

Председатель Европейского отделения UFI – наш человек



Президент Российского союза выставок и ярмарок, генеральный директор ОАО «Ленэкспо» Сергей Алексеев избран председателем Европейского отделения UFI с двухлетним сроком полномочий.

На этой должности он автоматически становится членом Совета директоров и нового Исполнительного комитета UFI.

Заместителями председателя Европейского отделения UFI в настоящее время являются: Хосе Мигель Абасоло (генеральный директор испанского выставочного центра Бильбао), Геральд Бёзе (директор Кельнмессе) и Коррадо Перабони (генеральный директор Фьера Милано).

Всего в состав Всемирной ассоциации выставочной индустрии входят 4 региональных отделения: Европейское (273 компании), Азиатско-Тихоокеанское (152), Американское (36) и Ближневосточно-Африканское (33).

Таким образом, «команда», которую возглавил Сергей Алексеев, объединяет 55,26% членов UFI.

Мы попросили Сергея Павловича ответить на вопросы редакции, связанные с его вступлением в новую должность.

– Уважаемый Сергей Павлович! Каковы основные направления работы Европейского отделения UFI?

– Обсуждение возникающих в регионе идей и решение проблем, сотрудничество и налаживание связей между членами UFI этого региона, продвижение ассоциации и привлечение в ассоциацию новых членов – вот основные направления работы региональных отделений, которые полностью определяются PIN-стратегией (promotion, information, networking). Что это означает на практике?

Прежде всего, конечно, обмен опытом, личные контакты, проведение семинаров, симпозиумов, совместных научных исследований. Могу назвать тему недавнего проведенного исследования: Как привлечь в качестве будущих участников и посетителей наших выставок так называемое web generation – новое поколение, с которым мы сейчас сталкиваемся, поколение Интернета. Что нужно сделать, чтобы приблизить наши выставочные технологии к молодежи, к поколению, которое не привыкло ходить на выставки, и как не потерять при этом других клиентов.

Очень большой интерес вызвало обсуждение темы «Выставки, конференции и конгрессы. Взаимное влияние». В каком направлении дальше пойдет развитие? Станут ли конференции и конгрессы неотъемлемой частью деловой программы выставки или будут проводиться отдельно, в другое время?

Предполагается в ближайшее время провести так называемое benchmark study, т.е. сравнительное исследование компаний, работающих в выставочной индустрии. В соответствии с выработанными критериями будет проводиться опрос выставочных операторов, по результатам которого каждый желающий сможет сделать сравнительный анализ, и выяснить место своей компании относительно среднего уровня.

Конечно, обязательным для нашего отделения является тесное сотрудничество с органами власти Европей-

ского Союза, штаб-квартира которого располагается в Брюсселе, с различными институтами, исследовательскими центрами.

Есть еще кое-какие задумки. Я еще не согласовал, но думаю, что обязательно мы будем рассматривать ситуацию финансового кризиса на собрании Европейского отделения.

13 ноября этого года в Стамбуле мы утвердим стратегию на ближайшее время. В марте мы будем намечать план мероприятий.

– Как осуществляется promotion (продвижение) Европейского отделения? Как это делается в Европе?

– По-разному. Самый конкретный пример – создаются новые базы данных, вводятся новые технологии, изобретаются новые поисковые системы (типа Google), но наши, выставочные, с помощью которых можно найти не только любую фирму, но и определить, на каких выставках необходимый товар присутствует.

Используется система Matchmaking – планирование деловых контактов... Идет внедрение новых технологий, новых способов продвижения. И это наша главная задача, в том числе Европейского отделения, – продвижение наших брендов, наших предприятий. С этой целью экспоненты и участвуют в выставках, тратят время и деньги для того, чтобы продвигать продукцию в своей стране и в мире.

Выставочный бизнес в 21-м веке будет другим, полностью маркетинго-ориентированным. Надо будет не просто продавать метры, а обеспечивать продвижение продукции тех или иных компаний. Мы в какой-то степени должны будем брать на себя ответственность по поиску байеров, контактеров и т.д. Выигрывать будут только те, кто у себя на выставках будет предоставлять все возможности для продвижения товаров клиентам, байерские программы, использовать интернет и SRM – систему управления

фирмой. Необходимо сотрудничество с новым типом консалтинговых компаний и агентств и т.д.

– Сейчас выставочный бизнес усложняется, становится более профессиональным. Планируете ли Вы как-то реорганизовать работу Европейского отделения?

Честно говоря, как ни странно, Европейское отделение организационно работает не лучшим образом. Дело в том, что штаб-квартира Европейского отделения находится в Париже там же, где располагается UFI. Зачастую это приводит к дублированию функций.

Нам надо будет на Общем собрании определить, чем наше Европейское отделение отличается от других, каковы его особенности? У меня есть идея использовать тот очевидный факт, что Европа всегда была, как раньше говорили, «кузницей передового опыта», выделялась созданием ноу-хау, новых технологий. Я думаю, что в этом направлении надо будет и продвигаться.

Определенная реорганизация будет. Может быть придется изменить организационную структуру. Сейчас руководство Европейского отделения состоит из председателя и трех его заместителей. Надо создавать Исполнительный комитет, может быть начать с привлечения консультанта, на его базе формировать такую структуру. Необходимо в этом случае определить источники финансирования, что тоже достаточно сложно.

Будем вчетвером устраивать мозговые штурмы, чаще встречаться.

Европа всегда была впереди с точки зрения развития выставочного бизнеса, и нам нужно будет не упустить этот момент. Как известно, сейчас центр активности переместился в Азию – в Азиатско-Тихоокеанский регион. Сегодня очень мощно выступает Китай. Поэтому нельзя упускать время, чтобы не проиграть в конкурентной борьбе.

– Будете ли вы лоббировать интересы России?

– То, что впервые за всю историю существования UFI российского человека избрали председателем регионального отделения, уже говорит о признании авторитета нашего выставочного бизнеса. Для меня это довольно неожиданно и трудно объяснить. Впрочем, я довольно долго работал в Исполкоме UFI, был первым заместителем председателя Европейского отделения, опыт кое-какой есть. Кроме того, Россия занимает третье место в UFI по количеству членов. Поэтому к нам особый «респект». Я думаю, что мое избрание связано с ростом интереса к Российскому рынку, поэтому сделаю все возможное, чтобы продвигать наши российские выставочные компании.

– Изменится ли что-нибудь в работе UFI в связи с мировым финансовым кризисом?

– Эта тема сейчас широко обсуждается. На последнем заседании Исполкома мы пытались этот вопрос затронуть, но пока не выработали какой-либо концепции. Принятие всех решений – впереди.

Конечно, что-то обязательно будет меняться... Будем проводить экспертизу или исследование, вырабатывать какие-то рекомендации. И я думаю, что сейчас в ноябре на Конгрессе это вопрос будет звучать.

– Еще раз поздравляем Вас, Сергей Павлович! Желаем успехов на новом поприще. Спасибо за интервью.

Главная страница | Сделать стартовой | Добавить в избранное | Карта сайта

ИнформЭКСПО
ИНФОРМАЦИОННОЕ
ВЫСТАВОЧНОЕ АГЕНТСТВО (495) 221-70-49

- О компании
- Наши издания
- Выставочный сервис
- Выставки за рубежом
Деловые поездки
- Видеотрансляции
- Публикации
- Выставочный аудит
- По итогам московских выставок

Поиск выставок
В России За рубежом

**ВСЁ О ВЫСТАВКАХ НА САЙТЕ
WWW.INFORMEXPO.RU !**

Поиск российских и зарубежных выставок:
– выбор выставок по различным параметрам (дата, страна, город, устроитель, тематика, место проведения);
– сортировка по наименованию, городу и дате;
– печать результатов поиска.

Новости выставочного бизнеса, публикации из всероссийской выставочной газеты «УДАЧА-ЭКСПО», Интернет-версия всех номеров журнала ТПП РФ «Экспо Ведомости» и многое другое.

Отдельные разделы посвящены выставочному сервису, зарубежным выставкам и деловым поездкам, выставочной статистике.

Пользователи имеют возможность заказать доставку любого справочного издания «ИнформЭКСПО», а также подписаться на газету «УДАЧА-ЭКСПО» и журнал «Экспо Ведомости».

Достоверная и оперативная информация.

Ждем вас на сайте!

Наши координаты:
115093 Москва,
ул. Павловская,
д. 27/29

Тел./факс:
(495) 925-75-24
221-70-49
informexpo@mtu-net.ru