организаций, работающих в этой сфере, так и косвенных, получаемых за счет развития делового туризма)<sup>4</sup>;
- увеличение загрузки конгрессной инфраструктуры (в натуральных и относительных показателях);
- изменение социально-экономических показателей (новые рабочие места, налоговые поступления и т.д.).

**Дополнительно в качестве показателей эффективности работы Конгресс-бюро могут быть рассмотрены:**

- повышение числа упоминаний России как дестинации для проведения мероприятий в национальных и международных СМИ;
- нахождение представителей Национального конгресс-бюро в управляющих/регулирующих органах международных отраслевых ассоциаций;
- изменение качественного состава статистики по отрасли;
- получение национальными игроками премий и сертификатов международного уровня.

<sup>4</sup> Мультипликативный эффект в отрасли достигает по международной практике до показателя 1:6.

**Контакты:**