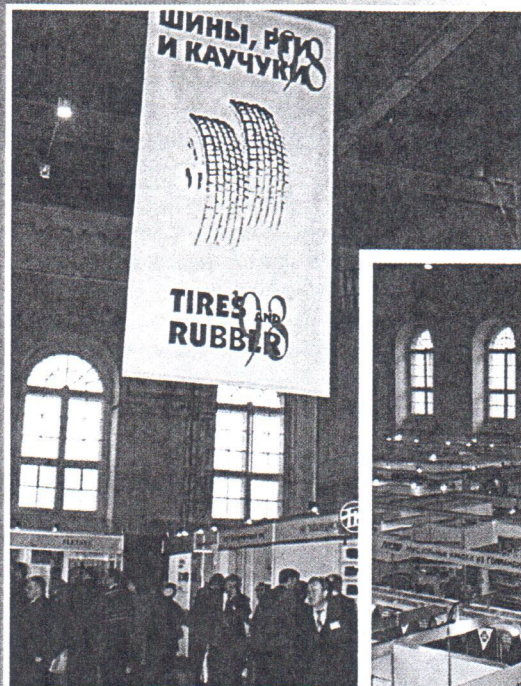


Александр МОИСЕЕВИЧ

АЛЬТЕРНАТИВА «ярмарке тщеславия»



Устоялся наш новый экономический уклад, уже и традиции кое-какие сложились. Одной из них стала ежегодная московская автомобильная выставка, которая в последних числах августа проходит в Экспоцентре на Красной Пресне. И хоть на самом деле это два независимых мероприятия с разными организаторами, каждое из которых проводится раз в два года, никого этот нюанс не трогает.

Ежегодная выставка — и все тут. Становление этой традиции было явлением чрезвычайно отрядным. Открывшиеся внешние связи и растущая частная инициатива как бы получили трибуну, собственный всероссийский клуб, который успешно выполнял свою первостепенную задачу — способствовал деловым, коммерческим контактам. Поэтому экспозиция с каждым последующим шагом бурно расширялась и превратилась в действо необычайно большого размаха (разумеется, по российским меркам).

И тут вступила в силу поговорка «за что боролись, на то и напоролись». Деловое по замыслу мероприятие переросло в ярмарочное гулянье, в шоу, в некий автомобильный карнавал. Пенять тут не на кого. Вопреки всяким политическим вздыханиям автомобилизация страны на подъеме, у людей велик интерес ко всему, что связано с машинами, их усовершенствованием и обслуживанием. Кто же осудит тех, кому хочется удовлетворить свою любознательность и одновременно потолкаться в атмосфере блистающего, размашистого праздника?

Сами экспоненты немало способствовали созданию балаганной обстановки. В погоне за рекламной популярностью стали привлекать внимание почтенной публики лотереями, массо-

вой раздачей сувениров, выступлениями музыкантов и парадом сексапильных девушек. Техника и коммерция тихо ушли в тень. Да и как заезжему предпринимателю разобраться в ситуации, сделать выбор и найти партнера, если все силы уходят на толчею?

Однако дело-то надо делать и изобретать велосипед тут не зачем. На Западе давно сложилась четкая система: фестивали — отдельно, деловые узкотематические выставки — отдельно. Теперь и наше развитие дошло до той точки, когда такую систему надо принимать.

Нельзя сказать, что в предыдущие годы у нас совсем не было тематических выставок. Нет, отдельные попытки были, но по большому счету они оказывались неудачными. Вероятно, тут всему свое время: усло-

вия для любого действия должны созреть.

Сегодня такое созревание (даже перезревание) налицо, поэтому неудивительно, что в марте мы стали свидетелями сразу трех специализированных экспозиций: «Шины, РТИ и каучуки-98», «Интерлакокраска-98» и «EXPO TOOL-98».

Две первых стали соседями, весьма престижно расположившись в здании Манежа, в самом центре Москвы. Но и выставка инструмента очень неплохо разместилась в упомяну-

Что касается отечественных участников, то и производители оценивали проведенные мероприятия с почти единодушным одобрением. И их можно понять. Аренда стенда на августовской выставке — дело очень дорогостоящее, а отдача не столь велика. Здесь же непрерывно шла целенаправленная работа, полезные встречи выливались в договоренности и контракты. Впрочем, на «всероссийском шоу» больше действует другой стимул. Так уж повелось: выжми свой бюджет



том выше Экспоцентре на Красной Пресне.

Несколько слов о впечатлениях, которые равно относятся ко всем трем экспозициям.

Главное и наиболее характерное обстоятельство — спокойная, деловая и раскованная обстановка. Никакой помпезности, никакой праздной толпы, хотя в общем народа довольно много. Но это те люди, которые пришли с конкретной целью и получили возможность ее достичь.

Второе обстоятельство, более всего бросающееся в глаза на шинной выставке, — отсутствие нескольких очень крупных, а потому «сидящих на облаке» западных фирм (к примеру, «Бриджстоун»). Им можно посочувствовать: синдром величия — неприятная штука, часто он идет вразрез с деловыми интересами. Думается, в следующий раз они меньше поддадутся страху уронить свое достоинство.



хоть досуха, а выставляйся, иначе скажут или подумают, что твое предприятие дышит на ладан. И когда только у нас восторгается здравый смысл?

Теперь о некоторых конкретных фактах.

Опрос, проведенный среди участников выставок в Манеже, показал, что 93% представленных фирм установили контакты с новыми партнерами. Три из каждых четырех фирм-экспонентов прямо здесь, без дополнитель-

ных раздумий, выразили желание участвовать в выставках 1999 года.

Любопытно, что на «EXPO TOOL-98» уже на второй день работы экспозиции у всех представителей коммерческих фирм кончились заготовленные прайс-листы. Участники явно недооценили деловой ритм специализированной выставки. Да и откуда было взять такой опыт?

Многие справедливо упрекали организаторов в том, что получили сообщения о готовящихся событиях поздно и не смогли как следует подготовить оснащение своих стендов. Что же, как говорится, лиха беда начало. Важно, что принято решение сделать профильные выставки постоянными, ежегодными.

И еще хотелось бы, чтобы процесс специализации шел и дальше. Собственная экспозиционная ниша нужна и товарным горюче-смазочным материалам, и автомобильным запчастям, и многогранной современной автохимии...

АБС

Примечание.

Редакция журнала «АБС-авто» благодарит ЗАО «Максима» (организатор выставок «Шины-98» и «Интерлакокраска-98»), а также штаб выставки «EXPO TOOL-98», за предоставленную информацию.

