

университет «Синергия»,— проводится в подтрибунных помещениях «Открытие Арены» — домашнего стадиона столичного ФК «Спартак». На новом футбольном стадионе в Петербурге такой практики нет, хотя вместительных помещений для «Фан-Променада» — зоны развлечений перед матчами «Зенита» — хватает.

### ПРОВИНЦИАЛЬНАЯ ПЕРСПЕКТИВА

С туристической точки зрения Петербург интереснее, чем столица, убежден генеральный директор компании «Экспофорум-Интернэшнл» Сергей Воронков, к тому же автомобильный трафик не такой напряженный, а стоимость услуг и проживания ниже. Но по количеству мероприятий Москва пока выигрывает.

«Петербург во многом более привлекателен как конгрессная дестинация, и разовые мероприятия не ежегодного плана тяготеют именно к нему,— замечает господин Воронков.— В 2017 году, по данным Международной ассоциации конгрессов и конференций, в европейском рейтинге конгресс-городов Москва и Санкт-Петербург попали в топ-50, заняв 42-ю и 49-ю строчки соответственно. Мы отстаем от столицы совсем немного».

Поэтому петербуржцы чувствительны к конкуренции именно со столичными форумами, а аналогичные мероприятия на Урале, Дальнем востоке или Юге России конкурентами не считают. «У нас каждый год идет рост и по объемам, и в деньгах, и в количестве мероприятий на 15–20%,— рассказывает Сергей Воронков.— Рентабельность бизнеса по организации мероприятий составляет 10–15%». «Экспофорум» он называет единственной в Петербурге площадкой, пригодной для проведения масштабных международных событий вместимостью от 1 тыс. человек. И для крупных конгрессов ее хватает: такие мероприятия бывают нечасто, утверждает господин Воронков.

За последние два года в городе прошло несколько крупных мероприятий под эгидой Международной ассоциации конгрессов и конференций, напоминает Юлия Липатова: Международный авиатопливный форум, Всемирный форум по непрерывному образованию, Международный конгресс подводников, Международный конгресс Всемирной ассоциации выставочной индустрии. По стратегии Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга, принятой в 2015 году, к 2020-му город должен войти в топ-10 европейских и топ-20 мировых конгрессных направлений.

«Городу определено есть куда стремиться,— поясняет госпожа Липатова.— Для сравнения, площадь закрытых выставочных площадей „Экспофорума“ составляет 50 тыс. кв. м. А, например, „Берлинский экспоцентр“ занимает 160 тыс. кв. м, крупнейший в Испании центр Fira de Barcelona — 405 тыс. кв. м».

Впрочем, не только Москве и Петербургу есть что предложить организаторам конференций. Другие крупные российские города (Казань, Сочи, Екатеринбург, Владивосток) также амбициозны, убежден генеральный директор SPN Communications Андрей Баранников. «Каждый из этих городов может предложить не только multifunctional площадку, комфортную площадку, но и свой колорит, свои историю и традиции,— поясняет господин Баранников.— Качественная деловая программа и известные спикеры — это, безусловно,

важно для любого участника бизнес-форума. Но культурные и национальные особенности города могут стать приятным дополнением». В 2017 году форум по коммуникациям Baltic Weekend, в оргкомитет которого входит Андрей Баранников, расширил свою географию и впервые состоялся не в Петербурге, а в Тбилиси. В 2018 году форум побывал в Калининграде.

**СИЛА СЛОВА** Все же в большинстве случаев в столице интереснее программы, серьезнее масштаб, представлено больше значимых компаний, именитых участников и спикеров, а это основные факторы, которые влияют на предпочтения посетителей.

Провинциальные форумы вторичны, считает генеральный продюсер бизнес-конференции Digitale Денис Столбов. Спикеры посещают их во вторую очередь, а все их выступления — это повторение тем, которые они отработали на московском и петербургском рынках. А именно спикеры — главный инструмент продвижения любого форума. Уровень организации, площадка, цена и прочие факторы не являются решающими: чаще всего слушатель идет на «знаменитостей».

«Основываясь на многолетнем опыте проведения событий, с уверенностью заявляю: никто не читает темы. Проблема бизнес-форумов в том, что люди всегда идут на имена. От этого страдает смысловая часть программы. Но профессионалы в своей области, топ-менеджеры, специалисты интересны публике во вторую очередь, хотя могут рассказать гораздо больше полезной информации по заявленной теме»,— рассказывает господин Столбов.

Известный спикер может стать серьезным поводом для многих участников, подтверждает Андрей Баранников. «На Baltic Weekend в этом году впервые выступила официальный представитель МИД РФ Мария Захарова. Как только мы анонсировали ее выступление, количество желающих принять участие в форуме увеличилось в несколько раз»,— аргументирует он.

«На заполняемость форума влияет огромное количество факторов,— не согласен Сергей Воронков.— Здесь должны быть не только актуальная тема и известный, харизматичный спикер, но и правильно продуманная информационная кампания, четкое понимание своей аудитории и ее потребностей, качественная работа с партнерами и спонсорами, хорошее наполнение развлекательной программы, разработка нетворкинг-сессий».

Среди организаторов немало агентств и компаний, для которых конференции — только инструмент продвижения. Они подстраивают его под свои нужды или интересы клиента, поэтому заранее четко знают аудиторию, локацию и спикеров. В лучшем случае организаторы подобных мероприятий выходят в ноль, а прибыль от события не является их целью.

Однако даже те, кто рассматривает проведение конференций как инструмент продвижения собственных брендов (компаний, товаров или спикеров), стремятся уравнивать доходы от мероприятия с расходами на его организацию. Встречается и смешанная модель. Например, форумы московского университета «Синергия» нацелены на популяризацию его преподавателей и образовательных услуг, однако настолько масштабны, что сами по себе генерируют прибыль. ■

## СТРАХОВАНИЕ



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

- 1. ВЛАДИМИР ХРАБРЫХ,** директор филиала СПАО «Ингосстрах» в Санкт-Петербурге
- 2. ДМИТРИЙ БОЛЬШАКОВ,** заместитель генерального директора — директор филиала СПАО «РЕСО-Гарантия» в Санкт-Петербурге
- 3. ТАТЬЯНА ГАЙ,** директор ПАО «Страховая компания „Гайде“»

**ВИТАЛИЙ БАТОВ,** директор Санкт-Петербургского филиала группы «АльфаСтрахование»

**АЛЕКСЕЙ БУКИН,** директор петербургского филиала СК «Согласие»

**ЕВГЕНИЙ ДУБЕНСКИЙ,** заместитель генерального директора — директор Северо-Западной дирекции СК «Альянс»

**НИКОЛАЙ ЗАГУСКИН,** руководитель петербургского офиса компании «Британский страховой дом»

**ОЛЬГА ЗАХАРЧЕНКО,** руководитель Северо-Западного дивизиона группы «Ренессанс-страхование»

**БОРИС КАКИТЕЛАШВИЛИ,** директор филиала «Зетта Страхование» (ранее СК «Цюрих») в Петербурге

**СЕРГЕЙ КОВАЛЬЧУК,** генеральный директор АО «Либерти Страхование»

**АЛЕКСЕЙ КУЗНЕЦОВ,** генеральный директор страховой группы «Капитал-полис»

**АЛЕКСАНДР ЛОКТАЕВ,** генеральный директор СО «Помощь»

**ДМИТРИЙ ЛУЧКОВ,** директор Санкт-Петербургского филиала САО «ВСК»

**ЮРИЙ МИРЗАБЕКОВ,** директор филиала САО «ЭРГО» в Петербурге

**КИРИЛЛ ПАВЛОВ,** директор филиала СК «ВТБ Страхование» в Санкт-Петербурге

**ВАЛЕНТИН СМЫШЛЯЕВ,** директор филиала страховой компании «МАКС» в Санкт-Петербурге

**МАРИНА УРАЛЬСКАЯ,** директор петербургского филиала АО «Согаз»

**АЛЕКСАНДР БАКЛУШИН,** директор филиала АО «Объединенная страховая компания» в Санкт-Петербурге\*

\*Кандидатура внесена участниками проекта