



## Новые горизонты ЦветыЭкспо'2016

На очередную яркую встречу с прекрасным миром цветов приглашает международная выставка «ЦветыЭкспо 2016», которая начнет работать 13 сентября в МВЦ «Крокус Экспо» (павильон № 1, залы 3, 4).

О ходе подготовки выставки и о том, что будет представлено на этом важном для цветочного бизнеса проекте, мы побеседуем с директором «ЦветыЭкспо» Надеждой Григорьевой.

*«ЦветыЭкспо 2015» в минувшем году прошла достаточно успешно. Ее итоги высоко оценили участвовавшие в ней компании, представившие 23 страны, и многотысячная аудитория профессиональных посетителей. Однако новые экономические реалии диктуют свои условия отечественному бизнесу, в том числе и «зеленому» сектору России, миниатюрной моделью которого выступает выставка. Как начинается для вас сезон 2016 года?*

Мне хотелось бы начать с позитива. У проекта «ЦветыЭкспо» и в сезоне 2016 года успешный старт. Несмотря на кризис и проблемы в экономике, отмечается довольно высокая заинтересованность в выстав-

ке со стороны как российских, так и зарубежных участников. Уже в марте забронировано более 80% выставочных площадей, эту выставку вновь выбирают крупнейшие компании отечественной и мировой цветочной индустрии. А самое главное: в выставке все больше участвуют российские компании. И это хороший признак.

*То есть площадка выставки «ЦветыЭкспо» просто необходима участникам рынка для обмена информацией и сотрудничества. Особенно сейчас, в условиях кризиса.*

Действительно, сейчас ситуация достаточно сложная для всех участников российского рынка



Надежда Григорьева

цветов и растений. На нее оказывают влияние внутренние и внешние экономические факторы, падение курса рубля и рост цен, следствием чего стало изменение потребительского поведения.

Безусловно, участники «зеленого» сектора не хотят терять свою долю рынка, понимая, что именно в кризисные времена выигрывают те, кто более активно ведет себя на рынке и грамотно строит свою маркетинговую политику.

Основой любого бизнеса является развитие. Присутствие на выставке — это демонстрация устойчивого развития компании, сохранения своей доли рынка. А выставки — прекрасный маркетинговый инструмент. В этих условиях выставка «ЦветыЭкспо», отличающаяся высоким уровнем концентрации игроков рынка, становится очень удобным местом для поиска новых ниш и партнеров, наблюдения за рыночными тенденциями и конкурентами.

*Какое отношение к выставке демонстрируют отечественные производители, получившие в данной ситуации новые возможности для развития?*

Хозяева выставки — россияне — расширяют свое участие. Среди них не только тепличные комплексы, производящие цветочную срезку и традиционно у нас присутствующие, но и семенные компании, питомники, операторы и оптовики отечественного цветочного рынка, поставщики грунтов, удобрений, флористической продукции, оборудования и технологий для тепличного производства.

*Не разочаровались ли в нашем рынке в связи с экономическим кризисом иностранные партнеры? Какие страны участвуют в этом году?*

Судя по интересу, который зарубежные компании проявляют к выставке, не разочаровались. Иностранные фирмы ежегодно занимают на выставке примерно 60% площади. И в этом году эта тенденция сохраняется. На-

ши иностранные партнеры считают, что бизнес не должен страдать, что кризис и санкции рано или поздно закончатся. Они не хотят терять завоеванных позиций. Участие в выставке для них — сохранение своего присутствия на емком российском рынке.

Как показывают наблюдения, большинство иностранных участников ищут пути минимизации затрат для наших потребителей и, желая сохранить свои позиции, предлагают более выгодные условия поставки своей продукции.

Вот почему участвуют в выставке заявляли главные цветочные производящие страны.

Как и в предыдущие годы, самые большие национальные экспозиции представят главные игроки мирового цветочного рынка — Голландия, Колумбия, Эквадор.

Второй год будет представлять национальный павильон Германии. После годичного перерыва появится на выставке национальный стенд Франции. С национальным павильоном планирует вновь присутствовать Япония.

С участием в выставке определились также компании из Англии, Венгрии, Бельгии, Дании, Израиля, Италии, Кении, Казахстана, Финляндии. К началу выставки этот список еще расширится.

Особо хотелось бы отметить, что на выставку приходят новые для нашего рынка страны — Индия и Вьетнам. Цветоводы Индии уже присутствовали в прошлом году, а Вьетнам в этом году впервые. Они видят интерес к их продукции. Для них главный вопрос — логистика.

*Какие сегменты рынка цветов и растений будут представлены на выставке в этом сезоне особенно широко?*

Традиционно самый большой раздел — срезанные и горшечные цветы. Он будет представлен мировыми игроками, присутствующими на российском цветочном рынке, а также крупнейшими российскими произво-

дителями срезанных цветов, доля рынка которых за последние годы выросла до 15%.

Получит дальнейшее развитие раздел питомниководства. Здесь представят свою продукцию крупнейшие российские и европейские питомники из Бельгии, Венгрии, Германии, Голландии, Польши, Финляндии.

Интересные предложения представят крупнейшие российские и европейские компании, занимающиеся строительством теплиц и тепличными технологиями.

Расширяется раздел товаров для сада и садоводства, где существенную часть занимают семена, луковицы, грунты и удобрения. И здесь среди участников многие лидеры российского рынка.

Как всегда, будет представлен раздел флористики и декора, подержанный обширной флористической программой и главным событием — чемпионатом России по профессиональной флористике *Russian Cup 2016*.

*Почему потребность в цветочной выставке остается актуальной, несмотря на большие возможности интернет-технологий?*

Виртуальные формы общения, так популярные в наше интенсивное время, не в состоянии заменить прямой контакт производителя и потребителя, участника и покупателя, который устанавливается на выставке.

Процессы, происходящие на выставках, определенно меняются, и мы стремимся учитывать эти изменения при планировании мероприятия.

Собирая на одной площадке ключевых участников мирового и российского цветочного рынка, выставка «ЦветыЭкспо» обеспечивает их близость к покупателю, возможность решения вопроса цены в зависимости от качества. Кроме того, выставка — это отличное место для наблюдения за конкурентами и рыночными тенденциями.



Выставка предоставляет своим участникам и посетителям профессиональную платформу для эффективного решения важнейших маркетинговых задач. Несколько дней работы на выставке многим заменяют год переговоров в офисе.

Надеюсь, что и в этом году экспоненты и посетители выставки не будут разочарованы.

*Значит, выставка «ЦветыЭкспо» обещает наглядно подтвердить тезис, что цветы в России были, есть и будут?*

Безусловно! Чтобы убедиться в этом, приглашаю посетить 13–15 сентября в МВЦ «Крокус Экспо» международную выставку «ЦветыЭкспо/Flowers-Expo 2016» — главную выставку года для «зеленого» сектора России.

Будьте там, где будут ваши клиенты, партнеры и конкуренты!

А теперь — ставший доброй традицией в нашем журнале блиц-опрос. На сей раз его участники — представители крупнейших компаний, принимающих непосредственное участие в выставке «ЦветыЭкспо/FlowersExpo 2016». Мы задаем простые вопросы и ожидаем честных ответов!



**I.** Что вас побуждает участвовать в выставке?

**II.** Что доставляет дискомфорт?

**III.** Что вы хотели бы пожелать организаторам?

**Варя АБРОСИМОВА,**  
менеджер компании *Dekker Chrysanten*  
по Восточной Европе

*Dekker Chrysanten* — лидирующий селекционер по созданию новых сортов хризантем для срезки, принимающий участие в выставке с 2012 года. Компания уделяет особое внимание России, поддержке цветочной выставки в «Крокус Экспо». Прошедшие две выставки *Dekker Chrysanten* была спонсором букетов для гостей выставки.

**I**

1. «ЦветыЭкспо» — центральная российская специализированная выставка цветов для профессионалов бизнеса, предоставляющая возможность показать свои сорта широкой, в том числе профессиональной, публике.  
2. На выставке мы устанавливаем новые дружеские отношения со многими участниками.

3. Профилирование компании и поддержание отношений.

**II**

1. Выставка располагается на окраине Москвы, это не самая выгодная локация.  
2. Столько иностранцев едут на выставку, которые работают с иностранными флористами, в то время как российские флористы самые классные! *Dekker Chrysanten* с большим удовольствием работает с российскими флористами на центральной выставке России.

**III**

Мы хотим стоять в самом центре выставки! Но этого хотят все, места занимают моментально. Надежда Григорьева и Елена Зарубина болеют душой за то, что делают, и мы им очень за это благодарны. Молодцы!



Варя Абросимова



Виктор Петухов

**Виктор ПЕТУХОВ,**  
директор по продажам компании  
«Азалия Декор»

«Азалия Декор» — одна из крупнейших оптовых компаний, динамично развивающаяся на российском рынке флористики и смежных рынках. В ее ассортименте: плетеные изделия, упаковка для цветов и подарков, изделия из стекла и керамики, игрушки, сувениры, искусственные цветы, расходные материалы и инструменты для флористов, а также сезонные коллекции. Осуществляет поставки по всей России, предлагает индивидуальный подход к каждому клиенту.

**I**

1. Осуществляет встречи с постоянными клиентами и поставщиками.  
2. Напоминает о себе и демонстрирует новинки сезона.  
3. Привлекает новых клиентов.  
4. Устанавливает деловые и профессиональные контакты в цветочной и флористической сфере.

**II**

Дискомфорта в работе на выставке наша команда не испытывает, единственная сложность — мало времени на демонтаж стендов.

**III**

Хотелось бы выразить особую благодарность организаторам выставки, особенно нашему менеджеру Елене Зайцевой, за профессиональный подход, терпение и оперативность в решении возникающих проблем.

**Ирина ЗЕМЦЕВА,**  
коммерческий директор тепличного  
комплекса «Подосинки»

Тепличному комплексу «Подосинки» (ООО «ТК-Подосинки», г. Дмитров, Московская область) исполнилось 10 лет (первая срезка началась в апреле 2006 года). В настоящее время комплекс — это три теплицы суммарной площадью 9 га и 21 сорт роз.

**I**

1. Имиджевая составляющая, то есть возможность заявить о себе и о своих достижениях за прошедший период.  
2. Возможность общения и диалога с коллегами по бизнесу.  
3. Здесь реально увидеть цветы конкурентов и селекционные новинки, уловить модные цветочные тенденции.  
4. Выставка — это возможность диалога и обмена мнениями во время конференций, круглых столов, семинаров, мастер-классов.  
5. Участие в конкурсах на качество и новинки продукции (реальность получения экспертных оценок качества цветов и оценки достижения уровня агрономических и технологических параметров).

**II**

Не всегда полноценные и информативные круглые столы и конференции. Недостаточно проработаны выступления и дискуссии оппонентов, что сказывается на качестве общения и конструктивности решений.

**III**

Помогайте и дальше отечественным производителям «сцементироваться», преодолеть разобщенность. Ведь все мы не конкуренты, а партнеры!

**Евгений ТАРАНУХА,**  
представитель компании *Smithers-Oasis*  
в странах Восточной Европы

Компания *Smithers-Oasis* является мировым лидером в производстве и продаже флористической пены, аксессуаров и продукции по уходу за срезанными цветами. Принимает участие в выставке с 2013 года.

**I**

1. Самая мощная площадка в РФ для встреч с существующими партнерами, а также контактов с потенциальными клиентами, включая региональные оптовые компании, причем не только из РФ, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья.  
2. Высокий уровень организации мероприятия и в рамках подготовительных мероприятий по участию, и в течение всех трех дней проведения выставки.  
3. Организация чемпионата России по флористике, неизменным партнером которого является компания *Smithers-Oasis*.  
4. Возможность отследить самые современные тенденции, актуальные для российского цветочного рынка, непосредственно пообщаться с флористами, понять их требования и запросы.

**II**

Хотелось бы, чтобы присутствие российских и зарубежных компаний — производителей аксессуаров для флористики, а также отечественных импортеров увеличилось.

**III**

Желаем выставке поддерживать высокий уровень экспозиции, увеличивать присутствие компаний, задействованных в продажах именно флористических товаров (аксессуаров). Потребность со стороны флористов в этом есть.



Ирина Земцева



Евгений Тарануха



WWW.FLOWERS-EXPO.RU