

### Категорически не жалеем!

— так оценила результаты участия в Питерской выставке-конференции «БСП2005» Анна Тучкова (компания «Астрис С»). На круглом столе, посвященном подведению итогов работы первой подобной экспозиции в северной столице, большинство представителей рекламно-сувенирных компаний согласилось с ней.

Перед премьерой настроение было тревожное. По опыту работы на предыдущих подобных экспозициях, организованных другими компаниями, у многих профессиональных игроков рынка сложилось ощущение, что в Питере на выставки народ не ходит, сувенирку покупают мало. Ехали в Санкт-Петербург, готовились к дождям, хмурым небу и полупустому залу...

Город встретил солнечными разливами бабьего лета. А толковые, улыбочивые, доброжелательные, профессиональные посетители шли непрерывным потоком в течение всех трех дней работы. Экспоненты раздали по пять сотен каталогов, и у некоторых они закончились еще до закрытия выставки. Кончались не только каталоги. Не хватало яблок: на стенде «Олпринта» каждого представителя рекламных агентств и прямых заказчиков угощали зеленым фруктом. Ушло более 50 килограмм. Пилотный номер журнала РАППС «B2B» разошелся в первый же день.

Что же повлияло на успех премьеры «БСП» в Санкт-Петербурге? Первые выставки — пробные, организаторы на практике проверяют жизнеспособность проекта, выявляют ошибки и промахи своей работы.

Безусловно, сказалось то, что ее организаторами выступили сами сувенирщики — в лице РАППС и ее членов, непосредственных представителей регионального бизнеса, знакомых с его спецификой — компаний «Проект 111» и «Арт Крафт». Удачным оказался выбор площадки — Михайловского манежа. Это центр города, а значит — и офисной жизни, и менеджерам рекламных отделов не пришлось тратить на посещение целый день. Организаторы грамотно провели промокампанию — была своевременно оповещена целевая аудитория, «праздношатающихся» на выставке практически не было... Проходившая в это же время в этом же помещении очередная 6-ая по счету «Выставка Достижений Рекламного Хозяйства» также повлияла на увеличение потока профессиональных посетителей.

Ряд питерских рекламно-сувенирных компаний, участвовавших в экспозиции, «на собственной шкуре» убедились в эффективности деятельности Ассоциации РАППС и выразили свою готовность влиться в ряды нашей общественной некоммерческой организации. И это верный признак того, что проект «БСП в Петербурге» удался!

Подробный отчет о премьеры «БСП» в Санкт-Петербурге читайте в октябрьском номере журнала «B2B».



### 1. Закрыла свои двери V Московская выставка «Бизнес-сувениры и подарки 2005».

142 компании из 10 регионов России ознакомили зрителей со своими обновленными коллекциями. В прошлом году их было 125. Приехали экспоненты из-за рубежа: из Швейцарии (Prodir), Швеции (Merx Team), Финляндии (Cardex) и Италии (Pinetti). 14 % участников БСП 2005 представляли российские регионы. Продукция мировых брендов составила основу экспозиций у многих отечественных компаний — генеральных дилеров известных торговых марок в России. 8 тысячам посетителей выставки пришлось обойти более 3 000 кв.м площади, чтобы внимательно изучить экспозиции витрин и стендов.

Оргкомитет БСП провел опрос среди экспонентов и посетителей выставки и по его результатам наградил золотыми медалями особо отличившиеся компании.

«Лучшей среди равных» за оформление стенда была признана компания «Круг». «Графис» наградили как создателя «Сувенирного каталога со всеми удобствами». «Радуге» вручили медаль за то, что она представила «Все новинки на витринке». Победителем в номинации «Заманилово без кидалова», иными словами — за самую активную работу с посетителями, стала компания «Fadeich». Борцом «За спасение утопающих в потоке информации» признана компания «Олпринт», чей семинар имел наибольший успех у слушателей. А стенд и стендисты компании «Реал Бьюти Гифтс» были единодушно отмечены как самые креативные.

В последний день работы, прощаясь с сотрудниками оргкомитета, каждый пятый экспонент выставки «Бизнес-сувениры и подарки 2005» выражал свою заинтересованность в

том, чтобы и в следующем году участвовать в работе этой важнейшей для российского рекламно-сувенирного рынка экспозиции.

2. Выступая перед журналистами на пресс-конференции, председатель выставочного комитета Алексей Вязовцев отметил, что с первой выставки БСП практически началась жизнь Ассоциации РАППС.

Совсем, кажется, недавно, все желающие умещались на площади в 700 кв.м. В этом году не хватило и 3000. Количество участников ежегодно увеличивается на 15-20%.

В 2005 году организаторы выставки «Бизнес-сувениры и подарки» ожидают, что поток посетителей составит 8-9 тысяч человек.

Президент Ассоциации Владимир Кузнецов отметил важное значение БСП как площадки для подведения итогов работы отрасли за прошедший год и определения перспектив на следующий.

Исполнительный директор РАППС Виктор Левченко рассказал собравшимся о том, что за прошедший год количество членов Ассоциации увеличилось, на сегодня ее членами являются 60 компаний из 13 городов РФ, о том, что сайт Ассоциации даже в летнее время не снижал показателей посещаемости, а к декабрю планируется усовершенствовать этот информационный ресурс.

Журналисты задали участникам конференции ряд вопросов, в частности, о возможной смене выставочной площадки, об отношениях с IPSA и другие.

Об этом и многом другом читайте во втором номере журнала «B2B».

