



ДАРИТЕ ЦВЕТЫ!

Прошлый год принес немало неприятных сюрпризов для бизнеса. Причем во всех сегментах. О том, как справлялись с кризисом организаторы выставки «ЦветыЭкспо», журналу «Бив» рассказала генеральный директор выставочной компании «ГринЭкспо», директор международной выставки «ЦветыЭкспо» Надежда ГРИГОРЬЕВА.



■ Насколько сильным оказалось влияние кризиса, связанного с пандемией, на бизнес вашей компании?

– Выставке «ЦветыЭкспо», ежегодно проводимой в сентябре в МВЦ «Крокус Экспо», можно сказать, повезло в 2020 г. Ее не пришлось отменять или переносить, т.к. с июля возобновилось проведение в Москве выставочных мероприятий. И она попала в это окно возможностей. Но это не убергло ее от потерь. Закрытые границы дали снижение выставочных площадей на 50%. Примерно половина традиционных российских участников не рискнула прийти на выставку из-за боязни заболеть и опасения, что будет мало посетителей, а главное — из-за отсутствия иностранных участников. По площади, доходам и количеству участников выставка сократилась на 75%.

■ Были ли планы, от которых пришлось отказаться или сильно пересмотреть? Какие меры были предприняты для сохранения проекта?

– Для сохранения проекта было принято решение дополнить выставку «ЦветыЭкспо» онлайн-форматом и провести ее в гибридном варианте. Осенью 2020 г. выставка впервые была организована в двух форматах: онлайн и офлайн. У этого решения было две основные задачи: дать возможность участия в выставке максимальному числу компаний из разных стран и расширить целевую аудиторию. Для организации онлайн-формата была использована английская выставочная платформа ExpoPlatform. Проведение выставки в гибридном формате помогло сохранить проект. В результате в выставке участвовали компании не только из России, но и из 12 стран мира.

Таким образом, осенью 2020 г. «ЦветыЭкспо» стала единственной выставкой данной тематики, которая успешно состоялась не только в онлайн, но и офлайн формате в запланированные сроки. А также единственной офлайн-выставкой для рынка цветов и растений, прошедшей не только в России, но и в Европе.

Проведение выставки «ЦветыЭкспо» в гибридном формате помогло сохранить проект. В 2020 г. в ней участвовали компании не только из России, но и из 12 стран мира

■ Станет ли нынешний кризис поводом для переосмысления выставочных технологий и еще большего сдвига в сторону виртуальных мероприятий и цифровизации? Какими вы видите выставки будущего?

– Любые изменения на рынке, в обществе всегда дают повод для переосмысления. Процесс цифровизации выставок начался еще до пандемии, которая его лишь ускорила. За прошедший год появилось очень много выставочных и конгрессных онлайн-платформ. Было проведено много виртуальных, вполне успешных, мероприятий, у которых есть много плюсов. За этот год мы научились работать дистанционно, и гибридное или онлайн-участие теперь не кажется таким уж неэффективным инструментом. Здесь возможны видеовстречи и переговоры «экран к экрану». В 2020 г. на выставке «ЦветыЭкспо» было проведено 165 таких встреч.

Вместе с тем, в таком варианте нет одного, самого главного, на мой взгляд, фактора — живого человеческого общения. Выставка — это очень действенный маркетинговый инструмент формата «лицом к лицу». Один из наиболее эффективных каналов для получения заказчиков. Она обеспечивает возможность установления личного контакта с будущими клиентами, презентации товаров и услуг максимально большому числу потенциальных потребителей, значительно экономя время и ресурсы участников.

Этот тезис подтверждает заинтересованность компаний в выставках, проводимых в офлайн-формате. Мы видим это в 2021 г., когда так велико желание личных встреч. Особенно в этом заинтересованы иностранные участники, которые с нетерпением ждут снятия ограничений и открытия границ.

■ А насколько важным является иностранное участие в организуемых вами выставках?

– Для выставки «ЦветыЭкспо» стратегически важно участие зарубежных компаний. Это связано со структурой рынка цветов и растений. 80% продаваемых в России цветов производится в других странах. Закрытые границы не позволили в 2020 г. приехать в Россию 250 зарубежным компаниям из 30



Если в этом году отменят ограничения и рынок не просядет еще больше, то мы ожидаем восстановления выставочной индустрии в нашем сегменте в 2023–2024 гг.

стран мира. И, к сожалению, ситуация до сих пор не изменилась. Границы на въезд иностранных граждан закрыты. Мы надеемся на изменение ситуации. У нас есть некоторый запасной вариант — сохранение онлайн-формата и в этом году. То есть гибридное проведение мероприятия. Но это не полная замена офлайн-участию. Ведь многие ждут именно полноценного личного участия. Есть, конечно, компании, которые, понимая важность выставки для их бизнеса, вынуждены принимать и гибридный формат: стенд, на котором работают российские партнеры, а представители зарубежной компании — на онлайн-связи через онлайн-платформу выставки.

■ Как вы оцениваете перспективы восстановления прежних объемов выставочной программы, как по площади мероприятий, так и по числу их участников и посетителей?

– Вопрос непростой. Считаю, если ситуация быстро нормализуется, то выставки восстановятся в ближайшие

пару лет. Но если оценивать потери в целом, то, конечно, ситуация уже оказала и продолжает оказывать отрицательное влияние на значимость и эффективность организуемых мероприятий и выставочной индустрии в целом.

Восстановление прежних объемов будет зависеть от ситуации с коронавирусом, от логистики, открытия границ, восстановления рынка как по производству, так и потреблению, роста платежеспособности и спроса. Если в этом году отменят ограничения и рынок не просядет еще больше, то мы ожидаем восстановления выставочной индустрии в нашем сегменте в 2023–2024 гг. Предприниматели «зеленого» сектора надеются, что традиция россиян дарить цветы спасет их бизнес, они ждут нормализации. Она в любом случае будет. ■