

Застройка выставок: что нового?

В начале июня на Форуме 5pEXPO-2012 нас ждет первый в истории России коллективный «десант» зарубежных застройщиков: в рамках форума проводится Общее собрание Международной ассоциации выставочного бизнеса IFES и целый павильон занят экспозициями компаний – членов этой ассоциации. В преддверии этого события редакция обратилась к ведущим специалистам в области выставочного дизайна с просьбой рассказать о своем видении ситуации в этом сегменте российского выставочного рынка.

Россия интегрируется в пространство мирового дизайна

Каковы основные тенденции развития выставочного дизайна в России? По просьбе редакции ситуацию на рынке комментирует руководитель дизайн-бюро EXPOLEVEL, дипломированный дизайнер, победитель Национального конкурса в области дизайна «Российская Виктория», участник и лауреат многих российских и международных конкурсов дизайна **Виктор БИЛАК**.



– Виктор, Вы работаете в области проектирования эксклюзивных выставочных стендов более 15 лет. Что сегодня происходит в сфере выставочного дизайна?

– Тенденция одна – Россия интегрируется в пространство мирового дизайна.

Развитие выставочного дизайна у нас хорошо отражает общеевропейские тренды. Это связано с образованием единого выставочного пространства: многие наши заказчики участвуют в международных зарубежных выставках и как экспоненты, и как посетители. В российских международных выставках активно участвуют зарубежные компании.

– И каковы эти тенденции?

– Все определяют интересы и вкусы заказчика, а они весьма разнообразны. Кто-то отдает предпочтение стилю «hi-tech», используя для этого известную систему конструкций

«ОСТАНORM». Другие во главу угла ставят определенный архитектурный стиль (например, авангардизм – он использован при проектировании выставочного стенда компании «Шахтинская плитка» – см. ниже).

В таких случаях для экспонента не столь важны материалы, сколько реализация стиля в проекте. В целом же экспонент на данный момент отличается высокой грамотностью и образованностью как в художественном, так и техническом отношении.

Большинство экспонентов создали свой фирменный стиль, уделяя значительное внимание его реализации на стенде, например, в графическом оформлении.

– Как изменились за последние годы пожелания заказчиков выставочных стендов?

– В целом они также отражают общеевропейские тенденции. Например, на более ранних этапах развития выставок в России экспонент старался на каждой выставке строить новый стенд, каждый раз разрабатывая уникальный проект.

Сейчас большинство компаний придерживаются другой линии, характерной для европейских выставок.

Если заказчику нравится и удобен проект, и его устраивает художественная концепция стенда, он его использует на нескольких выставках. Таким образом достигается узнаваемость бренда компании-экспонента; создается возможность для более эффективной и продуманной организации работы на стенде с учетом анализа предыдущего опыта.

Следует отметить, что такая тенденция позитивна для развития дизайна: проектирование стенда требует длительного периода времени (при значительной площади – от одного месяца до одного года). При этом требуется работа не только со стороны дизайнера, но и самого заказчика (планирование работы, выбор материалов и др.).



Выставочный стенд «Шахтинская плитка», 100 кв. м, Мосбилд 2012, Москва



Выставочный стенд «ПАЛИТРА», 216 кв.м, Мосбилд 2012, Москва.

Другой тенденцией, отражающей изменение предпочтений заказчика, выступает смещение акцентов в позиционировании дизайн-проекта стенда. Если раньше экспонент хотел «поразить» посетителя и привлечь его внимание к стенду любыми средствами (не всегда самыми удачными с художественной точки зрения), то сейчас он особое внимание уделяет не только экстерьеру, но и интерьеру, организации «внутренней жизни» на стенде (выставочный стенд компании «ПАЛИТРА» – см. выше).

Сейчас большинство экспонентов считает, что участие в выставке не обязательно должно вести к немедленному росту продаж продукции компании. Они стараются заранее готовиться к выставке, организуя поток посетителей на стенд. При этом в проектировании стенда все больше внимания уделяется интерьеру: организации внутреннего пространства, планированию зон, учету количества посетителей. Заказчик более тщательно выбирает мебель, освещение, материалы. Особый акцент в интерьере делается на продукцию компании (экспонаты).

– Какие тенденции можно отметить в проектировании экстерьера стенда?

– В экстерьерном решении – тенденция к воплощению концептуального дизайна, основанного на реализации целостного художественного образа, объединяющего и внешнюю, и внутреннюю структуры стенда. Примером такого решения может служить стенд компании «Славянские Обои». Цель проекта имиджевого выставочного стенда компании «Славянские Обои» – абстрактно презентовать продукцию компании (обои).

Главный элемент стенда – волнообразный пилон – синтезирует образ дерева и разворачивающихся рулонов обоев.



Выставочный стенд «Славянские Обои», 176 кв.м, Мосбилд 2012, Москва.

Волнообразные пилоны скомпонованы в группы так, что организуют стены неправильной геометрической формы, – «танцующие стены», – создавая образ леса. Доминантой цветового решения проекта служит природный цвет ствола дерева: используются бежевые оттенки и текстурированный темно-коричневый цвет.

– Какие дополнительные факторы, кроме предпочтений экспонента и бюджета, влияют на дизайн стенда?

– Изменения выставочного дизайна сегодня во многом связаны с существующим техническим регламентом. Так, и в Европе, и на российских выставках изменяются технические требования к стендам, которые необходимо учитывать при проектировании. Безусловно, нормативные ограничения создают «рамки» в выборе как художественных, так и технических средств реализации проекта. Например, на французской выставке недвижимости MIPIM (Канны) может быть застроено не более 20% площади стенда, включая толщину стен, пилонов и потолков, – таково требование организаторов.

В этой ситуации дизайнеру очень сложно организовать пространство стенда так, чтобы он был интересен и удобен в работе. Посмотрите (на фото), как преодолено данное ограничение в проекте стенда VTB Arena park.



Выставочный стенд «VTB Arena park», 49 кв.м, MIPIM 2012, Канны.

– Какие материалы являются сейчас наиболее актуальными?

– Если говорить об общих тенденциях, то сегодня большое внимание уделяется экологическим и технически безопасным материалам, востребован экологический стиль в целом.

Однако, применение таких материалов, освещения (например, led-светильников) может увеличить стоимость стенда.

Как профессиональный дизайнер, придерживаюсь точки зрения, что фактически любые материалы в структуре стенда могут выглядеть стильно и современно. Одно из известных упражнений на первых курсах обучения состоит в том, что из заданных материалов нужно создать вещь. Дизайн и создавался как направление искусства, включенное в реальную практическую жизнь.

Представленные в статье стенды реализованы по проектам дизайн-бюро EXPOLEVEL.

Рынок мобильных конструкций показывает устойчивый рост



Мобильные выставочные конструкции были и остаются одной из основ выставочного бизнеса – как в России, так и за рубежом. Сегодня их используют везде – и на мощных эксклюзивных стендах, и в стандартной застройке, где они, собственно говоря, и формируют стенд. Каково состояние этого рынка сегодня?

На вопросы редакции отвечает заместитель генерального директора компании «Астротех» **Василий Скляр**

Компания занимается проектированием и производством мобильного выставочного оборудования с 1998 года

– Как развивался рынок мобильных выставочных конструкций в последние пять лет, в какой степени повлиял на него кризис, и каково его состояние сегодня?

– Конечно, за это время рынок значительно изменился. На ситуацию сказалось общее состояние экономики, связанное с кризисом, хотя этот рынок и не понес столь серьезных потерь как, например банковский сектор или недвижимость. В настоящее время наш рынок активно восстанавливается и устойчиво набирает обороты.

– Каковы в наши дни предпочтения экспонентов: какие конструкции и в каком ценовом сегменте они предпочитают?

– Предпочтения экспонентов меняются динамично, они постоянно требуют новых решений и использования новых технологий. Если еще несколько лет назад большинство экспонентов были едва знакомы со стендами pop-up, то сегодня эти конструкции воспринимаются как что-то повседневное.

Компании становятся все более заинтересованными использовать подвижные и световые элементы, интерактивные средства презентации. Соответственно, решение этих задач требует проектирования и производства новых конструкций.

Ценовой диапазон конструкций также значительно расширился – если раньше один комплект выставочного оборудования использовался на всех выставках и бюджет на все выставки утверждался один раз год, то сегодня затраты более четко распределяются под каждое отдельное мероприятие в зависимости от его ожидаемой эффективности. Смещения покупательского спроса в сторону недорогих конструкций мы не наблюдаем, хотя возможно это лишь следствие значительного расширения ассортимента выпускаемой нами продукции.

– Какие основные тенденции в этой сфере Вы могли бы выделить?

– На наш взгляд, наиболее заметной является тенденция к более глубокой интеграции непосредственно мобильных конструкций и интерактивных средств презентации. Это связано с более широким распространением светодиодных технологий, большей доступностью проекционной техники, плазменных и LCD панелей. Информационный поток на выставках становится более плотным, и в этой ситуации мобильные конструкции, объединенные с современными цифровыми технологиями, могут значительно облегчить работу персонала стенда и повысить эффективность от участия в выставке.

Другая заметная тенденция – это постепенное смещение интереса экспонентов в

сторону конструкций, спроектированных и изготовленных по индивидуальному заказу. Рынок растет не только за счет линейного увеличения спроса на стандартные мобильные конструкции, но и за счет значительного увеличения количества индивидуальных проектов. Естественно, это требует от нас увеличения инвестиций в проектирование и производство. Но ни один крупный игрок на рынке мобильного выставочного оборудования сегодня не может оставить без внимания эту тенденцию.

– Как вы оцениваете перспективы своего сегмента рынка?

– Сегодня рынок развивается достаточно динамично, и, по нашей оценке, этот рост может продолжиться в среднесрочной перспективе.

За последние несколько лет график выставок, как в Москве, так и в регионах значительно уплотнился, появились новые выставочные площадки, значительные усилия предпринимаются по модернизации уже существующих выставочных площадей, например ВВЦ.

По имеющимся предварительным оценкам постепенная реализация новых проектов приведет как к увеличению числа выставочных мероприятий, так и к увеличению самих выставочных площадей. Это позволяет нам достаточно оптимистично оценивать перспективы развития нашего сегмента рынка.



На фотографиях представлено традиционное оформление выставочных стендов при помощи мобильных выставочных конструкций, которые могут использоваться многократно



– **Какие конструкции и услуги предлагает Ваша компания, и как Ваши предложения клиентам меняются со временем?**

– За более чем 18 летний период работы мы запустили в серию более 250 конструкций – это приблизительно одна новая серийная конструкция в месяц, не считая огромного количества индивидуальных проектов, которые не пошли в серийное производство.

Все наши изделия разрабатывались с учетом индивидуальных требований заказчика и условий эксплуатации. Это позволило создать широкий ассортимент конструкций с самыми разными характеристиками. Перечислять все наши конструкции и их эволюцию выходит за рамки данного интервью, но опыт, который мы получили, позволяет достаточно четко ориентироваться в предпочтениях заказчиков, создавать конкурентоспособные продукты и предлагать качественные услуги.

– **Какие конструкции, элементы и технологии, на Ваш взгляд, являются наиболее перспективными, современными и инновационными? Есть ли они в Вашем ассортименте? Каковы их возможности, и чем они превосходят аналоги?**

– Четкий ответ на эти вопросы составляет коммерческую тайну любого производственного предприятия, и мы не являемся исключением. Конечно, в своей работе мы стараемся максимально эффективно использовать все новые технологии и материалы, которые появляются в нашей области.

Многие наши продукты являются очень перспективными. Кроме того, постоянное совершенствование однотипных продуктов имеет ограниченный потенциал развития, поэтому мы стали производить достаточно много продуктов, не имеющих аналогов, что и делает их особенно перспективными.

– **Работаете ли Вы с современными информационными компьютерными технологиями?**

– Работа с ними является сегодня ключевой для успеха в любой области. Мы уделяем этому значительное внимание. Постоянный обмен информацией с заказчиками позволяет оперативно реагировать на их запросы, улучшать качество обслуживания и эффектно представлять им наши идеи. Растущий объем информации требует эффективной обработки и грамотной рекламной стратегии. В целом наша область является одной из тех, где информационные технологии наиболее востребованы и способны открыть недоступные ранее перспективы.

Представленные в статье конструкции установлены компанией «Астротех»



Наши услуги - Ваш успех.



Тел.: +7 (499) 795-25-36
 +7 (499) 795-39-57
 +7 (499) 795-39-03
 +7 (499) 244-08-23
 sales @ expoconsta.ru
 WWW.EXPOCONSTA.RU

