

# «ВОЗОБЛАДАЛ ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ...»

ПРЕЗИДЕНТ АССОЦИАЦИИ IPSA **АНДРЕЙ МАСЛАК** О МОНОПОЛИЯХ И ПЕРСПЕКТИВАХ



**В ФЕВРАЛЕ ЭТОГО ГОДА** стало ясно, что ассоциация IPSA (Институт профессионалов рекламно-сувенирного бизнеса) и ее выставочный проект «IPSA. Рекламные сувениры» стали главной и, пожалуй, единственной всероссийской инициативой по консолидации участников рынка деловых подарков и бизнес-сувениров. Что в связи с этим изменится, а что еще изменится? Как это отразится на сувенирном сегменте рынка? Об этом в беседе поведал Андрей Маслак, Президент ассоциации IPSA.

**— Выставка IPSA существует на рынке бизнес сувениров давно, однако далеко не все знают, что она собой представляет сегодня. Расскажите кратко о вашем проекте. Что изменилось с тех пор, как вы заняли пост президента ассоциации?**

— Пост президента я занял в 2008 году. Несмотря на некоторые структурные изменения, проект остался прежним, 100% российским. И ее цель — создание и укрепление связей между участниками бизнес-сувенирной отрасли и потенциальными клиентами. Ключевыми событиями на этой

ниве являются выставки «IPSA. Рекламные сувениры», которые проходят 2 раза в год весной и осенью. По числу посетителей это самая крупная сувенирная выставка в стране, а, возможно, и в Восточной Европе.

Ежегодная динамика роста проекта — около 20%, и мы стремимся улучшить результат, ищем новых клиентов, новые области сбыта, новые направления для развития. Так в этом году параллельно с выставкой IPSA мы организовали Event Expo — новый проект, посвященный ивент-технологиям. Его цель — привлечь в отрасль новых клиентов. Это ивент-агентства, модельные агентства, образовательные учреждения, спортивные организации, городские и муниципальные управления. Это аудитория, которая ранее не была задействована. Первая сессия Event Expo в феврале увенчалась успехом и привлекла в отрасль более 500 новых клиентов.

**— Всего 2 года назад в Москве действовали 2 специализированные отраслевые выставки — IPSA и РАППС. Даже прошлой осенью с «IPSA. Рекламные сувениры» соседствовала выставка «Дизайн и Реклама», которая заняла место РАППС. Этот год отличается тем, что ваш проект остался единственным в Москве. Вы довольны сложившейся ситуацией?**

— Для большинства игроков нашей отрасли это позитивная ситуация. И это связано со спецификой выставочного бизнеса. Теперь, когда осталась одна выставка, и для производителей и поставщиков, и для их клиентов сложились более благоприятные условия, чем ранее. Участвуя одновременно и в IPSA, и в РАППС, компании тратили слишком много ресурсов, а посетителям приходилось дважды откладывать свои дела, чтобы посетить московские выставочные центры. А 1 выставка дает шанс как производителям, так и потребителям провести эффективные встречи без лишних затрат.

**— Два года переговоры между IPSA и РАППС будоражили отрасль, рождая самые неожиданные слухи. Итогом**

**стало закрытие РАППС и участие в выставке IPSA компаний, которые раньше ее игнорировали. Как вам удалось добиться успеха, ведь оппоненты вам достались весьма несговорчивые и своенравные?**

— Возобладал здравый смысл. В процессе обсуждения мы постарались встать на позиции потребителей и клиентов, и именно этот подход позволил привести в равновесие практическую выгоду и амбициозные интересы всех участников дискуссии. Завершив свой проект, руководство РАППС приняло правильное решение, так как в условиях кризиса и при отсутствии ощутимого экономического роста рынок требует консолидации. И выставка — это точка опоры.

**В ПРОЦЕССЕ ОБСУЖДЕНИЯ МЫ ПОСТАРАЛИСЬ ВСТАТЬ НА ПОЗИЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И КЛИЕНТОВ, И ИМЕННО ЭТОТ ПОДХОД ПОЗВОЛИЛ ПРИВЕСТИ В РАВНОВЕСИЕ ПРАКТИЧЕСКУЮ ВЫГОДУ И АМБИЦИОЗНЫЕ ИНТЕРЕСЫ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ ДИСКУССИИ.**

К сожалению, пока не был сделан 2 шаг — объединение участников рынка в рамках одной организации, представляющей общие интересы отрасли. Причиной послужил концептуальный спор между ведущими 50-60 игроками: какая нам нужна ассоциация и нужна ли вообще? Но обсуждение не закончено. Уже сделано немало, и работа ведется.

Промежуточным решением стало вступление в АКАР (Ассоциация Коммуникативных Агентств России — прим. ред.) в качестве

отдельного комитета промпроиндустрии. Кстати, возглавил этот комитет Алексей Вязовцев, экс-президент РАППС.

На данном этапе это оптимальный вариант для большинства компаний: войти под крышу крупной организации и решать вопросы в ее рамках. Видимо, для самостоятельной организации пока не настал момент, но это вопрос времени.

**— Теперь, когда выставка осталась одна, в определенной степени IPSA является монополистом. Как вы относитесь к своему эксклюзивному положению на бизнес-сувенирном рынке?**

— Монополизм в любом проявлении — это негативное явление. Цитируя Ленина, любая монополия ведет к загниванию. И эксклюзивное на данный момент положение IPSA — это не попытка контроля отрасли. Никто не мешает проводить по 10-15 выставок, ведь это свободный рынок, и каждый может начать собственный проект. Но если новые выставки не возникают, значит отсутствуют либо выгода, либо инициатива. Давайте обратимся к мировой практике: всегда есть флагманская выставка, задающая тон сбыту продукции. Сейчас на этой позиции и находится IPSA. Тем более не стоит забывать о специализированных независимых выставках в регионах и секциях деловых подарков и сувениров на выставках смежной тематики.

Лично я против монополии. Но если отрасль не располагает ресурсами для создания альтернативных проектов, то для развития необходимо, как советовал Билл Гейтс, создавать конкуренцию самому себе. Примером может служить упомянутый выше проект Event Expo — параллельный IPSA, он побудил посетить выставку аудиторию, которая ранее никогда не посещала это событие. И в феврале этого года экспоненты IPSA смогли оценить преимущества такого подхода. Также, чтобы поддерживать плюрализм мнений, мы будем развивать партнерство с АКАР и координировать свою деятельность с ведущими игроками рынка.

**— В качестве оператора вы вошли в нашу отрасль в 2008 году, а до этого сами активно пользовались услугами сувенирных компаний. Какие концептуально важные наблюдения вам удалось сделать? Что подсказывает опыт?**

— Да, как потребитель я знаком с отраслью деловых подарков с 1993 года. Предыдущие проекты позволили не только познакомиться с тонкостями производства сувениров, но и хитростями их закупок. И одним первым важным моментом считаю умение считать деньги и адекватно оценивать перспективы. К сожалению экономика нашей страны нестабильна, поэтому надо тщательно отслеживать все

**— Мы знаем, что скоро у вас личный юбилей. Наш журнал поздравляет вас с этой знаменательной датой! Мы желаем вам процветания и новых успешных проектов!**

— Большое спасибо! В свою очередь мне хотелось бы поблагодарить журнал «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса» и всех участников выставки IPSA

**МОНОПОЛИЗМ В ЛЮБОМ ПРОЯВЛЕНИИ — ЭТО НЕГАТИВНОЕ ЯВЛЕНИЕ. ЦИТИРУЯ ЛЕНИНА, ЛЮБАЯ МОНОПОЛИЯ ВЕДЕТ К ЗАГНИВАНИЮ. И ЭКСКЛЮЗИВНОЕ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ ПОЛОЖЕНИЕ IPSA — ЭТО НЕ ПОПЫТКА КОНТРОЛЯ ОТРАСЛИ. НИКТО НЕ МЕШАЕТ ПРОВОДИТЬ ПО 10-15 ВЫСТАВОК, ВЕДЬ ЭТО СВОБОДНЫЙ РЫНОК, И КАЖДЫЙ МОЖЕТ НАЧАТЬ СОБСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ. НО ЕСЛИ НОВЫЕ ВЫСТАВКИ НЕ ВОЗНИКАЮТ, ЗНАЧИТ ОТСУТСТВУЮТ ЛИБО ВЫГОДА, ЛИБО ИНИЦИАТИВА.**

издержки и затраты. Во-вторых, при работе с любым проектом надо максимально развивать его креативную составляющую. Современные клиенты ищут не просто кружку или ручку. Они ищут решение конкретной задачи: увеличение сбыта их собственной продукции. И просто типовые качественные деловые подарки китайского производства с логотипом уже не подойдут. Хотелось бы видеть больше творческих, неординарных решений, в том числе и на наших выставках.

И еще, все совершают ошибки, так или иначе. Отечественная сувенирная отрасль молодая, а все специалисты сами постигали тонкости продаж с нуля. Наш рынок сравнительно невелик и по объему, и по обороту. Но есть куда расти. Для этого надо быть в курсе, в тренде, чувствовать мейнстрим, больше общаться между собой, а иногда и подсматривать идеи у успешных западных коллег.

за хорошее отношение к проекту, верность здравому смыслу и доверие нашему проекту. А мы постараемся если не восхищаться, то по крайней мере приятно всех удивлять новыми идеями.

Сейчас я заканчиваю большой строительный проект в Испании на курорте Коста-Брава — это будет современный комплекс с концертным и конференц-залом. И очень хотелось бы в будущем собрать здесь коллег для продуктивной беседы и укрепления партнерских отношений — в новом климате и неформальной обстановке. В каком именно формате будет встреча, мы пока не решили. Но, думаю, мы сможем поделиться подробностями в ближайшие месяцы.

**Беседовал Александр Косачев**



**“COMMON SENSE PREVAILED...”**

This year IPSA trade-show became the only All-Russian business souvenir and gift fair. And today we had an interview with Andrey Maslak, IPSA association president. Main topics are monopolies, future prospects and role of common sense for promotion industry problems resolving.