

ЧТО ТАКОЕ ВЫСТАВКА «РЕКЛАМА». ПРО ЧТО ОНА?

Анастасия Насосникова, руководитель проекта «Реклама», дирекция высокотехнологических выставок АО «Экспоцентр»: «Реклама» — это экономический инструмент достижения коммерческих целей, выставка с уникальной количественной посетительской аудиторией».



Почему вы советуете участвовать в выставке «Реклама»?

Когда нас так спрашивают, мы гордо отвечаем: потому что ни на одной другой выставке для производителей и заказчиков рекламы в России вы не найдёте такого количества целевых посетителей, готовых заказывать и покупать. Это люди, жадные до новых идей и эффективных решений, зачастую наши экспоненты жалуются, что за весь день у них не было нескольких минут, чтобы присесть и отдохнуть. Мы очень горды каждым из наших 17 380 посетителей.

Так что «Реклама» — это про посетителей, их количество и качество: 17 380 посетителей, из них 10 775 посетителей планируют закупку продукции по итогам выставки, 5 040 посетителей — руководители и собственники компаний.

Скажутся ли события 2020 года на выставке «Реклама»?

События 2020 года показали, что мы знаем, что ничего не знаем. Рекламному рынку России «повезло» — он прошёл тяжёлый «ковидный» год значительно лучше, чем подавляющее большинство зарубежных рекламных рынков: при падении мирового рекламного рынка на 7.5 % российский рынок сократился всего лишь на 4 % (данные АКАР).

Совершенно понятно, что на выставке 2021 станет ещё более очевиден тренд осознанного потребления — а это значит, что даже при сокращении количества посетителей на выставку придёт аудитория, которая целенаправленно ищет поставщиков или планирует закупку.

Ещё одна особенность, которую мы обозреваем уже сейчас — рост участия регионального среднего и малого бизнеса за счёт освободившихся ниш и притока квалифицированных специалистов, покинувших крупные центры в результате событий 2020 года.

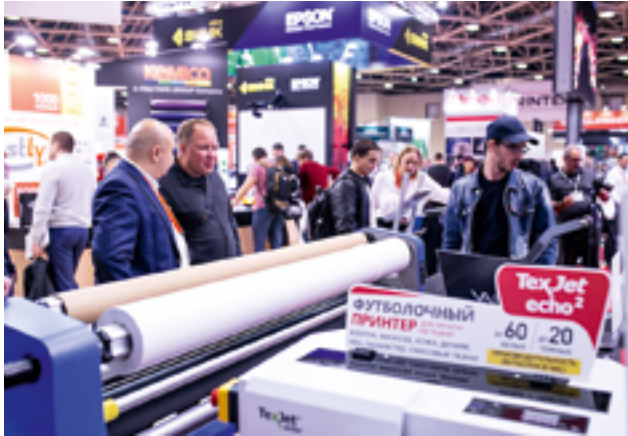
Хотелось бы напомнить, что при обращении в региональные центры поддержки предпринимательства, список которых с контактами доступен на www.reklama-expo.ru, можно получить финансовую поддержку на участие в выставке.

А нужны ли традиционные офлайн-выставки в эпоху «диджитал»?

На протяжении 2020 года мы слышали мантру: «Мир не будет прежним, бизнес перейдёт в диджитал». Я могу сказать точно, что сейчас очень востребован здравый смысл. Мы, конечно, не можем угадать будущее, но текущее безвременье когда-нибудь закончится! Наступила эпоха «новой нормальности» — термин, родившийся в исследовательских документах и очень востребованный в позитивно-мыслящей бизнес-среде.

Человек — социально-встроенное существо. Общественное. Ему необходимы другие люди, их внимание. Человек неосознанно желает новых ощущений, опыта. Вряд ли выставки с опытом живого общения и возможностью демонстрации продукта, а также одновременной оценкой ассортимента конкурирующих компаний, возможностью исследования рынка и обзора новинок, будут вытеснены цифровой средой: общением посредством видеосвязи, виртуальными шоу-румами, и т. д. Тем не менее, опыт онлайн-трансляций, скорее всего, останется с нами. В 2020 году выставка «Реклама» провела онлайн-форум «Матрица рекламы»: 2 дня, 2 потока мероприятий, 2 виртуальных конференц-зала, более 7 часов живых эфиров ежедневно, 2 590 посетителей.

МЫ ПРОДОЛЖИМ РАЗВИВАТЬ ФОРМАТ ГИБРИДНОГО МЕРОПРИЯТИЯ, ГДЕ ТРАДИЦИОННЫЙ ФОРМАТ ЖИВОГО ПРИСУТСТВИЯ НА ПЛОЩАДКЕ СОЧЕТАЕТСЯ С ОНЛАЙН-ТРАНСЛЯЦИЯМИ И ВИДЕОВКЛЮЧЕНИЯМИ СПИКЕРОВ



Мы продолжим развивать формат гибридного мероприятия, где традиционный формат живого присутствия на площадке сочетается с онлайн-трансляциями и видеовключениями спикеров, а также онлайн-включениями и консультациями для посетителей от специалистов тех компаний, которые не смогут присутствовать на выставке. Например, этим сервисом могут воспользоваться иностранные компании для живого общения с посетителями.

В 2021 году выставка «Реклама» станет частью Российской промышленной недели?

Мне кажется, это логично. Российская рекламная отрасль обладает масштабной инфраструктурой, представлена во всех субъектах РФ. В отрасли и смежных областях работает около миллиона человек, она объединяет производителей товаров и услуг, рекламодателей, рекламные компании, рекламопроизводителей, средства информации и прочие медиа, рекламораспространителей, участвует в обеспечении единства экономического пространства. Доля рекламной отрасли составляет 473 млрд руб. (по данным АКАР), каждый рекламный рубль генерирует от 8 до 16 рублей в экономике РФ.

Благодаря рекламной отрасли проводятся разработки новых инновационных продуктов и их позиционирование. Практически все технологические новшества последних лет нашли применение в рекламе, превращая её из чисто креативного продукта в эффективный инструмент стимулирования сбыта.

Таким образом реклама органично функционирует в экономике, способствуя продвижению брендов, повышению собираемости налогов, укрепляя экономику.

А что ещё будет нового?

Посетительская аудитория отмечает необходимость трансформации образования маркетинговых и digital-специалистов предприятий разных отраслей промышленности, а также ценность взаимодействия молодых профессионалов нового поколения с гуру бизнеса, возможность ознакомиться с новейшими образцами оборудования. Вопросам технологической трансформации отрасли будет посвящена деловая программа выставки — Форум «Матрица рекламы», серия профессиональных конференций.

Сейчас наступило время творчества, в том числе и предпринимательского. МАПП проводит вот уже в 7 раз мероприятие для российских производителей сувенирной продукции — премию «Держава мастеров», цель которой — продемонстрировать конкурентное преимущество отечественного производителя: уникальность материала — карельской берёзы, морёного дуба, например. Каждая территория создаёт продукцию, которая имеет право и должна быть интересна покупателю. На выставке «Реклама» пройдёт Церемония награждения победителей Премии в 10 категориях.

Мы ждём вас на выставке «Реклама-2021», которая пройдёт с 18 по 21 октября 2021 года в павильоне 2 ЦВК «Экспоцентр», Москва. www.reklama-expo.ru

