

ХАРАКТЕРНОЙ ЧЕРТОЙ ПРОМОИНДУСТРИИ ЯВЛЯЕТСЯ РАЗНИЦА В РАЗВИТИИ РЫНКОВ

PSI УКРЕПЛЯЕТ СВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ КАК НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ТОРГОВАЯ ВЫСТАВКА В ЕВРОПЕ

ДЮССЕЛЬДОРФ. Экономическая ситуация и настроения в международном сообществе представителей промоиндустрии вряд ли могут быть более различными и противоречивыми. Экономический спад в Южной Европе, приведший к большим потерям, особенно в Испании, Италии и Греции повлиял негативно на ситуацию в отрасли в целом. Рынок в немецкоговорящих странах также находится в стадии стагнации. Отдельные позитивные импульсы приходят лишь из США и с Ближнего Востока.

Несмотря на то, что показатели в 13772 посетителя (16167 в прошлом году) и 963 экспонента (993 соответственно) оказались немного хуже, PSI укрепила свою лидирующую позицию в отрасли. «В этом сложном рыночном пространстве PSI сумела доказать свою роль главного места встречи для европейских представителей отрасли, а также проводника инноваций» — отметил директор PSI Михаэль Фрертер в речи на открытии 51-ой выставки PSI. В течение трех выставочных дней экспоненты из 32 стран имели возможность представить свои новинки и инновационные решения.

«Ситуация в промоиндустрии, особенно в Южной Европе, чрезвычайно сложная. Мы говорим о снижении здесь оборотов вплоть до 50 процентов» — сказал Ханс Пуулис, генеральный директор европейской зонтичной ассоциации промоиндустрии EPPA. Оценка подтверждается в ходе выставки, и, по словам Йорга Деннига, управляющего партнера JUNG Vonbonfabrik, выразившего мнение многих компаний: «Наша отрасль является

зеркалом, отражающим действительную экономическую ситуацию в Европе. Тем не менее, мы ожидаем хотя бы некоторого количества новых клиентов. Хотя количество, конечно же, не гарантирует качества. Но как это происходит ежегодно, выставка дает нам позитивный результат».

В этом году PSI зарегистрировала увеличение количества посетителей из США и с Ближнего Востока. Более одиннадцати процентов иностранных гостей, больше чем когда-либо, приехали с других континентов. Во многих случаях они внесли свежую струю в происходящее, отметила Джейн Джексон, вице-президент по маркетингу компании Fruit of the Loom: «Отличные посетители отсюда. Нам удалось наладить много новых хороших контактов с представителями с Ближнего Востока и Юго-восточной Азии. Просто замечательно!»

Германский рынок демонстрирует стабильность. 3,47 миллиарда евро (3,46 в предыдущем году) потратили покупатели промопродукции в прошлом году. Эти данные предоставлены, как и ранее, немецкой ассоциацией промоиндустрии GWV. Такая цифра годового оборота делает промопродукцию более популярным медиа-товаром, чем реклама на радио и в Интернете, перемещающая ее на третье место в общей структуре затрат на рекламу.

Ситуация, как было отражено в независимом и представительном национальном опросе PSI, проведенном компанией маркетинговых исследований во время выставки, тем не менее, не выглядит радужной и не позволяет



расслабляться: в отличие от коллег из Южной Европы, почти 45 процентов опрошенных дистрибьюторов из Германии ожидают дальнейшего оздоровления рыночной обстановки, еще 31 процент надеются на то, что она, по крайней мере, будет оставаться стабильной, и только 13 процентов заявили об ожидании ухудшения. Такая расстановка оказывала положительный эффект на количество размещенных заказов в Германии, которое было выше, чем в среднем по Европе.

52-я выставка PSI пройдет 8-10 января 2014 года в Дюссельдорфе.

Количество посетителей, экспонентов и занимаемая выставкой площадь определены и подтверждены обследованием FKM — общества добровольного контроля за выставками и ярмарками.



КОММЕНТАРИИ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ:

БЕАТА АННИ,

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ПО ГЛОБАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ КОМПАНИИ SENATOR GMBH & CO. KGAA:

«Рынок промпродукции имеет огромный шанс для дальнейшего укрепления своих позиций в рамках рекламного бизнеса. Это с очевидностью продемонстрировала выставка PSI, на которой можно также показывать отраслевым заказчикам привлекательность промпродукции. Наша презентация на выставке PSI 2013 была настоящим магнитом для многих посетителей. Мы смогли, таким образом, в течение трех активных дней представить наилучшим образом наши мировые премьеры — «Signer Liner» и «Sweep».

ХАНС-РУДОЛЬФ ШТАЙНЕР,

РУКОВОДИТЕЛЬ ПО ПРОДАЖАМ И МАРКЕТИНГУ ОТДЕЛА КОРПОРАТИВНЫХ РЫНКОВ КОМПАНИИ VICTORINOX AG:

«PSI 2013 оправдала наши ожидания и опять прошла для нас хорошо. Мы увеличили размеры нашего стенда в этом году, чтобы иметь достаточно места для переговоров и пригласили наших представителей из 15 стран для участия в работе стенда».

ДЖОН П. ЛИНЧ,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР LYNKA SP. Z.O.O.:

«Мы в Lynka чрезвычайно довольны PSI 2013. Некоторые говорят об уменьшении значения выставки в связи с тем, что несколько крупных поставщиков оставили шоу, но, честно говоря, для нас это даже лучше. На нашем стенде значительно увеличилось количество посетителей, к тому же с большим потенциалом. Так что мы очень довольны».

УВЕ ТИЛЬШ,

ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ KOZIOŁ «IDEAS FOR FRIENDS» GMBH:

«Результатом перемещения нашего стенда в зал 10, в непосредственную близость от стенда нашего партнера компании Senator, мы зарегистрировали повышение количества посетителей на 20% в первые два дня выставки. Мы бы хотели видеть больше иностранных посетителей, однако качество состоявшихся контактов вполне нас устраивает. В итоге мы получили то, чего хотели от этой выставки и остались довольны».

ШТЕФАН РИЧАРТС,

УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР RICHARTZ GMBH:

«Настрой рынка неплохой, хотя и не очень хороший. Посетителей было меньше, чем мы ожидали, однако, те кто пришли, были очень интересными. Поэтому мы настроены позитивно и уезжаем с хорошими результатами».

МАРКО ШТЕГЕР,

РУКОВОДИТЕЛЬ ПО МАРКЕТИНГУ ELASTO FORM KG:

«Новая концепция нашего стенда на PSI 2013 сработала, и мы почти не успевали обслуживать посетителей. Так что для нас выставка была успешной, особенно с точки зрения...»

АЛЕКСАНДР УЛЬМАНН,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР UMA SCHREIBGERÄTE GMBH:

«Это место, где мы встречаемся с нашими заказчиками. PSI — главное место встреч во всей отрасли. Так было и в этом году».

РОЛЬФ ДАЙБЕР,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР GUSTAV DAIBER GMBH:

«Развитие бизнеса позитивное. С более чем 100 новинками на PSI 2013 мы привлекли не меньшее количество заинтересованных клиентов, чем в прошедшие годы. Мы уже забронировали место на 2014 год».

МАРКО КРЕН,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР EXCLUSIVE GIFTS B2B GMBH, ДИСТРИБЬЮТОР MOLESKINE SPA ДЛЯ ПРОМОРЫНКА В ГЕРМАНИИ, АВСТРИИ И ШВЕЙЦАРИИ:

«Мы участвовали в выставке PSI 2013 в первый раз. Хороший прием со стороны посетителей был для нас положительным сюрпризом. Интерес к высококачественным брендированным товарам является трендом, как мы смогли заметить. Наша кампания «Word» с индивидуальным Moleskine для каждого посетителя, была очень хорошо принята. Мы увидели много любителей Moleskine».

ГАБРИЕЛЬ МОЗЕ РУИС,

ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ FYVAR:

«PSI предоставляет наилучшую возможность для наших членов из Испании и Пор-

тугалии открыть для себя международный рынок, укрепить международные контакты и найти новых заказчиков. Особенно для испанского рынка, который находится в самой критической ситуации за всю свою историю, это чрезвычайно важно. Каждый желающий выжить должен представить себя на самом емком международном форуме. После трех лет сотрудничества с PSI, этот год является особенным для FYVAR (Ассоциация производителей и поставщиков презентационной и промпродукции). Не только потому, что мы представляем себя в павильоне вместе с семью испанскими компаниями впервые, но и потому, что наша ассоциация отмечает свое 80-летие в этом году».

ГОРДОН ГЛЕНИСТЕР,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ВРМА (БРИТАНСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРОМОПРОДУКЦИИ):

«PSI остается по-прежнему местом для всех желающих делать бизнес на международном сувенирном рынке. Мы горды тем, что вот уже пять лет являемся партнерами PSI и оказываем содействие двадцати двум британским компаниям, принимающим участие в выставке, вместе с UK Trade & Investment. Это также демонстрирует международную значимость этой выставки».

ТОМАС ПРАУСЕ,

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР IN-SPIRIT GMBH:

«Наши контакты с отраслью еще более укрепились на выставке PSI 2013, и вообще, это очень интересный рынок для нас. Мы нашли здесь хороший прием и были удивлены большому количеству иностранных посетителей».

ВАЛЬТЕР БРЮК,

INHABER 100 PROZENT:

«Я приехал на PSI впервые как изобретатель. Здесь я смог завязать важные контакты с представителями промоиндустрии, включая международные контакты. Я нашел хороший отклик на свое изобретение, и большое количество заказчиков увлеклись идеей нового продукта».



Although with 13.772 visitors (previous year 16.167) and 963 exhibitors (993), the trade show could not achieve last year's figures, PSI emphasised its position as the central institution in the industry. "In this difficult market environment PSI succeeded in proving its role as the most important European industry meeting place and innovation driver", PSI Director Michael Freter said at the close of the 51st PSI. During the three-day trade show, exhibitors from 32 countries had presented trends and innovations in the promotional products industry.