

при поддержке

 **РОСКОНГРЕСС**
Пространство доверия

COVID-19:

угрозы и вызовы для событийной
индустрии в России. Результаты
опроса участников рынка

МАРТ-АПРЕЛЬ

2 0 2 0



ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК



РОССИЯ
Национальное
конгресс-бюро



СРО
ССЮЗ
ВЫСТАВОЧНЫХ
ЗАСТРОЙЩИКОВ

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

«COVID-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России. Результаты опроса участников рынка. Март-апрель 2020»

ОГЛАВЛЕНИЕ

3	ВВЕДЕНИЕ
6	1. ОБЗОР СОБЫТИЙНОГО РЫНКА РОССИИ
6	1.1. Определение и структура событийной индустрии
8	1.2. Обзор докризисного состояния событийной индустрии в России
12	2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА КОМПАНИЙ СОБЫТИЙНОГО РЫНКА РОССИИ
12	2.1. Портрет участников опроса
14	2.2. Влияние кризиса, вызванного распространением коронавируса COVID-19, на событийный рынок России
14	Докризисные планы компаний
15	Отмена и перенос мероприятий в связи с распространением вируса COVID-19
16	Размер убытков компаний в связи с распространением вируса COVID-19 по состоянию на апрель 2020 года
16	Решение вопросов с контрагентами
17	Меры по защите мероприятий
17	Меры по защите сотрудников
18	2.3. Прогнозы развития событийной отрасли в России в связи с кризисом, вызванным распространением коронавируса COVID-19
20	Сценарий 1: сохранение ограничений на проведение мероприятий до конца апреля 2020 года
21	Сценарий 2: сохранение ограничений на проведение мероприятий до конца июня 2020 года
22	Сценарий 3: сохранение ограничений на социальную активность до конца декабря 2020 года
23	ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Рейтинг событийного потенциала регионов России по итогам 2019 года

В марте-апреле 2020 г. Выставочный научно-исследовательский центр R&C (ВНИЦ R&C) совместно с Российским союзом выставок и ярмарок, Национальным конгресс-бюро, Союзом выставочных застройщиков и при поддержке Фонда Росконгресс провел маркетинговое исследование о влиянии кризиса, вызванного вспышкой коронавируса COVID-19, на развитие российской событийной индустрии. В ходе исследования был проведен анализ как первичных, так и вторичных источников информации, а также выполнен опрос представителей ведущих компаний событийной индустрии.



ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Определение емкости событийного рынка в финансовых и натуральных показателях.
- Определение последствий воздействия кризисных явлений в социальной и экономической жизни в мире на состояние событийной индустрии в России.



ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Компании основных сегментов событийного рынка России.

Критерием отнесения компаний к событийному рынку в рамках настоящего исследования было определено присутствие организации хотя бы в одной из следующих групп:

- предприятия с кодом ОКВЭД 82.3 в качестве основного кода;
- члены крупнейших российских отраслевых ассоциаций: Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), Национального конгресс-бюро (НКБ), Союза выставочных застройщиков (СВЗ), Национальной ассоциации организаторов мероприятий (НАОМ), Российской ассоциации событийного маркетинга (REMA), Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР);

- участники ведущих отраслевых мероприятий событийной индустрии: Евразийского Ивент Форума (EFEA), Форума для профессионалов ивент индустрии Event LIVE, Международного форума выставочной индустрии 5pExpo, Международного фестиваля технологий продвижения и рекламы ProMediaTech.

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. Основные показатели событийной индустрии, в т. ч.:
 - количество компаний событийной индустрии;
 - финансовые показатели компаний событийной индустрии: выручка, прибыль, стоимость компаний;
 - налоговая эффективность компаний событийной индустрии: объем федеральных и региональных налогов, объем страховых взносов;
 - численность сотрудников, работающих в событийной индустрии.
2. Результаты влияния кризиса, вызванного COVID-2019, на основные показатели деятельности компаний событийной индустрии.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ:

1. Сбор, обработка и анализ первичной информации, размещенной на интернет-ресурсах (Rus-profile, Росстат) и в каталогах профильных мероприятий событийной индустрии.
2. Опрос представителей ведущих компаний событийного рынка по отраслевым базам ВНИЦ R&C, РСВЯ, НКБ и СВЗ.

Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ) – объединение ведущих российских организаторов выставок, владельцев выставочных комплексов и центров, сервисных компаний, осуществляющих свою деятельность в индустрии выставок, ярмарок, встреч, инсентивов, конгрессов и ивентов, а также представителей выставочно-го бизнеса стран СНГ. Создан в 1991 году.

Национальное конгресс-бюро (НКБ) – ассоциация, объединяющая ведущих участников событийной индустрии, являющаяся маркетинговым инструментом по продвижению страны и ее регионов на международном рынке деловых мероприятий в качестве дестинации с благоприятным деловым и инвестиционным климатом. Одна из основных задач НКБ – привлечение значимых международных мероприятий на территорию России. Образовано в 2017 году.

Союз выставочных застройщиков (СВЗ) – профессиональная отраслевая саморегулируемая организация, объединяющая ведущие компании рынка выставочного строительства в целях совместного решения отраслевых задач. Создан в 2016 году.

Национальная ассоциация организаторов мероприятий (НАОМ) – организация, созданная в целях развития российского рынка организаторов деловых и праздничных мероприятий, для представления и защиты их интересов, распространения актуальных знаний и формирования единых стандартов для ведения бизнеса в отрасли. Создана в 2008 году.

Российская ассоциация событийного маркетинга (REMA) – организация, объединяющая крупнейшие российские ивент агентства с оборотом более 200 млн рублей. Миссия ассоциации – создание в России профессионального рынка ивент услуг. Образована в 2018 году.

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР) – отраслевая организация, объединяющая директоров по коммуникациям и корпоративным медиа крупнейших российских компаний производственного и сервисного секторов. Ее деятельность сфокусирована на проведении мероприятий, обеспечивающих взаимодействие и обмен опытом ее членов в сфере внутрикорпоративных и внешних коммуникаций компаний. Создана в 2004 году.

Евразийский Ивент Форум (EFEA) – первый в России форум индустрии встреч, традиционно в начале делового года объединяющий на одной площадке лидеров евразийского ивент сообщества, событийного маркетинга, экспертов делового и инсентив туризма. Проходит с 2012 года.

Форум Event LIVE – практическое мероприятие для профессионалов ивент индустрии. Проходит с 2016 года.

Международный форум выставочной индустрии BrExpo – одна из главных в России профессиональных коммуникационных площадок для российских и зарубежных специалистов выставочной индустрии. Проходит с 2007 года.

Международный фестиваль технологий продвижения и рекламы ProMediaTech – международная выставка-фестиваль для компаний и профессиональных объединений, работающих в сфере событийной индустрии, выставочного бизнеса, experience & live маркетинга, MICE, онлайн и офлайн-продвижения брендов. Проходит с 2009 года.

СПРАВКА

Коды ОКВЭД, используемые в событийной индустрии для обозначения основного вида деятельности

1. Организаторы выставок и конференций

Компании, являющиеся организаторами выставок и конференций, используют в своей деятельности в качестве основного кода преимущественно **коды 82.3** (деятельность по организации конференций и выставок) и код **82.99** (деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенных в другие группировки). Это объясняется тем, что до 2016 г. не существовало специализированного кода 82.3.

Среди организаторов деловых мероприятий в качестве основного используются также следующие коды ОКВЭД:

73.11 – деятельность рекламных агентств;

73.20 – исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения;

79.11 – деятельность туристических агентств.

2. Организаторы мероприятий других форматов

Компании, специализирующиеся на организации мероприятий других форматов, используют в качестве основного следующие коды ОКВЭД:

73.11 – деятельность рекламных агентств;

79.11 – деятельность туристических агентств;

82.99 – деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенных в другие группировки;

93.2 – деятельность в области отдыха и развлечений;

93.29 – деятельность зрелищно-развлекательная прочая.

3. Выставочные застройщики

Коды ОКВЭД, используемые выставочными застройщиками для определения основного вида деятельности:

43.99.7 – работы по сборке и монтажу сборных конструкций (используется преимущественно этот код);

43.99 – работы строительные специализированные прочие, не включенные в другие группировки;

41.2 – строительство жилых и нежилых зданий;

71.12.1 – деятельность, связанная с инженерно-техническим проектированием, управлением проектами строительства, выполнением строительного контроля и авторского надзора;

82.99 – деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенных в другие группировки.

4. Специализированные площадки

68.20.2 – аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом;

82.3 – деятельность по организации конференций и выставок;

82.99 – деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса, не включенных в другие группировки.

5. Маркетинговые и исследовательские организации в области событийной индустрии

К таким организациям относятся конгресс-бюро, различные фонды, ассоциации и прочие компании. Как правило, они для определения основной деятельности используют:

73.20 – исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения;

82.3 – деятельность по организации конференций и выставок.

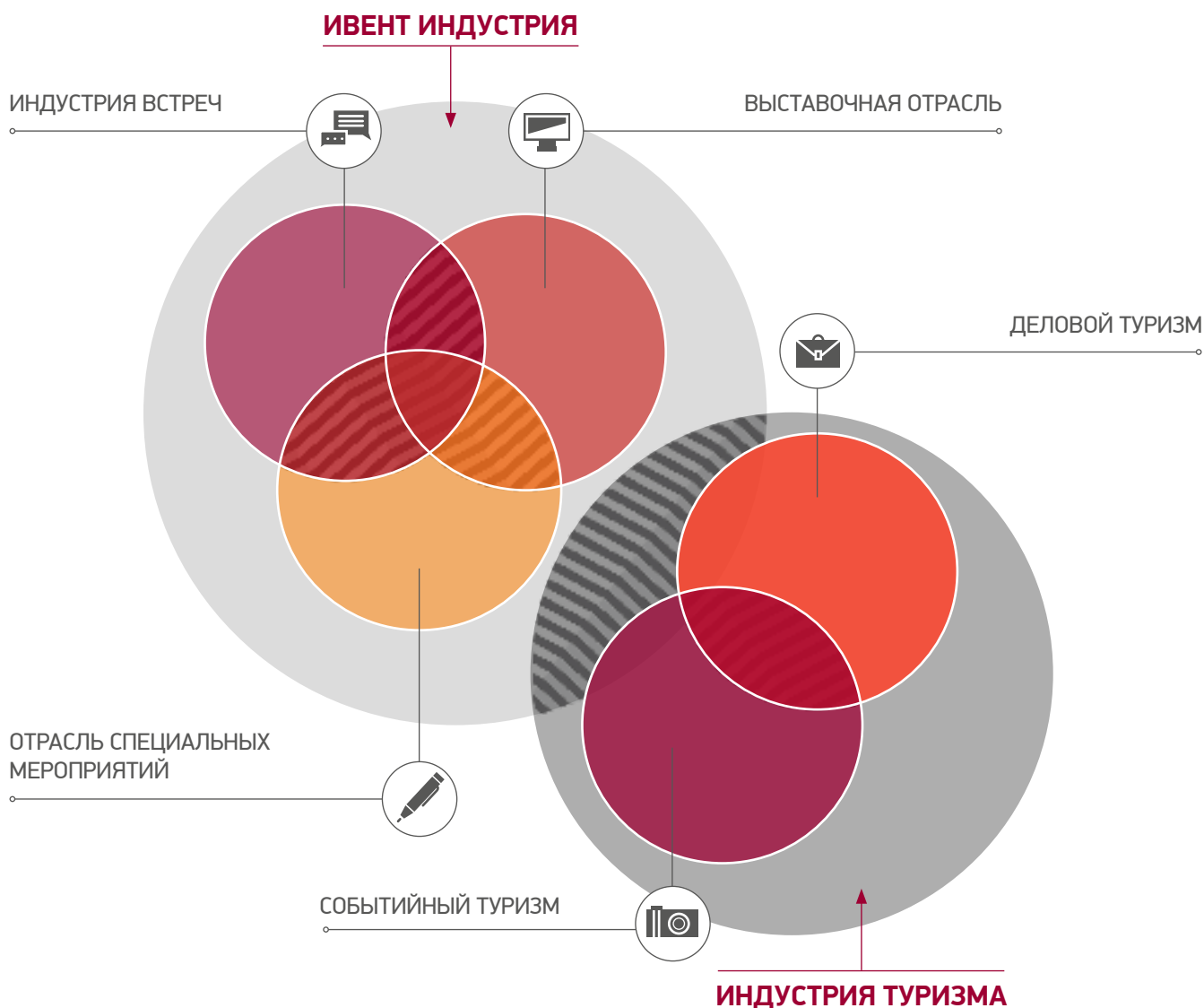
1. ОБЗОР СОБЫТИЙНОГО РЫНКА РОССИИ

1.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ И СТРУКТУРА СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ

Событийная индустрия (от *англ.* Event Industry)¹ – это самостоятельная индустрия, охватывающая весь спектр услуг для проведения мероприятий. Мероприятия могут быть как деловыми (выставки, конгрессы, инсентив-программы и т. д.), так и неделовыми (фестивали, светские события, праздники, спортивные мероприятия и т. д.).

Событийная индустрия состоит из трех сегментов: выставочной отрасли, индустрии встреч и отрасли специальных мероприятий. Структура событийной индустрии показана на **рис. 1**.

Рисунок 1. Структура событийной индустрии (ивент индустрии) и ее связь с индустрией туризма



¹ Здесь и далее определения приведены из издания «Библиотека Выставочного научно-исследовательского центра. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч» (Санкт-Петербург, 2018).

Выставочная отрасль – это совокупность предприятий, занятых организацией выставочно-ярмарочных мероприятий (включая деловую и околорыночную программы), компаний, специализирующихся на оказании сопутствующих услуг, а также профильных общественных организаций, занятых регулированием коммуникации между участниками отрасли.

Индустрия встреч² (конгрессная отрасль, отрасль деловых мероприятий) – это совокупность предприятий (организаторов, операторов, поставщиков услуг, инфраструктуры), связанных с организацией и проведением деловых мероприятий. При этом под словом «встреча» понимается деловое мероприятие, в рамках которого определенное количество людей собирается вместе в одном месте для достижения профессиональных, культурных, деловых и научных целей.

Отрасль специальных мероприятий – это совокупность компаний, участвующих в организации мероприятий, которые проводят в досуговых, культурных, личных или организационных целях. Специальные мероприятия, проводимые от имени компании, обеспечивают укрепление их социального имиджа и положительно влияют на восприятие бренда. Примеры специальных мероприятий: фестиваль, карнавал, праздник, массовые мероприятия, городские события, спонсорские или благотворительные мероприятия, тематические мероприятия, конкурс, рекламные туры (road show) и т. д.

Рисунок 2. Структура участников событийной индустрии

СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ	
ПОТРЕБИТЕЛИ (БАЙЕРЫ)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Корпоративные клиенты ▶ Некорпоративные клиенты, в т. ч. ассоциации, государственный сектор
ОРГАНИЗАТОРЫ МЕРОПРИЯТИЙ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Организаторы (идеологи, владельцы прав на проведение мероприятия), в т. ч. организаторы выставок, форумов и т. д.
АГЕНТСТВА И ПОСРЕДНИКИ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ PCO, DMC, ивент агентства, коммуникационные агентства и т. д.
ПОСТАВЩИКИ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Площадки ▶ Подрядчики, предоставляющие услуги для организации мероприятий, в т. ч. по дизайну и строительству стендов, аренде оборудования, рекламе и продвижению, предоставлению временного персонала и т. д.
МАРКЕТИНГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Организации локального и федерального уровня, отвечающие за продвижение региона/страны как места для проведения мероприятий (конгресс-бюро, туристические офисы и т. д.)

² В русском эквиваленте правильнее было бы использовать термин «отрасль встреч».

Словосочетание «индустрия встреч» закрепилось в профессиональном лексиконе как перевод-нальня с английского языка.

1.2. ОБЗОР ДОКРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

Примечание к разделу. Данные по объему доходов, налогов, страховых взносов и количеству рабочих мест даны за 2018 год. Не учтены недоимки и задолженность перед бюджетом. Количество компаний указано по состоянию на апрель 2020 года.

Объем и структура российского событийного рынка

В результате сбора информации по методике, описанной выше, объем событийного рынка России оценивается в 161,1 млрд рублей. При этом на нем активно работают 2 060 компаний. По состоянию на начало апреля 2020 года большую часть российского событийного рынка составляют микропредприятия и малые предприятия (не менее 2/3 компаний отрасли). Отрасль динамично развивается, что подтверждает количество новых игроков – 483 компании за период 2019–2020 гг. В целом доля компаний, созданных в течение последних 5 лет, составляет 69%.

► Количество компаний, у которых ОКВЭД 82.3 указан в качестве основного вида деятельности

1 954

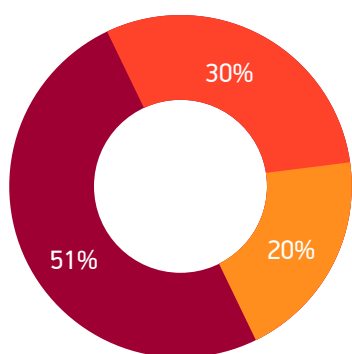
► Количество компаний, у которых ОКВЭД 82.3 указан в качестве дополнительного вида деятельности

36 886

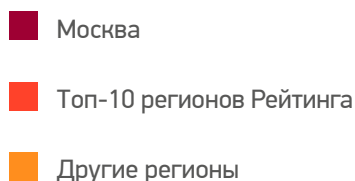
Российский событийный рынок	Москва	Регионы из топ-10 Рейтинга событийного потенциала регионов России ³
Количество компаний	Количество компаний	Количество компаний
> 2 000	1 041	608
Объем рынка	Объем рынка	Объем рынка
> 160 млрд рублей	134,5 млрд рублей	23,5 млрд рублей

Диаграмма 1. Доля Москвы и регионов из топ-10 Рейтинга событийного потенциала регионов на рынке России

По количеству компаний



По объему выручки компаний в млрд рублей



³ См. Приложение 1. Рейтинг событийного потенциала регионов России по итогам 2019 года

На Москву традиционно приходится самая большая доля событийного рынка, особенно по объемам выручки компаний. Это обусловлено высокой деловой активностью региона и активным продвижением на международном рынке. На долю регионов, вошедших в топ-10 Рейтинга событийного потенциала, приходится второй по объему событийный рынок в России. Эти дестинации имеют высокие показатели

по всем направлениям их оценки в качестве центров развития событийной индустрии в стране (инфраструктура, опыт проведения мероприятий, продвижение региона, политика региональных властей, туристическая привлекательность и транспортная доступность). Рыночные доли остальных **72 регионов России** суммарно составляют **20%** по количеству компаний и **2%** по объемам оборота компаний.

Распределение долей рынка среди регионов, входящих в топ-10 Рейтинга событийного потенциала регионов России по итогам 2019 года

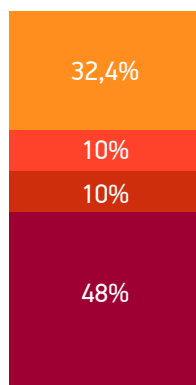
1 Санкт-Петербург	4 Сочи 5 Краснодар	8 Самара
Количество компаний 290 (14%)	Количество компаний 60 (3%)	Количество компаний 30 (1,5%)
Объем рынка > 13 млрд рублей (8%)	Объем рынка 6,5 млрд рублей (4%)	Объем рынка 370 млн рублей (0,2%)
2 Екатеринбург	6 Уфа	9 Ростов-на-Дону
Количество компаний 61 (3%)	Количество компаний 20 (1%)	Количество компаний 28 (1%)
Объем рынка > 1 млрд рублей (0,6%)	Объем рынка > 200 млн рублей (0,1%)	Объем рынка 160 млн рублей (< 0,1%)
3 Казань	7 Нижний Новгород	10 Красноярск
Количество компаний 42 (2%)	Количество компаний 37 (2%)	Количество компаний 40 (2%)
Объем рынка > 540 млн рублей (0,3%)	Объем рынка 600 млн рублей (0,4%)	Объем рынка 590 млн рублей (0,4%)

Диаграмма 2.

Объем событийного рынка топ-10 Рейтинга событийного потенциала регионов России, %

- Другие регионы топ-10
- Екатеринбург
- Сочи и Краснодар
- Санкт-Петербург

По количеству компаний



По объему выручки компаний в млрд рублей

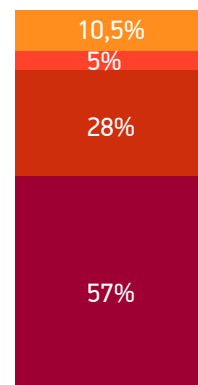


Диаграмма 3.

Доли федеральных округов на событийном рынке России (по количеству компаний), %

**Диаграмма 4.**

Доли федеральных округов на событийном рынке России (по объему выручки компаний), %



Объем занятости в событийной индустрии России

Согласно официальной отчетности, предоставляемой в государственные органы, количество занятых в событийной индустрии (среднесписочная численность) составляет **около 17 000 человек** (16 879). Общее количество занятых в индустрии, включая и внештатных сотрудников, привлекаемых по договорам подряда, составляет **порядка 25 000 человек** (24 787). Данный показатель был рассчитан на основе официальных данных ФНС РФ об объеме перечисляемых компаниями страховых взносов.

► Суммарная стоимость компаний российской событийной индустрии составляет

138
млрд рублей

(по данным официальной отчетности компаний за 2018 год)

Структура событийного рынка России

Общая доля микропредприятий, малых и средних предприятий, работающих на событийном рынке России, составляет **64%**. Из них: микропредприятий – **86%**, малых предприятий – **13%**, средних предприятий – **1%**.

Самая распространенная форма организации компаний на событийном рынке – общества с ограниченной ответственностью (ООО), на их долю приходится **77%** всех организаций. Реже встречаются индивидуальные предприниматели (ИП) и акционерные общества (АО). При этом доля коммерческих организаций составляет **78%**. Соответственно на некоммерческие организации (преимущественно в форме ассоциаций, фондов, автономных некоммерческих организаций) приходится **22%**. Доля компаний с прямым государственным участием составляет **1%**.

► Распределение участников событийного рынка по году создания:



Вклад событийной индустрии в экономику России



Мультипликативный эффект событийной индустрии

Событийная индустрия является одной из наиболее важных в экономике страны. Ее развитие способствует росту производственных и социальных сфер, а также укреплению имиджа государства на международной арене. Основной особенностью событийной индустрии является то, что она носит смежный характер, т. е. для того, чтобы организовать мероприятие, необходимо использовать ресурсы многих отраслей экономики. Это требует большой работы всех участвующих в процессе подготовки и прове-

дения мероприятия компаний. Это тысячи рабочих мест и заказов. По оценке международных экспертов, мультипликативный эффект событийной индустрии может достигать соотношения 1:7. Это значит, что **каждый рубль, вложенный в эту отрасль, приносит 5–7 рублей дохода** в сопряженные с ней сегменты других отраслей экономики – туризм, транспорт, гостеприимство, общественное питание, культура, торговля и другие сферы.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА КОМПАНИЙ СОБЫТИЙНОГО РЫНКА РОССИИ

2.1. ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА

Участниками исследования стали компании, работающие в разных регионах России, а также за рубежом, чья основная деятельность связана с событийной индустрией. На опрос ответили **245 компаний**, что составляет **12%** от общего числа активных участников рынка России.

Среди респондентов больше всего представлены компании, основным регионом деятельности которых являются Москва и Санкт-Петербург – их доли составляют **38%** и **17%** соответственно.

Диаграмма 5.

Топ-10 регионов, отмеченных компаниями-респондентами как основной регион деятельности



Наибольшее число компаний, участвующих в опросе, осуществляют свою деятельность в Центральном федеральном округе. Некоторые компании функционируют не только в федеральном округе, в котором они зарегистрированы, но также оказывают услуги и в других регионах. Во всех федеральных округах работают **11%** опрошенных компаний. За рубежом осуществляют свою деятельность только **3%** из опрошенных компаний.

Диаграмма 6.

Распределение компаний-респондентов по основному региону деятельности

(укрупнено до федеральных округов, также отражены другие регионы, указанные участниками)

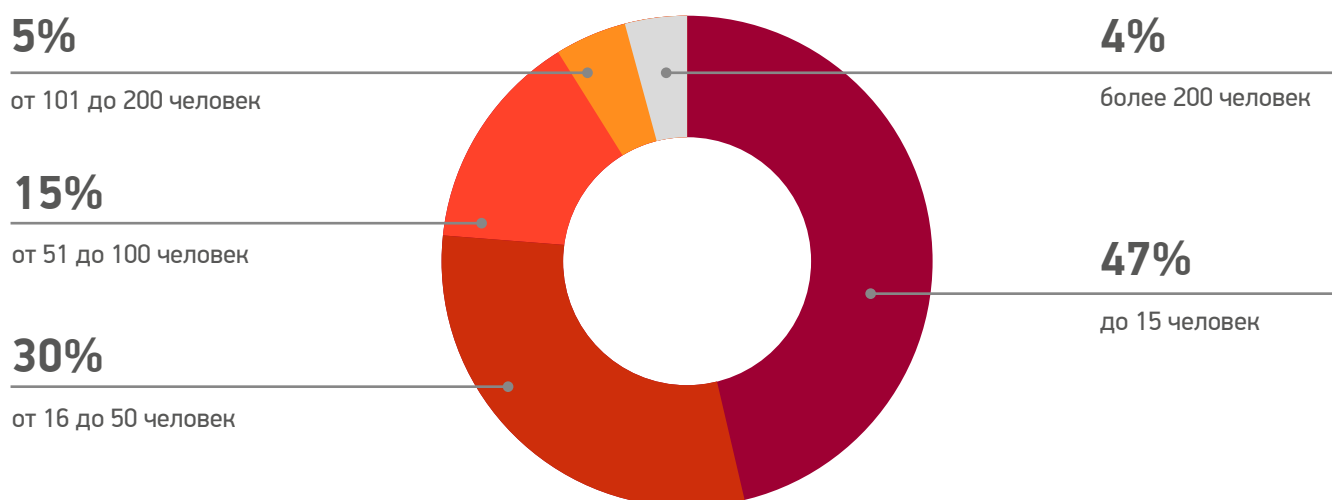


Среди компаний, участвующих в опросе, представлены организаторы выставочных, конгрессных и прочих деловых и неделовых мероприятий, а также компании, которые предоставляют услуги для событийной сферы.

Диаграмма 7.**Распределение компаний-респондентов по сферам деятельности**
(респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов)

В ответе «Другие сферы деятельности» были представлены компании по производству сувенирной и рекламной продукции, разработке контента, диджитал-маркетингу, PR, разработке дизайна и графики, переводческие службы, СМИ, неспециализированные площадки для проведения мероприятий и прочие.

В опросе приняли участие преимущественно компании, которые относятся к **малому и среднему бизнесу**. Доля микропредприятий (в штате до 15 человек) составляет 47% от общего числа компаний, участвовавших в опросе. Около половины компаний-респондентов относятся к малым предприятиям (30% компаний – от 16 до 50 сотрудников, 15% компаний – от 50 до 100) и 9% – к среднему бизнесу, т. к. их численность составляет от 100 до 250 человек.

Диаграмма 8.**Распределение компаний-респондентов по среднесписочной численности сотрудников по состоянию на начало 2020 года**

2.2. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА, ВЫЗВАННОГО РАСПРОСТРАНЕНИЕМ КОРОНАВИРУСА COVID-19, НА СОБЫТИЙНЫЙ РЫНОК РОССИИ

99% опрошенных согласились с утверждением, что распространение коронавируса оказало влияние на деятельность их компаний.

Докризисные планы компаний

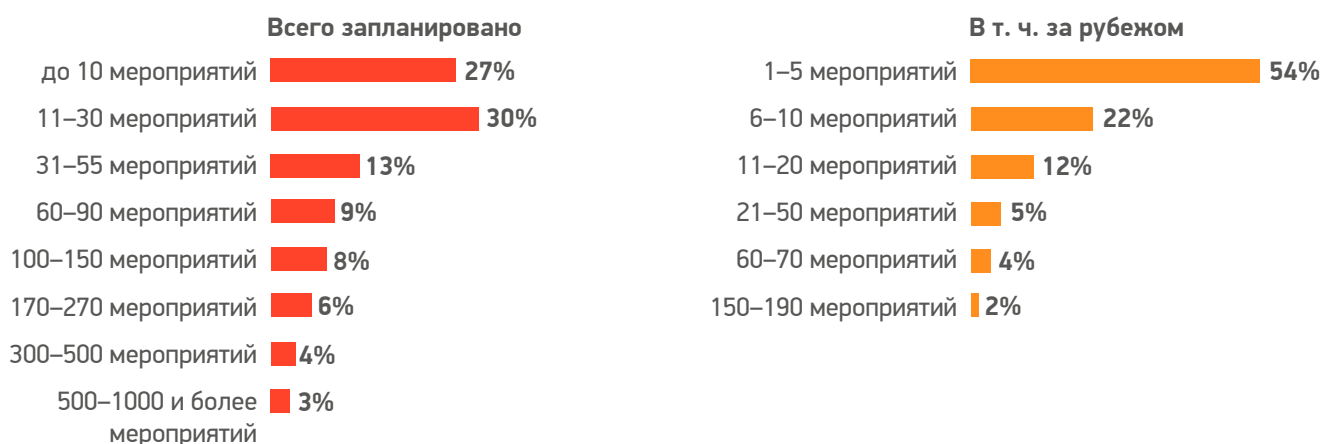
Опрошенным компаниям предлагалось указать количество запланированных на 2020 год мероприятий.

Примечание. Под мероприятием имеется ввиду собственное или заказное мероприятие любого формата или событие, в рамках которого планировалось оказание услуг (для выставочных застройщиков и сервиса).

Компании-респонденты планировали провести (и/или оказать услуги в рамках) **94% мероприятий в России и 6% за рубежом.**

Большее половины (57%) игроков событийного рынка планировали провести до 30 мероприятий в 2020 году. Почти четверть (22%) была готова к проведению от 31 до 99 мероприятий, а пятая часть (21%) более 100 мероприятий – от 100 до 1000 и более, из которых 18% – от 100 до 500 мероприятий и 3% – от 500 и более 1000 событий. Организация зарубежных мероприятий была в планах у 38% представленных компаний. В среднем большая часть респондентов (54%) планировала к проведению около 5 мероприятий за рубежом.

Диаграмма 9. Распределение компаний-респондентов по количеству планируемых мероприятий на 2020 год

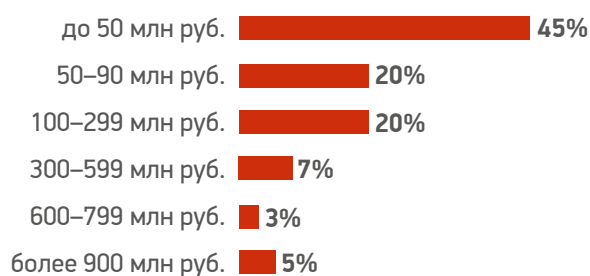


Большая часть компаний-респондентов (**65%**) планировала в 2020 году получить **доход в размере до 100 млн рублей**, 30% – от 100 до 799 млн рублей, 5% – более 900 млн рублей.

Диаграмма 10.

Распределение компаний-респондентов по уровню планируемого дохода в 2020 году

(до кризиса, вызванного COVID-19)



Отмена и перенос мероприятий в связи с распространением вируса COVID-19

В качестве мер, которые пришлось применить в связи с распространением COVID-19, **большинство компаний-респондентов указали отмену и перенос мероприятий на более поздние сроки в 2020 году**. Некоторые респонденты перенесли запланированные мероприятия на 2021 год или смогли организовать их в онлайн-формате.

Необходимо обратить внимание, что опрос проводился в марте-апреле 2020 года. В связи с продолжающейся пандемией, вызванной COVID-19, фактические цифры по отмененным и перенесенным проектам будут выше по итогам года.

► По состоянию на конец марта 2020 года в мире было отменено

>2000

деловых мероприятий

в связи с распространением вируса COVID-19.

Диаграмма 11.

Меры, принятые в связи с распространением COVID-19 компаниями-респондентами по отношению к запланированным мероприятиям в России и за рубежом (по состоянию на март-апрель 2020 года)

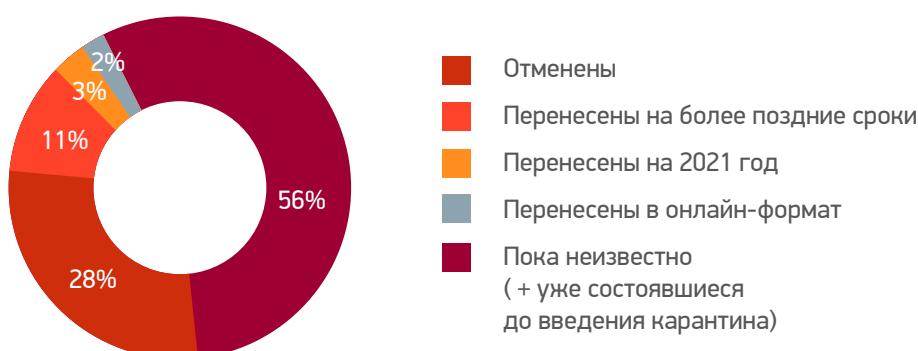
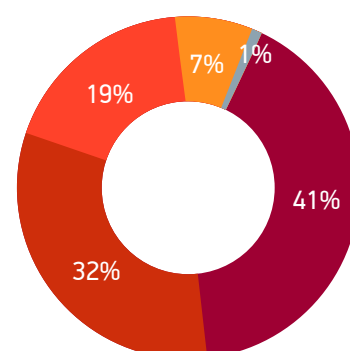


Диаграмма 12.

Меры, принятые в связи с распространением COVID-19 компаниями-респондентами по отношению к запланированным зарубежным мероприятиям (по состоянию на март-апрель 2020 года)



Суммарные показатели по отмененным мероприятиям (вопрос был задан только организаторам мероприятий)

Показатели	Суммарное число по всем отмененным мероприятиям	Доля ответивших респондентов по всем отмененным мероприятиям	Суммарное число по иностранным участникам	Доля ответивших респондентов по иностранным участникам
Количество экспонентов выставок:	80 719	36%	6 195	27%
Количество посетителей выставок:	3 748 633	33%	511 831	17%
Количество участников мероприятий:	552 549	37%	37 730	22%

Размер убытков компаний в связи с распространением вируса COVID-19 по состоянию на апрель 2020 года

60% респондентов смогли предварительно оценить убытки своих компаний, нанесенные отменой и переносом мероприятий из-за распространения вируса COVID-19. У половины из них ущерб может составить до 9 млн рублей, у 24% – до 29 млн рублей, у остальных – свыше 30 млн рублей. Максимальный размер ущерба оценивается в 450 млн рублей.

Решение вопросов с контрагентами

Почти у всех компаний, принявших участие в опросе (81%), были заказные мероприятия, которые пришлось либо отменить, либо перенести. **В большинстве случаев (61%) заказчик не возместил понесенные расходы на организацию этих мероприятий.** Только 27% респондентов были возмещены документально подтвержденные расходы, а в 3% случаев – расходы были возмещены полностью. У некоторых компаний (5%) вопрос о возмещении средств еще не урегулирован или находится на стадии переговоров. У 1% ответивших есть договоренность о возмещении части средств, но деньги еще не получены. Остальные 2% респондентов сообщили, что еще не успели произвести расходы. Также среди ответов были отмечены варианты с переносом мероприятия и совершенных расходов на другой срок.

Большинство компаний-респондентов полностью или частично вернули предоплату по договорам с заказчиками, экспонентами и участниками. Среди других вариантов решения вопросов по таким соглашениям были отмечены следующие: 3% опрошенных указали, что работают по системе постоплаты, 3% – пока не пришлось возвращать предоплату, 2,5% – либо не успели подписать договоры, либо заказчики не успели оплатить их, в 1,6% случаев идет процесс обсуждения и согласования, в 1% случаев компании используют разные стратегии (часть предоплат возместили, часть оставили в счет будущих мероприятий). Только 1% компаний-респондентов не имеют возможности вернуть предоплату.

Диаграмма 13.

Размер предполагаемого реального ущерба компаний в связи с отменой или переносом мероприятий (по состоянию на конец апреля 2020 года)

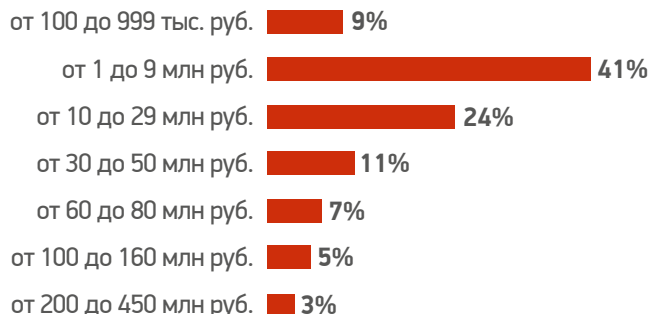


Диаграмма 14.

Возвращение предоплаты по договорам с заказчиками, экспонентами и/или участниками



Меры по защите мероприятий

Наиболее распространенными мерами по профилактике коронавируса в рамках проведенных мероприятий были: информирование участников о мерах личной гигиены и профилактике распространения вируса, размещение дезинфицирующих средств на площадке и усиленная дезинфекция/обеззараживание площадки.

Диаграмма 15.

Меры для профилактики распространения коронавируса COVID-19 на мероприятиях

(респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов)



Меры по защите сотрудников

Работодатели ответственно отнеслись к мерам безопасности своих сотрудников. 73% компаний-респондентов перевели сотрудников на удаленную работу, более половины компаний разместили дезинфицирующие средства в офисе, а также отменили командировки по России и за границу.

Диаграмма 16.

Меры по защите от заражения коронавирусом COVID-19 сотрудников компаний

(респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов)



2.3. ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ В СВЯЗИ С КРИЗИСОМ, ВЫЗВАННЫМ РАСПРОСТРАНЕНИЕМ КОРОНАВИРУСА COVID-19

Общэкономическая ситуация в России и мире

11 марта 2020 года Всемирная организация здравоохранения объявила вспышку заболевания, вызванного коронавирусом COVID-19, пандемией. Базовый прогноз международных экспертов не предполагает, что мировой ВВП вернется к «довирусному» уровню даже к концу 2021 года. По прогнозам экспертов, мировая экономическая активность снизится в 2020 году на 1,9%, в том числе в странах Еврoзоны – на 4,2%.⁴

Для экономики России, считают зарубежные эксперты, рецессия неизбежна. Международное рейтинговое агентство Standard&Poor's предполагает падение отечественного ВВП на 0,8%. Российские экономисты прогнозируют три возможных сценария реализации экономического кризиса в России:

- оптимистичный вариант – восстановление в течение года, рост замедлится, но останется положительным – 0,4–0,7%. В дальнейшем экономический рост будет ускоряться и к 2024 году достигнет 2,5–2,8%.
- более жесткий вариант – переход российской экономики к циклическому кризису. В данном случае рецессия в стране продлится около 2 лет. В 2020 году спад ВВП может составить 3–3,3%, в 2021 году – 0,8–1%, в 2022 – «околостагнация», т. е. спад ВВП 0,3–0,6%. Только в 2023–2024 годах возможно постепенное ускорение экономики (соответственно 1,5–1,8% и 1,8–2,2%).
- «шоковый» вариант – рецессия продлится также около 2 лет, но будет более жесткой. В 2020 г. спад может составить 6,7–7,1%, в 2021 – 1,8–2,2%. В данном сценарии можно ожидать довольно глубокую девальвацию рубля. В 2021 году среднегодовой курс рубля может составить 100–103 руб. за доллар. Уровень инфляции в 2020 году может составить 8,8–9,2%. Вероятность развития кризиса по данному сценарию эксперты оценивают в 30%.⁵

Событийная индустрия, наряду с туризмом, первая почувствовала на себе последствия пандемии. Компании ивент рынка оказались в условиях нестабильности и неопределенности. Если ограничения на проведение мероприятий и другие формы социальной активности в событийной индустрии продлятся до мая, то после их окончания компании ждет низкий по активности месяц. К тому же скажется упавшая за март и апрель покупательская способность, а значит, выйти на докризисные показатели не удастся даже в этом случае. Если же ограничения продлятся дольше (например, до конца года), то масштабы последствий кризиса пока трудно оценить. **Объем рынка может сократиться до 70% в финансовом выражении, рабочие места – не менее чем на 50–60%.** При этом многие эксперты рынка прогнозируют, что на восстановление отрасли потребуются не менее 6 месяцев.

- ▶ При расчете потерь национальной экономики, в случае свертывания активности в событийной индустрии, необходимо учитывать и **мультипликативный эффект** в отношении других отраслей экономики, тесно связанных с ивент рынком (см. раздел 2.2). Учитывая данный фактор, снижение активности на рынке в **5–7-кратном размере** отражается на сопутствующих отраслях, связанных с обслуживанием участников мероприятий. При опросе респонденты, представляющие 12% процентов от общего количества предприятий событийного рынка указали, что ими планировались к проведению в 2020 г. мероприятия, которые должны были посетить более 500 000 зарубежных гостей в качестве экспонентов, посетителей, делегатов (см. раздел 2.2.2., таблицу 1). Принимая во внимание средние затраты в день одного участника (400–500 долларов США по докризисному курсу в 60–70 рублей за 1 доллар)⁶ и среднюю продолжительность мероприятия (3 дня) можно примерно рассчитать ущерб, который понесет экономика России от потери только иностранных участников отмененных мероприятий – **более 40 млрд рублей.**

⁴ Fitch Ratings.

⁵ Центр макроэкономического анализа и прогнозирования (ЦМАКП).

⁶ По данным ИССА.

Возможные сценарии развития событийного рынка в России

Участникам опроса было предложено рассмотреть три сценария развития кризисной ситуации и оценить в каждом случае влияние ситуации на компании и отрасль в целом. Сценарии привязаны к срокам действия ограничительных мер, связанных с пандемией:



Анализ влияния кризиса в каждом сценарии проводится по четырем направлениям:

- количество рабочих мест,
- объем заработной платы сотрудников,
- объем понесенных компаниями убытков,
- объем уплачиваемых федеральных и региональных налогов.

СЦЕНАРИЙ 1: СОХРАНЕНИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ДО КОНЦА АПРЕЛЯ 2020 ГОДА

- ▶ Количество рабочих мест – не изменится или сократится на 10% и менее.
- ▶ Объем заработной платы сотрудников – не изменится или сократится менее чем на 10%.
- ▶ Объем понесенных компаниями убытков – до 30% от оборота.
- ▶ Суммарные убытки отрасли по данному сценарию могут составить **около 52,2 млрд рублей (32% от общего объема рынка)**.

Рабочие места

- При продолжении ситуации до конца апреля 2020 года 77% компаний-респондентов отметили, что число рабочих мест не изменится либо уменьшится на менее, чем на 10%. 15% респондентов указали более значительное сокращение – 11–35%. В 8% фирм произойдет сокращение сотрудников на 36% и более.

Заработная плата

- При продолжении ситуации до конца апреля 2020 года 54% компаний не изменят зарплату сотрудников, либо уменьшат ее на 10% и менее; 20% фирм – уменьшат зарплату на 11–35%; 26% респондентов – на 36% и более.

Объем прямых и косвенных убытков компаний событийной индустрии

- При сохранении ситуации до конца апреля 2020 года 44% компаний оценили объем убытков в 11–30% от оборота, 21% респондентов – более чем 50% от оборота.

Объем налоговых поступлений в федеральный и региональный бюджеты

Сокращение доходов и фактическая временная остановка деятельности компаний в отрасли приведет к сокращению налогов, поступающих в федеральный и региональный бюджеты.

- По оценке респондентов, на 30% снизятся налоговые поступления от 73% компаний в случае, если острая фаза кризиса не закончится до конца апреля 2020 года; от 19% компаний налоговые поступления сократятся в этом случае более чем вдвое.
- Общее сокращение налоговых поступлений в бюджеты разных уровней может составить **около 3,9 млрд рублей**.

СЦЕНАРИЙ 2: СОХРАНЕНИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ДО КОНЦА ИЮНЯ 2020 ГОДА

- ▶ Количество рабочих мест – не изменится или сократится на 10% и менее.
- ▶ Объем заработной платы сотрудников – сократится на 36%.
- ▶ Объем понесенных компаниями убытков – до 50% от оборота.
- ▶ Суммарные убытки отрасли по данному сценарию могут составить **около 73,2 млрд рублей (45% от общего объема рынка)**.

Рабочие места

- При продолжении ситуации до июня 2020 года число рабочих мест не изменится либо уменьшится на 10% в 39% компаний-респондентов. Сокращение на 11–35% прогнозируется у 31% респондентов. В 30% фирм штат уменьшится на 36% и более.

Заработная плата

- При продолжении ситуации до июня 2020 года 53% компаний-респондентов будут готовы сократить заработную плату сотрудников на 36% и более; 26% ответивших предполагают уменьшить ее на 11–35%; 22% – оставят зарплату на прежнем уровне или сократят до 10%.

Объем прямых и косвенных убытков компаний событийной индустрии

- При сохранении ситуации до конца июня 2020 года 42% респондентов отметили, что убытки могут составить от 30% до 50% от оборота, 33% компаний предполагают, что объем убытков составит более половины годового оборота.

Объем налоговых поступлений в федеральный и региональный бюджеты

Сокращение доходов и фактическая временная остановка деятельности компаний в отрасли приведет к сокращению налогов, поступающих в федеральный и региональный бюджеты.

- По оценке респондентов, на 31% и более снизятся налоговые поступления от 60% компаний при продолжении ситуации до июня 2020 года. 32% компаний, ответивших на вопрос, оценили сокращение объема налогов более чем на 50%.
- Общее сокращение налоговых поступлений в бюджеты разных уровней может составить **около 5,6 млрд рублей**.

СЦЕНАРИЙ 3: СОХРАНЕНИЕ ОГРАНИЧЕНИЙ НА СОЦИАЛЬНУЮ АКТИВНОСТЬ ДО КОНЦА ДЕКАБРЯ 2020 ГОДА

- ▶ Количество рабочих мест сократится на 50% и более.
- ▶ Объем заработной платы сотрудников сократится на 50% и более.
- ▶ Объем понесенных компаниями убытков составит 50% от оборота и более.
- ▶ Суммарные убытки отрасли по данному сценарию могут составить **около 110,1 млрд рублей (68% от общего объема рынка)**.

Рабочие места

- При продолжении ситуации до конца 2020 года 59% компаний-респондентов будут вынуждены сократить количество рабочих мест более чем на 50%, 13% ответивших – на 36–50%.

Заработная плата

- При сохранении ограничений до конца 2020 года 63% компаний будут вынуждены сокращать заработную плату сотрудников более чем вдвое, 14% – на 36–50%.

Объем прямых и косвенных убытков компаний событийной индустрии

- При сохранении ограничений до конца 2020 года 87% компаний оценивают потенциальный объем убытков в 50% от оборота и более.

Объем налоговых поступлений в федеральный и региональный бюджеты

Сокращение доходов и фактическая временная остановка деятельности компаний в отрасли приведет к сокращению налогов, поступающих в федеральный и региональный бюджеты.

- По итогам опроса более чем вдвое снизятся налоговые поступления от 78% респондентов, если ситуация продлится до конца 2020 года.
- Общее сокращение налоговых поступлений в бюджеты разных уровней может составить **около 8,3 млрд рублей**.

Анализ сделанных прогнозов показывает, что для преодоления кризисной ситуации компании – участники рынка будут в первую очередь оптимизировать расходы организации, при этом стараясь сохранить коллективы. Это обусловлено тем, что уровень профессионализма сотрудников нарабатывается практикой и обучением внутри компании. Найти замену таким специалистам очень сложно. При этом именно от уровня сотрудников в большей степени зависит успех организации мероприятий, а значит, и коммерческая эффективность компании. Важно отметить, что даже при реализации первого сценария развития событий на рынке **около 8%** компаний-респондентов рассматривают возможность закрытия организации и ухода с рынка.

Диаграмма 17.

Антикризисные меры, планируемые компаниями событийного рынка в России

(респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов)



ПРИЛОЖЕНИЕ 1

РЕЙТИНГ СОБЫТИЙНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИИ ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА

В конце 2019 года Выставочный научно-исследовательский центр R&C в очередной раз подвел итоги исследования российского ивент рынка и представил шестой рейтинг событийного потенциала регионов.

Методология

Исследование проводится ежегодно на регулярной основе и базируется на изучении пяти групп показателей, оказывающих наиболее существенное влияние на развитие региональных рынков делового и событийного туризма:

- наличие специализированной инфраструктуры и материально-технической базы ивент индустрии,
- присутствие утвержденной политики развития конгрессно-выставочного потенциала региона,
- наличие программы продвижения региона на внутреннем и внешнем рынке,
- опыт региона в привлечении и проведении значимых событий высокого уровня,
- туристическая привлекательность и транспортная доступность дестинации.

Каждая группа включает в себя количественные и качественные критерии, оцениваемые в баллах, вес и значимость которых ранжируются с учетом их важности для индустрии.

Исходный пул рейтинга составляют регионы России и города, которые являются их административными центрами. В общем составе выборки Сочи и его туристическо-рекреационный кластер, как дестинация с высокой событийной активностью, учитывается отдельно от Краснодарского края, а Санкт-Петербург, наоборот, рассматривается в тандеме с Ленинградской областью. Событийный потенциал Республики Крым и города Севастополя также оценивается единым блоком, что обусловлено общностью условий социально-экономического развития этих регионов в составе России. Традиционно Москва и Московская область участвуют в исследовании, но не выводятся в рейтинг в связи с опережающим остальные регионы уровнем развития событийной отрасли.

Описание

Проведенное исследование показало, что по целому ряду критериев, таких как количество привлеченных мероприятий, развитие туристической инфраструк-

туры, уровень транспортной доступности, количественные показатели большинства регионов в 2019 году улучшились в сравнении с 2018 годом и состав показателей стал более разнообразным. Рассеивание исходных данных привело к переформированию рангов в протоколе без изменения важности каждого из них в итоговом показателе, что вызвало скачки в перераспределении мест в рейтинге.

Тройка лидеров рейтинга частично изменилась. **Санкт-Петербург и Екатеринбург** традиционно занимают 1-е и 2-е места соответственно. На одну позицию выше поднялась **Казань**, принимавшая в 2019 году 45-й Чемпионат мира по профессиональному мастерству по стандартам WorldSkills на новой площадке «Казань Экспо», открытой осенью 2018 года. Активная деятельность Конвеншн бюро Республики Татарстан позволила Казани стать третьим городом, вслед за Москвой и Санкт-Петербургом, по количеству принимаемых международных ротируемых мероприятий ассоциаций в среднесрочном периоде.¹

В состав топ-10 рейтинга с существенным улучшением своих показателей относительно прошлого периода вошли **Самара, Ростов-на-Дону и Красноярск**. Прорыв последнего во многом обусловлен усилиями по развитию материально-технической инфраструктуры региона и его продвижению на мировом рынке событийного туризма в связи с приемом XXIX Всемирной зимней Универсиады-2019. Перспективы использования объектов Универсиады позволили в текущем году привлечь в регион такие значимые спортивные события, как Чемпионат мира по волейболу среди мужчин 2022 года и Чемпионат мира по борьбе 2022 года. Драйвером роста Самарской области в текущем году стали меры по развитию индустрии встреч, нашедшие отражение в новой редакции Положения о конгрессно-выставочной деятельности. Ростовская область в 2019 году занималась активным развитием туристического потенциала и продвижением собственного бренда, что позитивно сказалось на динамике региона в рейтинге.

Итоговую сумму баллов в составе топ-20 рейтинга 2019 улучшили в сравнении с прошлым годом **Хабаровск, Петропавловск-Камчатский и Волгоград**, однако они не смогли повысить свои рейтинговые позиции на фоне более активного роста регионов-лидеров.

¹ Выборка из базы данных ICCA за период 2015–2024 гг.

Рейтинг событийного потенциала регионов России

РЕГИОН	ГОРОД	МЕСТО					
		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Санкт-Петербург и Ленинградская область	Санкт-Петербург	1	1	1	1	-	-
Свердловская область	Екатеринбург	2	2	2	2	2	2
Республика Татарстан	Казань	3	4	5	5	4	3
Краснодарский край	Сочи	4	3	3	3	1	1
Краснодарский край	Краснодар	5	7	4	4	3	6
Республика Башкортостан	Уфа	6	6	8	11	7	13
Нижегородская область	Нижний Новгород	7	5	7	8	-	5
Самарская область	Самара	8	16	18	18	12	11
Ростовская область	Ростов-на-Дону	9	15	11	7	5	8
Красноярский край	Красноярск	10	21	17	15	-	4
Калининградская область	Калининград	11	8	16	20	-	-
Иркутская область	Иркутск	12	12	15	17	8	9
Новосибирская область	Новосибирск	13	14	14	9	-	7
Хабаровский край	Хабаровск	14	11	-	-	-	-
Челябинская область	Челябинск	15	20	10	12	-	-
Новгородская область	Великий Новгород	16	24	24	23	-	21
Мурманская область	Мурманск	17	9	12	13	-	14
Приморский край	Владивосток	18	10	6	6	-	-
Камчатский край	Петропавловск-Камчатский	19	17	-	-	-	-
Волгоградская область	Волгоград	20	19	-	33	-	-
Тюменская область	Тюмень	21	13	20	21	13	15
Архангельская область	Архангельск	22	23	-	-	-	-
Кемеровская область	Кемерово	23	27	48	37	-	-
Белгородская область	Белгород	24	35	-	-	8	15
Владимирская область	Владимир	25	30	-	-	-	-
Республика Крым и город Севастополь	Симферополь, Севастополь, Ялта	26	49	-	-	-	-
Омская область	Омск	27	32	20	26	-	-
Воронежская область	Воронеж	28	29	13	14	8	24
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	Ханты-Мансийск	29	28	-	-	-	-
Оренбургская область	Оренбург	30	38	41	48	21	-
Республика Мордовия	Саранск	31	46	-	-	-	-
Ярославская область	Ярославль	32	31	9	10	6	12
Республика Бурятия	Улан-Удэ	33	25	-	-	-	-
Саратовская область	Саратов	34	22	44	47	-	-
Забайкальский край	Чита	35	36	-	-	-	-
Ставропольский край	Ставрополь	36	37	-	-	13	15
Пермский край	Пермь	37	18	19	16	8	10
Рязанская область	Рязань	38	47	27	25	-	18
Республика Саха	Якутск	39	26	-	-	-	-

РЕГИОН	ГОРОД	МЕСТО					
		2019	2018	2017	2016	2015	2014
Тульская область	Тула	40	40	31	39	18	23
Томская область	Томск	41	50	23	21	-	-
Ульяновская область	Ульяновск	42	33	32	22	-	-
Республика Карелия	Петрозаводск	43	39	-	-	-	-
Республика Коми	Сыктывкар	44	52	50	49	-	26
Астраханская область	Астрахань	45	44	26	27	13	19
Орловская область	Орел	46	74	-	-	-	-
Чеченская Республика	Грозный	47	54	45	44	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	Нальчик	48	70	-	-	-	-
Псковская область	Псков	49	51	-	-	-	-
Республика Тыва	Кызыл	50	60	-	-	-	-
Вологодская область	Вологда	51	65	25	30	-	-
Кировская область	Киров	52	45	32	35	-	-
Калужская область	Калуга	53	48	35	41	-	21
Алтайский край	Барнаул	54	43	42	42	-	-
Республика Северная Осетия – Алания	Владикавказ	55	62	-	-	-	30
Липецкая область	Липецк	56	58	36	29	16	-
Ивановская область	Иваново	57	66	-	-	-	-
Удмуртская Республика	Ижевск	58	34	40	28	-	-
Чувашская Республика – Чувашия	Чебоксары	58	71	-	-	-	-
Сахалинская область	Южно-Сахалинск	60	42	47	38	19	26
Республика Дагестан	Махачкала	61	76	-	-	-	-
Республика Марий Эл	Йошкар-Ола	62	61	-	-	-	-
Тамбовская область	Тамбов	63	73	38	36	-	-
Пензенская область	Пенза	64	67	37	40	-	24
Костромская область	Кострома	65	59	-	-	-	-
Ямало-Ненецкий автономный округ	Салехард	66	78	-	-	-	-
Смоленская область	Смоленск	67	69	-	-	-	-
Республика Хакасия	Абакан	68	75	-	-	-	-
Республика Калмыкия	Элиста	69	80	-	-	-	-
Амурская область	Благовещенск	70	41	-	-	-	-
Тверская область	Тверь	71	57	-	-	20	19
Курганская область	Курган	72	56	-	-	-	-
Магаданская область	Магадан	73	55	-	-	-	-
Республика Алтай	Горно-Алтайск	74	68	-	-	-	-
Еврейская автономная область	Биробиджан	75	53	-	-	-	-
Республика Адыгея	Майкоп	76	72	-	-	-	-
Курская область	Курск	77	64	-	-	-	-
Брянская область	Брянск	78	77	-	-	-	26
Чукотский автономный округ	Анадырь	79	81	-	-	-	-
Республика Ингушетия	Магас	80	82	-	-	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	Черкесск	81	79	-	-	-	-
Ненецкий автономный округ	Нарьян-Мар	82	63	-	-	-	-




ВЫСТАВОЧНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЦЕНТР

Выставочный научно-исследовательский центр R&C

 +7 812 320 96 93

 info@rnc-consult.ru

 197110, Россия, Санкт-Петербург,
Лодейнопольская ул., 5

 www.rnc-consult.ru

 www.facebook.com/rncconsult

© 2020 ВНИЦ R&C. Все права защищены.