

22.05.2026

Синергия и стратегия сильнее санкций

Как российская выставочная индустрия отвечает на современные вызовы, и какие механизмы для её поддержки оказываются наиболее эффективными, разъяснил заместитель генерального директора АО «ЭКСПОЦЕНТР» Сергей Селиванов.

Модель деловых мероприятий как инструмент выхода на новые рынки

— Можно ли утверждать, что современные деловые события стали важнейшими инструментами выхода российских компаний на международные рынки?

— Безусловно, участие в B2B конгрессно-выставочных мероприятиях всегда являлось одним из главных механизмов выхода на внешние рынки, а в последние годы их значение для экспортно ориентированных компаний значительно укрепилось. В связи с постоянными изменениями геополитической обстановки, многие каналы становятся либо труднодоступными, либо непосильно дорогостоящими. При этом появляются новые ниши на рынках дружественных стран, открывающие реальные возможности для развития международного присутствия отечественных производителей. Усилению данного эффекта способствует поддержка государства и регионов по софинансированию участия в

отраслевых мероприятиях через центры поддержки экспорта.

— Какие особенности российских мероприятий привлекают новых иностранных участников?

— Несмотря на существенные изменения в географии зарубежных экспонентов на выставках и конгрессах в России, доля иностранных участников остаётся существенной, чтобы говорить о международном статусе мероприятий. Организации из Китая, Турции, Беларуси, Индии и других дружественных стран, благодаря участию в выставках, пытаются занять освободившие ниши на нашем рынке после ухода европейских и американских компаний. Удивительный факт, но на крупнейших выставках «Экспоцентра» мы наблюдаем существенное количество экспонентов из Италии, Франции, Швейцарии, Испании и других европейских государств, не желающих, несмотря на риски санкций своих стран, оставлять наш рынок. Также одной из особенностей является обсуждение в рамках экспозиции и деловой программы выставок между российскими и зарубежными партнёрами вопросов межгосударственной производственной кооперации, от поставки комплектующих до открытия совместных предприятий.

— Какие барьеры остаются, и как их преодолевать для увеличения международной привлекательности российской деловой платформы?

— Отечественный рынок и конгрессно-выставочная отрасль проявляют достаточную гибкость для оперативного реагирования на запросы международных участников в целях их привлечения и удержания в числе своих экспонентов. Сохраняются некоторые сложности с осуществлением платежей из-за рубежа, есть варианты по их преодолению; финансовые организации и партнёры в России оказывают поддержку для решения подобных ситуаций.


ВСЕЛЕННАЯ
БИЗНЕСА

Инновации и новые игроки на рынке

— Какие изменения происходят в составе участников российских мероприятий — представители бизнеса, госструктур, инвесторы?

— Структура участников крупнейших конгрессно-выставочных мероприятий в целом сохраняется на традиционном уровне. Принимают участие представители органов государственной и региональной власти, бизнеса, общественных организаций и отраслевых союзов. Роль ассоциаций и степень их погружения в контент выставок и конгрессов в последнее время значительно усиливает уровень мероприятий, поэтому организаторам критически важно выстроить тесное взаимодействие с отраслевиками. В последние годы важной особенностью становится специальная работа с байерами — профессиональными закупщиками, усиливающими эффект от участия в выставках и повышающими ценность мероприятий, а, соответственно, и их масштаб.

— Какие новые форматы и технологические решения помогают привлекать и удерживать профильную аудиторию?

— Новые технологии интенсивно внедряются во всех секторах экономики, нашей повседневной жизни, и конгрессно-выставочная индустрия стала на путь цифровой реновации одной из первых. В целях повышения эффективности взаимодействия с экспонентами, «Экспоцентр» внедрил и постоянно развивает электронный сервис «Личный кабинет участника», который оперативно позволяет оформлять и корректировать онлайн-заявки на дополнительные услуги, получать платёжные и отчётные документы без потери времени и имея перед глазами полный ассортимент предлагаемых услуг.

Что касается новых подходов к проведению мероприятий, то ВКС (видео-конференц-связь. – *Прим.ред.)* и гибридный формат многие организаторы уже не поддерживают, всё строится на личном присутствии, активно внедряется интерактив: вовлечение всей аудитории в проведение конференций, расширение повестки, ответы на вопросы, поступающие в режиме реального времени в чат с модератором; реализуются игровые сценарии. Большое внимание организаторами мероприятий уделяется развитию системы назначения встреч MatchMaking. Сейчас в данный сервис, как и в многие другие в нашей сфере, внедряются инструменты искусственного интеллекта, повышающие эффективность поиска потенциальных бизнес-партнёров.

Вызовы и перспективы индустрии выставочных мероприятий

— Какие основные вызовы сегодня стоят перед индустрией выставочных мероприятий в России?

— Выставки — зеркальное отражение экономики отрасли и страны, это постулат, и вызовы стоят перед нашей отраслью соответствующие. Удержание позиций на рынке, основных клиентов, поиск новых, в т.ч. зарубежных, партнёров, гибкий, зачастую индивидуальный подход к крупным участникам, активное взаимодействие с органами власти и отраслевыми ассоциациями — всё это даёт эффект сохранения ведущих выставок и конгрессов на лидирующих позициях и их ценности для участников.


Tyazhpromarmatura
Алексинский завод
тяжёлой промышленной
арматуры
Комита
ГРУППА КОМПАНИЙ
Взрыв не
пройдет

Стратегическое партнёрство и синергия

— В чём заключается уникальность партнёрства между «Экспоцентром» и ЦМТ (Центром международной торговли. — Прим.ред.)? Какие выгоды даёт такая модель?

— Взаимодействие между «Экспоцентром» и ЦМТ — не просто сосуществование двух дочерних организаций Торгово-промышленной палаты России, а синергия бизнеса двух лидеров российского выставочного и конгрессного рынков. Бизнес-модель нашего партнёрства подразумевает взаимное дополнение и усиление направлений деятельности наших компаний. Несмотря на вынужденный переезд выставок «Экспоцентра» с Красной Пресни на другие площадки Московского региона, наши экспоненты и посетители всё равно по привычке останавливаются в комфортных гостиницах ЦМТ, используют конгрессную и ресторанную инфраструктуру комплекса, и мы содействуем продвижению данных услуг. Наши участники получают специальные условия и дополнительные бонусы, что заставляет их вернуться на следующий год.

— Какие механизмы взаимодействия реализуются для оптимизации потока участников и повышения их деловой активности?

— В рамках рабочей группы по взаимодействию «Экспоцентра» и ЦМТ, мы вырабатываем или адаптируем действующие инструменты сохранения постоянных и привлечения новых участников и повышения их деловой активности. Эти меры носят как системный характер, в части выработки общего подхода по преференциям для наших участников, так и адресный подход при обсуждении конкретных мероприятий. Результатом такого алгоритма взаимодействия становятся профессиональные мероприятия и довольные участники и организаторы, достигшие своих целей.

— Какие планы у «Экспоцентра» на развитие выставочной деятельности в ближайшие годы? Какие новые проекты и инициативы запланированы?

— «Экспоцентр» по статистике сегодня — лидер выставочного рынка в России, и главная тактическая задача для нашей команды — удержание данной позиции и развитие каждого из 25 собственных выставочных проектов. Таким образом, посредством организации крупнейших B2B-выставок в нашей стране, мы способствуем расширению производств и рынков сбыта отечественных компаний и вносим вклад в развитие отраслей и экономики России в целом. Наша же стратегическая задача — строительство нового современного выставочно-конгрессного комплекса «Экспоцентр»,

которого так ждут все наши партнёры, участники и посетители. Данным вопросом активно занимается руководство Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и «Экспоцентра», и мы верим в скорую реализацию данного проекта.