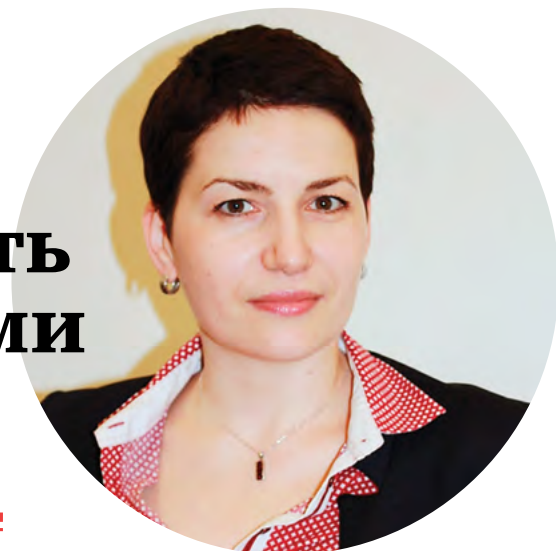


АННА КОШЕЛЕВА: «IPSA Осень 2016 обещает порадовать нас нестандартными решениями»



Анна Кошелева возглавила международную выставку промоиндустрии IPSA весной 2016 года, имея за плечами немалый опыт в качестве организатора отраслевых мероприятий. По ее словам, этой осенью 30-я юбилейная сессия IPSA закрепит успехи предыдущих мероприятий, переняв эстафету успешных инноваций последних лет, и продемонстрирует позитивный потенциал ранее намеченного вектора развития с неожиданными иностранными участниками, новыми отечественными экспонентами и свежими темами для обсуждения в рамках деловой программы.

МАШ: Уже совсем скоро вся отрасль соберется на главном мероприятии промоиндустрии «IPSA Осень». В этом году она станет юбилейной, 30-й по счету. Конечно же, профессионалы заинтригованы двумя фактами: премьерой осенней IPSA и переменами, связанными с вашим вступлением в должность директора. Давайте начнем со второго: поделитесь, пожалуйста, вашим видением будущего IPSA.

АННА: Прежде всего, мне бы хотелось начать со слов признательности моим предшественникам, создавшим ключевую отраслевую выставку, ставшую главной для компаний, работающих на рынке бизнес-сувениров, подарков и рекламы в целом.

Главным отличительным качеством IPSA уже на протяжении многих лет является высокий профессиональный уровень как участников, так и посетителей выставки. Именно поэтому у нас один из самых высоких показателей лояльности по отрасли – 86% экспонентов удовлетворены результатами своего участия в IPSA. Конечно же, я не могу не отметить,

что высокое качество посетителей нам удается обеспечить за счет глобальных компетенций Reed Exhibitions – крупнейшего выставочного организатора.

Безусловно, нашей задачей является сохранение достигнутых высоких результатов. Вместе с тем, мне радостно отметить, что нам есть куда расти. Это и присутствие на выставке крупных международных производителей сувенирной продукции, и специальные мероприятия в рамках выставки формата 'afterwork party'. Особое внимание будет уделено тематическим акцентам весенней и осенней IPSA.

МАШ: Пожалуйста, расскажите немного о вашем предыдущем опыте в выставочной индустрии. Насколько IPSA находится в тренде современных выставочных проектов? На ваш взгляд, какие мероприятия можно было бы поставить в пример того, как надо делать выставки? А есть ли отрицательные примеры?

АННА: Мне посчастливилось познакомиться с выставочной отраслью с обеих сторон – я принимала участие в международных выставках, а мой организаторский

опыт составляет восемь лет. В моем портфолио есть как крупнейшие восточноевропейские выставки с количеством участников более 1000 компаний, так и узкоспециализированные международные мероприятия.

Являясь главной выставкой промоиндустрии, что подтверждено постоянным участием в ней ключевых игроков отрасли, IPSA отражает современное состояние российского проморынка. Если говорить о выставочных технологиях и, в первую очередь, о технологиях создания эффективного мероприятия и привлечения профессиональных посетителей, то Reed Exhibitions занимает лидирующие позиции как в России, так и в мире. Тот факт, что главные мировые выставки индустрии продвижения и визуальных коммуникаций – PSI и VISCOM – организует именно Reed Exhibitions, подтверждает это.

МАШ: На сегодня IPSA – это мероприятие международного масштаба, но география его участников и посетителей пока не так широка, как у его европейских братьев и сестер, таких как PSI. Что необходимо предпринять, чтобы в обозримом будущем IPSA

IPSA

POWERED BY PSI


31-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПРОМОИНДУСТРИИ IPSA ВЕЧНА

**ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
И ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ
БРЕНДА НА ПРОМО- И OUTDOOR*
МЕРОПРИЯТИЯХ**

**14-16
МАРТА
2017**

**МОСКВА,
КРОКУС
ЭКСПО**

ОРГАНИЗАТОР

 Reed Exhibitions®

* Не путайте с другими выставками
в области промоиндустрии!

**IT'S
PROMO
TIME! ****

WWW.IPSA.RU

ООО «РЕЛКО»
РЕКЛАМА

стала восточноевропейским эквивалентом PSI? Сколько, на ваш взгляд, на это уйдет лет? Какие препятствия стоят на пути к этой амбициозной цели?

АННА: Вы затронули несколько блоков вопросов, которые не всегда напрямую зависят от организаторов или исключительно от организаторов. Дело в том, что выставка – это отражение состояния отрасли, а отрасль зависит от экономического состояния страны. Особенно заметно это было в 2015 году, когда от участия в российских выставках (не только IPSA) отказались многие иностранные компании.

Вместе с ростом экономической стабильности растут и выставки. Однако, помимо общих условий, я могу отметить и некоторые особенности IPSA, которые в состоянии изменить мы с вами. Среди отзывов посетителей IPSA мы, к сожалению, довольно часто встречаем комментарии о том, что стендисты равнодушно или даже агрессивно настроены и кажутся незаинтересованными в клиентах. Согласитесь, странно слышать об этом в наше время, когда заказчик ценится на вес золота. Многие наши посетители отметили то, что им не было предложено сесть во время переговоров, а сами переговоры велись в проходе.

Мы как организаторы будем продолжать практику проведения мини-курса повышения эффективности участия в выставке за счет базовых навыков общения и организации стенда. Очень надеемся на то, что наша инициатива будет поддержана владельцами и управляющими компаний, участвующих в IPSA.

МАПП: А теперь вернемся к юбилею IPSA. Тридцатая выставка, какая она будет?

АННА: Весенняя IPSA дала нам очень хороший вектор на развитие. Уже сейчас оживление на рынке весьма ощутимо. В первую очередь, мы это чувствуем по активности зарубежных компаний. IPSA Осень 2016 обещает порадовать нас нестандартными решениями из Португалии, Германии, Пакистана, Индии. Китай будет представлен на IPSA в виде официального павильона.

Российские участники также продемонстрируют свои новые предложения. Некоторые заявленные новинки оказались неожиданными даже для тех менеджеров, которые работают на IPSA уже много лет. В 2016 году обозначились и новые тренды развития, о которых мы пишем в наших еженедельных обзорах IPSATRENDS. Уверена, что 30-я IPSA побьет рекорды по насыщенности новыми идеями.

МАПП: Была ли у вас возможность проанализировать опыт предыдущих IPSA? Что изменится в этом году, а какие элементы выставки останутся прежними?

АННА: Как я уже упомянула, IPSA стоит на очень хорошем фундаменте, который позволил ей достойно пережить уже несколько экономических кризисов и множество перемен. В то же время возраст выставки и сама эпоха требуют изменений. Главным привлекательным фактом IPSA был и должен оставаться высокий уровень посетительской аудитории, т.к. главным для нас остается удовлетворенность наших участников итогами выставки. Мы в Reed Exhibitions ставим это на первое место в нашей работе. Уже совсем скоро наши участники смогут оценить новый IT-продукт, значительно упрощающий поиск заказчиков. Появятся новые акценты и в тематике выставки, но изменения такого рода произойдут уже в 2017 году.



Деловая программа IPSA всегда была важной частью выставки, привлекающей профессионалов отрасли. 2016-й год не станет исключением. Мы, безусловно, сохраним мероприятия, подтверждающие высокий статус IPSA как события для профессионалов.

МАПП: Деловая программа – один из стержневых элементов IPSA. Как вы намерены актуализировать ее в этом году?

АННА: Деловая программа IPSA всегда была важной частью выставки, привлекающей профессионалов отрасли. 2016-й год не станет исключением. Мы безусловно сохраним мероприятия, подтверждающие высокий статус IPSA как события для профессионалов. Прежде всего, это экспертные круглые столы, в

рамках которых будут рассматриваться самые горячие вопросы производителей сувенирной продукции, а также тенденции развития проморынка. Помимо этого, мы планируем расширить блок ярких событий, происходящих непосредственно в выставочном пространстве. В этом году одной из самых ярких точек экспозиции станет пространство IPSA_Choice, которое соберет главные идеи подарков, а также нестандартные технологии и материалы для коммуникации с клиентом.

МАПП: IPSA организует открытые для всех желающих конференции и круглые столы уже который год. В это время многие отраслевые сообщества рекламно-сувенирного рынка организуют в рамках выставки свои собственные закрытые мероприятия. А какой позиции придерживаетесь лично вы? Какие из мероприятий актуальнее для рекламно-сувенирного рынка в настоящий момент – открытые или кулуарные?

АННА: Это зависит от целей мероприятия. Есть узкопрофессиональные вопросы, которые уместно обсуждать в закрытом режиме. Если же мы говорим об увеличении продаж или презентации нового продукта, то эти мероприятия просто невозможно провести, закрываясь от аудитории. Выставка позволяет решить обе задачи, объединяя практически всех участников рынка во времени и пространстве.

МАПП: И вообще, на ваш взгляд, какие вопросы рекламно-сувенирная отрасль должна вынести сейчас в первую очередь на открытое обсуждение, а что можно оставить для личной беседы?

АННА: На мой взгляд, сегодня глобальному развитию российского сувенирного рынка мешает некоторая разобщенность и отсутствие сформулированных общих требований. Вопрос объединения и проактивности в разработке общей концепции развития промоиндустрии неминусом должен встать перед игроками отрасли рекламно-сувенирной продукции.

This autumn, the 30th jubilee session of IPSA trade-show will be held, and not long ago Anna Kosheleva has become its new director. In the interview she has described the place of the event in the general trade-show trend and demonstrated IPSA's opportunities. Also she has pointed that the market players should be responsible for the event's success too.