

## «Полиграфия и реклама-2004»

С 10 по 13 февраля 2004 года в г.Перми состоялась 7-я международная выставка полиграфии, полиграфического оборудования, рекламно-информационных технологий и материалов для производства рекламы.

На общей площади немногим менее 1000 кв.м. свои экспозиции разместили 82 экспонента из Перми, Москвы, Екатеринбурга и Челябинска. В основном это были рекламные агентства, издательства, типографии, газеты, журналы, теле- и радиокomпании, фирмы, занимающиеся производством и продажей бизнес-сувенирной продукции, поставщики материалов и оборудования для производства рекламной продукции. Можно сказать, что большинство основных направлений и тенденций рекламного рынка Пермской области и России в целом на выставке «Полиграфия и реклама-2004» были представлены.

В рамках выставки состоялась масштабная деловая программа.

Во время работы выставки было опрошено 48 экспонентов.

Большинство экспонентов (46,7%) являются малыми предприятиями (до 50 сотрудников) и уже участвовали в этой выставке ранее (60,4%). При этом 82% участников представляют г.Пермь, остальные – Пермскую область (10%) и другие регионы России (8%). Производителями являются 36%, торгующие организации составили 25%, а 39% участников занимаются оказанием услуг. Наибольшая часть экспонентов, участвует в течение года в нескольких выстав-

ках, 10,4% являются новичками в выставочном движении.

Наиболее популярные среди участников цели – повышение/поддержание имиджа, поиск поставщиков/корпоративных клиентов, увеличение объема продаж, представление новых товаров.

### ВЫВОДЫ

1. Перенос выставки на февраль, в целом, воспринят участниками и посетителями позитивно.

2. Выставка носит характер не полиграфической, а рекламной. Следовательно, стоит пересмотреть ее название.

3. Программа мероприятий является одной из важных составляющих специализированных выставок, необходимо усилить работу в этом направлении с соорганизаторами.

4. Выставка «Полиграфия и реклама-2004» является небольшой, относительно других мероприятий «Пермской ярмарки», по количеству участников и занятым ими площадям. Однако интегральным показателем успешности и жизнеспособности выставки является желание экспонентов участвовать в ней в следующем году. По этому показателю выставка «Полиграфия и реклама-2004» находится на высоком уровне: 70% экспонентов выразили желание принять участие в выставке и в дальнейшем. ■

## «Премьера-2004. Сувениры и подарки для бизнеса»

С 2 по 4 февраля 2004 года в Универсальном комплексе «Дружба» (Лужники, Москва) прошла II Международная специализированная выставка «Премьера-2004. Сувениры и подарки для бизнеса», организованная Русской ассоциацией поставщиков и производителей сувениров (РАППС) при поддержке Российской Ассоциации Агентств Маркетинговых Коммуникаций (РАРА) и Московского фонда защиты прав потребителей.

На 1500 кв.м. выставочных площадей около 80 фирм и компаний демонстрировали на своих стендах образцы из новых коллекций бизнес-сувениров, полиграфической продукции.

За время работы выставку посетило около 3.000 специалистов – дистрибьютеров и продавцов рекламно-сувенирной продукции, специалистов и корпоративных клиентов: представителей компаний – конечных потребителей рекламно-сувенирной продукции – 78%, PR-менеджеров и представителей рекламных

агентств – 22%, из них 50% – Москва и Московская область, 42% – регион, 8% – дальше зарубежье.

Работа выставки сопровождалась обширной и интенсивной деловой программой. В течение 3-х дней в конференц-зале выставки прошли 9 семинаров и презентаций, а для посетителей участниками и организаторами выставки было проведено 8 лотерей.

В рамках выставки был проведен специализированный конкурс «НОВИНКА ГОДА», в котором приняли участие 12 компаний, выставивших на суд посетителей выставки 51 новинку в области рекламно-сувенирной продукции. Победителей конкурса определяли прямым голосованием.

Выставка послужила установлению новых и укреплению имеющихся связей между самими поставщиками и производителями рекламно-сувенирной продукции, а также их дистрибьютерами и конечными потребителями. ■