

«ЦВЕТЫЭКСПО»: НОВОЕ ЛИЦО

Выставка «ЦветыЭкспо», прошедшая в МВЦ «Крокус Экспо» с 8 по 10 сентября этого года, наглядно продемонстрировала, как выставочные мероприятия могут трансформироваться в новых обстоятельствах.

«ЦветыЭкспо» — крупнейшая выставка цветов и растений в России, что определяет ее высокую значимость на данном рынке. Экспозиция формируется, как правило, задолго до фактических сроков проведения мероприятия. В 2020 г. выставка была, по сути, уже полностью скомплектована в начале зимы. Но пандемия коронавируса и введенный во многих странах карантин нарушили планы ведущих российских и иностранных компаний, собиравшихся участвовать в мероприятии. Закрылись границы, нарушились связи поставщиков и потребителей. Это привело к существенным потерям участников как российского, так и мирового рынка цветов и растений. Возникли сложности для непосредственного участия в выставке иностранных компаний.

Организаторы выставки «ЦветыЭкспо-2020» приняли решение о проведении мероприятия в новом формате, дополнив классический вид выставки мощной онлайн-составляющей

Учитывая всё это, организаторы выставки «ЦветыЭкспо-2020» приняли решение о проведении мероприятия в новом формате, дополнив классический вид выставки мощной онлайн-составляющей. Как говорит директор

выставки Надежда Григорьева, такое сочетание позволяет участвовать и работать на выставке не только тем, кто приехал в Москву, но и тем, кто находится в любой другой точке мира. В выставочном мире такой формат называется гибридным.

Для размещения онлайн-выставки организаторы использовали специальную программу ExpoPlatform, с помощью которой можно обеспечить доступ для всех участников и посетителей экспозиции к полной информации о компаниях и их продукции, не прибегая к персональному контакту. Поиск информации и установление связей между производителями и потенциальными заказчиками облегчал электронный каталог с расширенными функциями на онлайн-платформе.

Онлайн-выставка начала работу за три недели до открытия 8 сентября реальной экспозиции в павильоне. Это позволилократно увеличить количество посетителей и участников, расширить аудиторию деловых мероприятий, проводить переговоры и встречи, не совершая поездки в Москву.

Организация онлайн-выставки предусматривает размещение огромных массивов полезной информации,

позволяющей участникам анализировать произошедшие в цветочной индустрии изменения и дающей понимание, как развивать бизнес в новых условиях. В кризисных обстоятельствах гибридный вариант выставки, оставаясь важной деловой площадкой, позволяет наиболее полно и быстро познакомиться с эффективными путями восстановления бизнеса и перспективами развития рынка.

Виртуальный стенд, или Profile участника, состоял на онлайн-выставке «ЦветыЭкспо» из пяти блоков. Первый представлял общую информацию о компании с контактами и логотипом, практически как в обычном печатном каталоге. Во втором блоке приводился перечень продуктов компании с фотографиями и описанием. В третьем давалась информация о представителях компании, с которыми можно назначить встречи и провести переговоры. В четвертом находились необходимые для работы вспомогательные материалы и описания, которые можно скачать для информации. В пятом блоке размещались различные видеоматериалы участников, содержавшие наглядные презентации, записи экскурсий и вебинаров и т.п., которые могли представлять интерес для потенциальных партнеров и заказчиков. Через этот блок можно было выйти на живое общение с участником выставки.

Для проведения переговоров и презентаций на выставке была организована специальная зона коворкинга с интерактивными визитными карточками онлайн-участников. В ней посетитель через QR-код имел возможность осуществить быстрый вход на стенд любого онлайн-участника, запросить встречу, посмотреть мероприятие или выбрать интересующие продукты.

На прошедшей выставке «ЦветыЭкспо» важной составляющей стали прямые трансляции всех мероприятий и презентаций. Правда, некоторые из них можно было посмотреть только на платной основе, например трехдневную конференцию по цветочному бизнесу, вебинары Джона Стенли и ряд других. Записи бесплатных меропри-



В 2019 г. российский рынок цветов оценивался примерно в 180 млрд руб. В стране было продано свыше 1,8 млрд шт. срезанных цветов, из которых около 1,4 млрд шт. составлял импорт. В 2020 г. продажи цветов в России сократились из-за эпидемии коронавируса на 80–90%.

Специализированные выставки со значительным участием компаний в онлайн-формате принято называть гибридными

ятий были выложены на YouTube-канале организаторов выставки.

В новом формате выставка «ЦветыЭкспо» сохранила все традиционные и очень популярные среди участников и посетителей конкурсы: «Новинка года», «На лучшее качество продукции», «На лучшее инновационное решение», а также «На лучший дизайн экспозиции». По итогам конкурсов победители получили десятки наград и медалей.

Конкурс «Новинка года» впервые проходил в онлайн-формате. Его итоги оценивало строгое международное жюри. Победители получили дипломы и медали в рамках экспозиции «ЦветыЭкспо. Онлайн».

По традиции на выставке проводились флористические мероприятия. В частности, прошел чемпионат России по профессиональной флористике Russian Florist Cup 2020, организованный Национальной гильдией флористов. Большой интерес вызвали День российской флористики, конкурс флористических школ и ежегодное шоу Аранка Галстяна.

Выставка «ЦветыЭкспо-2020» стала заметным явлением на российском выставочном рынке, открыв новую страницу в сфере выставочных технологий. 📺



Преобладающую долю в структуре российского импорта срезанных цветов занимают розы, на которые приходится в последние годы в среднем около 55% закупок. Второе место занимают хризантемы — 18–20% поставок. Гвоздики составляют 13–15% закупок, лилии — около 1%, остальное — прочие виды цветов.