

Факты и цифры / Ключевые тезисы

Рабочая версия документа для использования членами рабочей группы GED18

А. Выставки – это глобальная индустрия

Размеры индустрии (годовые показатели)

* Количество экспонентов: **4,4 млн.**

* Количество выставок: **31 000 (приблизительно)** – не считая фермерских ярмарок, увеселительных ярмарок и т.п.

* Количество посетителей: **260 млн.**

* Количество выставочных центров (2017 г.):

- Общая закрытая выставочная площадь в мире составляет 34,8 млн. кв.м. в 2017 году, общее количество ВЦ – 1212.

- По сравнению с данными исследования 2011 года произошло увеличение количества выставочных центров на 1,4% по количеству мест и общей выставочной площади на 7,7% (+ 1,3% в среднем в год)

В последние годы дополнительная выставочная площадь появилась практически во всех регионах мира. Инвестиции в объекты недвижимости - это долгосрочные инвестиции, эти тенденции демонстрируют позитивный прогноз для выставочной индустрии в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Помимо инвестиций в расширение площадей, многие операторы значительно инвестировали в модернизацию.

* Ежегодно посетители и экспоненты тратят около 98 млрд евро (109 млрд долларов США) на выставках

* 680000 человек работает в индустрии (на полную ставку). Если учитывать смежные отрасли (транспорт, отели, питание и др.), то это количество возрастает до 1,8 млн.

В. Выставки – эффективный и рациональный способ ведения бизнеса.

Выставки способствуют экономическому и социальному развитию отраслей, обслуживаемых выставками, в первую очередь посетителям и экспонентам (имидж и продвижение, деловые контакты, развитие бизнеса, образование)

* Выставки – инструмент маркетинга товаров и услуг. Выставки создают максимум возможностей собрать большое количество людей в одном месте, в ограниченные временные рамки и заключить большое количество контрактов, а также установить деловые связи.

- Высокий ROI для участников: каждый 1 евро/доллар, потраченный/вложенный в участие в выставке, превращается в 2 евро/доллара во время выставки и в 8 евро/после, если участие в выставке привело к заключению контракта!

* Выставки – очень эффективный инструмент маркетинга, особенно для предприятий малого и среднего бизнеса

- Выставки выгодны по сравнению с другими медиа, и они позволяют устанавливать индивидуальный контакт с клиентом по доступной цене, предлагая высокий уровень сервиса и посетителей высокого класса на выставках.

* Мероприятия – это отличное вложение: **они привлекают тех, кто готов тратить деньги, общаться с большим количеством людей и рекомендовать бренды.**

(Источник: АЕО, кампания «The Power to Influence»)

* **Выставки – инструмент «лицом к лицу», их главная особенность – уникальный человеческий фактор.**

Выставки помогают найти новые контакты и укрепить существующие.

Личный контакт способствует доверительным отношениям между партнерами.

Посетители заинтересованы в получении инструментального опыта:

- Возможности потрогать товары своими руками
- Взаимодействии с техническими специалистами
- Общении и обмене идеями с другими покупателями.

(CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Конгресс UFI 2015]

Сегодня, когда технологии играют важную роль в нашей повседневной жизни и в бизнесе, особенно для молодых профессионалов, выставки особенно ценны за общение в формате «лицом к лицу».

80% согласны, что человек тратит больше денег на людей и компании, с которыми он знаком лично (встречался лицом к лицу) (www.facetime.org.uk)

* **Выставки – эффективный инструмент для создания у клиента чувства удовлетворенности и приверженности**

Исследование поведения потребителей показывает, что яркие впечатления являются сильным фактором для удовлетворенности клиентов, и их приверженности бренду. Это означает, что если вы сможете создать незабываемые впечатления для своих клиентов, велика вероятность, что они оценят ваши усилия, вернуться к вам снова и запомнят ваш бренд.

То же исследование демонстрирует, что незабываемые впечатления создаются четырьмя факторами:

- Эмоциональный фактор - Во время моего визита была положительная атмосфера
- Сенсорный фактор - Я использовал почти все органы чувств
- Интеллектуальный фактор – Мне был брошен некий интеллектуальный вызов
- Поведенческий фактор – Я много двигался

Это означает, что чем лучше вы сможете задействовать все эти четыре фактора, тем ярче будет опыт ваших клиентов.

Наконец, исследования показывают, что опыт становится еще сильнее, если клиент делится им с кем-то.

Это относится как к обмену опытом с другим человеком (находящимся в этом же месте в это же время), так и после мероприятия с кем-то, не присутствующим в данный момент.

Вот что говорит исследование.

Мы приходим к выводу, что выставки - эффективный способ создания незабываемого опыта. На выставке посетители перемещаются (поведенческий фактор), они получают впечатления, используя все органы чувств (сенсорный фактор), они учатся чему-то новому, участвуют в семинарах и мероприятиях (интеллектуальный фактор), и они чувствуют особую атмосферу, когда большое количество людей с общими интересами собираются вместе (эмоциональный фактор). Многие посетители делятся своим опытом с кем-то непосредственно на мероприятии, и впоследствии, например, в социальных сетях.

*** Выставки способствуют обмену знаниями и сотрудничеству, что приводит к возникновению идей и проектов, что может полностью изменить текущую ситуацию или тенденции в отдельно взятом секторе.**

- **Выставки стимулируют инновационность и конкурентоспособность**, предлагая ёмкий обзор инноваций, исследований, развития и тенденций рынка, в то же время сокращая путь рыночного предложения. Выставки – платформа для обсуждения вопросов экономического и социального развития, а также исследований и обмена новыми идеями, преодолевающая национальные и культурные границы. Выставки создают ценности в форме постоянно растущего числа предприятий малого и среднего бизнеса, которые работают над достижением успеха и получением выгод на рынках с высокими темпами роста. Доступ к новым рынкам генерирует больше доходов для деловой активности и экономического роста.

- Выставки являются центральными узлами в глобальной экономике знаний.

- Для посетителей выставки – своего рода учебные экспедиции: они посещают выставки, чтобы оценить соответствие их стратегий (и их поставщиков) уровню развития технологий и рынка. Они ищут идеи и вдохновение. Погружение в выставочную среду позволяет им понять, как будет развиваться ситуация.

- Экспоненты обмениваются знаниями на выставках (знаниями о рынках покупателей, техническом персонале и машинах в эксплуатации, прототипах, воплощающих современные инновации, областях социализации, которые облегчают взаимодействие поставщик-покупатель и покупатель-покупатель и обмен знаниями).

- Экспоненты также учатся у покупателей (Они наблюдают за конкурентами; прислушиваются к потребностям различных сегментов рынка; это подпитывает инновации и ориентированность на рынок).

- Экспоненты-лидеры дают больше знаний, чем последователи; они являются основным источником инновации в индустрии.

(CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Конгресс UFI 2015)

*** Выставки способствуют развитию новых отраслей** (пример - дроны)

*** Выставки поддерживают развитие торговли и являются инструментом интернационализации**

- Организация высококачественных выставок в тесном сотрудничестве с отдельными секторами и деловыми кругами поддерживает развитие торговли. Выставки для профессионалов различных секторов промышленности (B2B) и широкой публики (B2C) поддерживают интернационализацию множества отраслей, как в рамках регионального рынка, так и на развивающихся рынках по всему миру. Благодаря участию в отдельных выставках, предприятия всех размеров получают доступ к глобальному предложению конкретного сектора.

- Выставки содействуют конкурентным преимуществам нации; они могут создавать/усиливать национальные бренды [CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Конгресс UFI 2015].

- Выставки способствуют глобальному взаимопониманию и сотрудничеству.

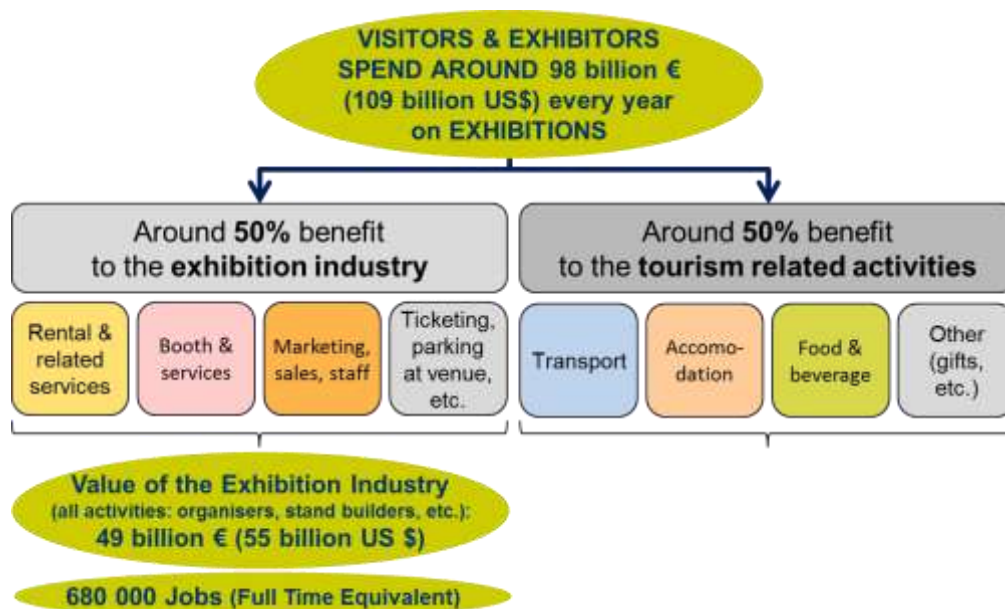
- Выставки – это «мосты».

Выставки оказывают положительное влияние на территории

*** Выставки поддерживают экономический рост и приносят значительные социальные и экономические выгоды**

Выставки поддерживают рост производительности труда, создают новые рабочие места и стимулируют экономическое развитие и развитие инфраструктуры - на региональном и национальном уровнях.

- Выставки привлекают мировой опыт
- Выставки приносят образование и профессиональное развитие в местное сообщество, создавая новые рабочие места, привлекают таланты и удерживают рабочую силу.
- Выставки содействуют **экономическому и социальному развитию** территорий, на которых они проводятся (затраты участников превращаются в рабочие места и налоговые поступления)



Половина затрат экспонентов и посетителей приносят выгоду выставочной индустрии (организаторам, площадкам, застройщикам стендов и т.д.)	Другая половина – местной/региональной экономике (отели, рестораны, транспорт, т.д.).
Число людей, работающих в выставочной индустрии по всему миру: 680 000 рабочих мест (Эквивалент полной занятости)	
Это превращается в рабочие места (1,8 млн (Эквивалент полной занятости) и налоговые поступления.	

Иллюстрации: мультипликативный эффект / эффект «снежного кома» + финансовые результаты / рабочие места

*** Выставки могут быть инструментом привлечения инвестиций в страну**

На уровне страны или региона выставки могут быть инструментами для привлечения инвестиций. Сложно предоставить мировые данные об инвестициях, но отдельные примеры могут быть приведены:

- Hannover Messe - крупнейшая промышленная выставка в мире, ежегодно привлекающая около 6500 экспонентов и 250000 посетителей. Страна-партнер

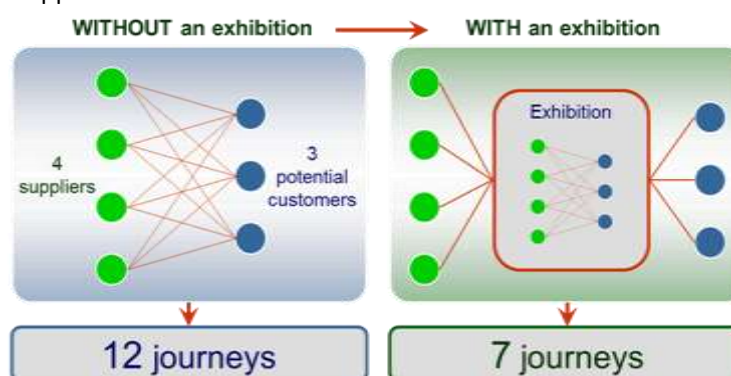
Соединенные Штаты будет представлена широкой аудитории в качестве поставщика высококачественной продукции, а бизнес страны как отличная возможность для инвестиций. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2015/03/23/fact-sheet-president-obama-announce-new-steps-attract-foreign-investors>

- Иннопром 2016 - Международная промышленная выставка (Россия): 76 соглашений на сумму 4,5 млрд. рублей. Источник: www.innoprom.com

С. Выставки способствуют устойчивому развитию

* Выставки сокращают число поездок

- “когда 3 поставщика встречают 4 клиентов на выставке, они совершают 7 поездок; без выставки им понадобилось бы 12!”



*Помимо непосредственного воздействия на конкретные территории, многие выставочные центры и организаторы мероприятий берут на себя социальную ответственность в рамках своей деятельности (по отношению к местным сообществам).

Примеры:

- Гуманитарный кризис (наводнение) и роль Конгресс-центра Хьюстона (США).
- Reed Exhibitions участвует в проекте «Just a Drop», благодаря которому многие тысячи людей обеспечены питьевой водой. Дополнительная информация - на сайте www.justadrop.org
- Reed Exhibitions Китай:
 - Пожертвование 1 млн. юаней пострадавшим от землетрясения в Вэньчуань
 - Reed Shanghai оказал финансовую поддержку 12-ти детям одной из деревень провинции Хэнань.
 - Reed Huabo перестроил ветхие помещения школы Хэму в провинции Гуандун.
 - Reed China совместно с компанией Sowers Action закупили 465 новых теплых курток школьникам в сельской местности в западной части Китая.
 - Reed Hongda закупила теплую одежду нуждающимся детям в Хэнань.

D. Выставочная индустрия предлагает множество карьерных возможностей

Количество человек, работающих в отрасли по всему миру – 680000 (на полную ставку).

Ключевые тезисы:

Увлекательная работа:

- Работа в выставочной индустрии - захватывающая, разнообразная, интернациональная, инициативная, быстро развивающаяся, сложная, динамичная, вдохновляющая, традиционная и в то же время инновационная.
- Профессионалы отрасли осознают и гордятся ролью нашего сектора в экономике.
- Откройте для себя вызовы и возможности, которые дает работа в подлинно международной среде.
- Работа в выставочной индустрии гарантирует, что вы никогда не потеряете навыки живого общения «лицом к лицу»
- Выставочная индустрия открыта для специалистов, готовых внедрять дигитализацию
- Разнообразии и вовлеченности

Карьерные возможности:

- Выставочная индустрия открывает множество карьерных возможностей и перспектив роста
- Выставочная индустрия предлагает множество возможностей для работы и развития
- Работа в выставочной индустрии подходит для специалистов во разных областях.
- Много путей развития карьеры возможны в индустрии: организаторы, выставочные площадки, ассоциации и сервис-провайдеры.
- Выставочная индустрия содействует обеспечению устойчивого развития и дает возможность молодым людям стать инициаторами перемен
- Предоставляет вам доступ к многим отраслям без необходимости менять работу
- Работа в выставочной индустрии – это постоянное обучение в режиме реального времени.

ОРГАНИЗАТОРЫ

Организаторы – это создатели. Они разрабатывают концепции выставки для конкретного рынка, определяют площадку и поставщиков услуг, осуществляют продажи экспонентам, посетителям и проводят мероприятие от начала и до конца совместно с партнерами.

Команда организаторов работает вместе, чтобы создавать выставки.

ПЛОЩАДКИ

Площадки – дом для выставок. От крупных многозальных выставочных центров до небольших единых пространств, выставочные площадки по всему миру сильно различаются по размерам, стилям и формам. Правильная площадка в правильном месте и с правильной командой является неотъемлемой частью успешной выставки.

ПАРТНЕРЫ ИНДУСТРИИ

Это специалисты по снабжению. Чтобы создать выставку, организатору требуются специалисты - поставщики услуг в сфере логистики, застройки и дизайна стендов, электроснабжения и освещения, аудио-видео, кейтеринга, временного персонала, ивент-технологий, регистрации и бейджей, мебели и многого другого, на самом деле всего, что нужно, чтобы создать условия для бизнеса там, где раньше его не было. Зависит от площадки и организаторов, но многие из этих услуг могут быть организованы самостоятельно, в то время как другие приобретаются.

Есть компании, которые сосредоточены исключительно на одной из этих трех ролей, и компании, которые представлены в двух или во всех трех ролях.

АССОЦИАЦИИ

Ассоциации – это знания и отношения внутри индустрии. Ассоциации имеют важное значение для обеспечения того, чтобы организаторы, площадки и поставщики постоянно были в курсе актуальных событий вокруг выставочной индустрии и современных тенденций. Ассоциации также консультируют по вопросам законодательства, обеспечивают проверку и в некоторых случаях квалификацию, гарантируя, что другие стороны в этой отрасли работают на высоком уровне.

	Организаторы	Площадки	Поставщики	Ассоциации
Продажи	Сотрудники в сфере продаж устанавливают контакты с потенциальными клиентами, чтобы продавать услуги или товары, которые компания предлагает, для большинства компаний это является источником дохода, а именно:			
	Площадки стенда экспонентам	Площадки площадки организаторам	Товаров и услуг, предоставляемых поставщиком, организаторам и экспонентам	Членства, мероприятий, обучения, исследований
Маркетинг	Маркетологи помогают компании расти, обеспечивая видимость товаров и услуг более широкой аудитории, используя медиа, в том числе цифровые, печатные, соцсети, радио и телевидение.			
	Обеспечение того, чтобы потенциальные посетители и экспоненты знали о выставке, а также управление партнерствами и спонсорскими сделками	Продвижение площадки среди организаторов	Демонстрация услуг и товаров организаторам, площадкам и иногда другим поставщикам	Обеспечение того, чтобы выставочное сообщество знало об ассоциации и её предложениях
Операционная деятельность	Сотрудники, занимающиеся операционной деятельностью, проводят выставку, знают всё, что должно произойти, когда и с кем. Всё, что связано с фактическим проведением выставки и превращением пространства в место проведения. Например:			
	Команда, которая проводит мероприятие, заботясь об организационных вопросах и объединяя все элементы вместе	Команда по операционной деятельности площадок работает с организатором, чтобы площадка успешно приняла мероприятие, обеспечивая соблюдение стандартов здоровья и безопасности	Менеджеры по операционной деятельности поставщиков работают над тем, чтобы продукты и услуги работали на клиента. Эти люди ответственны над созданием среды мероприятия.	Для ассоциаций операционная деятельность может включать проведение мероприятий и обеспечение ежедневной деятельности ассоциации
Прочее	Эти рабочие места не обязательно являются специфическими для выставочной индустрии, но являются неотъемлемой частью любой компании, в том числе в сфере финансов, HR, IT и руководства административно-хозяйственной службой, администрирования и бухгалтерского учета.			