



МИХАЭЛЬ ФРЕТЕР,
генеральный директор PSI:

Я НЕ ЗНАЮ, ОТКУДА ПОЯВЛЯЮТСЯ СЛУХИ О ТОМ, ЧТО PSI ТЕРЯЕТ УЧАСТНИКОВ

С 8 по 10 января состоялась Международная специализированная выставка PSI 2019 (Дюссельдорф), крупнейшее европейское событие в сфере рекламы и технологий продаж, собравшее в общей сложности 1084 экспонента, где профессионалы получили полное представление о последних тенденциях и инновациях в этой области.

Ассоциация МАПП сотрудничает с PSI в течение ряда лет, мы попросили г-на Фретера ответить на вопросы журнала «Профессионал РСБ».

Выставка PSI этого года объединила сразу три шоу. Идея понятна: больше экспонентов — больше посетителей. Или не только в этом суть? Остались ли вы довольны результатом теперь, когда выставка закончилась и итоги подведены?

Организацией трёх выставок одновременно на одной площадке мы создали целый мир технологий рекламы и продаж, составляющих основу маркетинга в сферах рекламно-сувенирной продукции, делового текстиля и визуальных коммуникаций. Это и есть объединяющий элемент. Все вместе: выставки PSI, Viscom и PromoTex Expo — собрали 1084 компаний-участников. PSI продолжила положительную траекторию развития — выставку посетили 17602 гостя. Разместившийся на площади, превышающей 60 000 м², мир технологий рекламы и продаж с PSI в основе стал на сегодняшний день крупнейшей платформой для маркетологов и специалистов рекламы в Европе. Именно поэтому мы очень довольны результатами выставок этого года.

Оборот европейского рынка промоиндустрии огромен (почти 15 миллиардов евро), и доля Германии в нём составляет почти 25 %. Однако участников ассоциации PSI с каждым годом становится всё меньше. В чём причина такого развития? Или концентрация рынка является положительной для отрасли?

Я не знаю, откуда появляются слухи о том, что PSI теряет участников. С более чем 6500 членов ассоциация PSI стабильна в течение более десяти лет. По нашим данным, к сети PSI каждый год присоединяется в два раза больше новых участников, чем выбывает старых.

Выставка PSI показывает что-то новое каждый год. Вы проявляете большую творческую активность в Дюссельдорфе. А как насчёт Москвы? Вы собираетесь использовать свой опыт и созидательный потенциал здесь? И когда это планируется делать?

Мы работаем рука об руку с нашими коллегами в Москве и обмениваемся опытом, извлекая из этой работы взаимную выгоду. Она также включает в себя продвижение друг друга. Мы были бы особенно рады приветствовать российскую делегацию на PSI в 2020.

Первая выставка PSI в Москве осенью прошлого года собрала 149 экспонентов и 3500 посетителей. По-вашему — это успех? У вас есть уже стратегия, как сделать московскую выставку, по крайней мере, такой же популярной, как польская RemaDays, не говоря уже о дюссельдорфской PSI?

PSI в Москве развивается на очень хорошем уровне и уже является центральным пунктом коммуникаций для Восточно-Европейского рынка. В долгосрочной перспективе, вместе с нашими коллегами в Москве, мы хотим создать всеобъемлющую выставку, которая отвечала бы потребностям и требованиям местного рынка. В отношении экспонентов это означает здоровое сочетание местных и международных производителей. Эта стратегия развивается нами и становится всё более актуальной.

Что вы думаете о будущем нашего бизнеса? Куда движется промоиндустрия в целом?

Отрасль развивается позитивно, что показывают, например, результаты статистики «Барометра индустрии PSI». Промоиндустрия поддерживает стабильный высокий уровень продаж уже на протяжении многих лет. Исследование рекламно-сувенирной отрасли, проводимое ассоциацией GWW, показывает, что объём продаж в предыдущем финансовом году составил €3580000000 (предыдущий год: €3500000000). Рост составил два процента. Так что перспективы на будущее хорошие.

Messe Dusseldorf (Дюссельдорф, Германия)
www.psi-messe.com
Читайте пост-релиз PSI 2019 на www.iapp.ru
в рубрике «Международные новости»

