

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ / НОВОСТИ

Московский международный автосалон – более 60 премьер!

С 27 августа по 5 сентября 2010 года в МВЦ «Крокус Экспо» прошло главное событие автомобильного рынка России – Московский Международный Автомобильный Салон / ММАС 2010.

Организаторы – НП «Объединение автопроизводителей России» и МВЦ «Крокус Экспо» при поддержке Комитета автопроизводителей «Ассоциации европейского бизнеса в РФ», Минэкономразвития, Минтранса и Минпромторга России.

Московский автосалон, признанный Международной организацией автопроизводителей (OICA) как автомобильная выставка категории «А» (наряду с Женевским, Парижским, Лондонским, Детройтским и Франкфуртским автосалонами) проходит один раз в два года (по четным годам).

«Цветы-2010»: от Москвы до Эквадора

С 2 по 5 сентября 2010 года на ВВЦ прошла 17-я международная выставка растений, материалов, оборудования для декоративного садоводства и цветочного бизнеса «Цветы-2010» – главный цветочный смотр России и, одновременно, яркий и запоминающийся праздник для москвичей и гостей столицы.

Достаточно сказать, что началась выставка со Дня Франции. Свои национальные Дни провели также Колумбия, Эквадор, Италия и Германия.

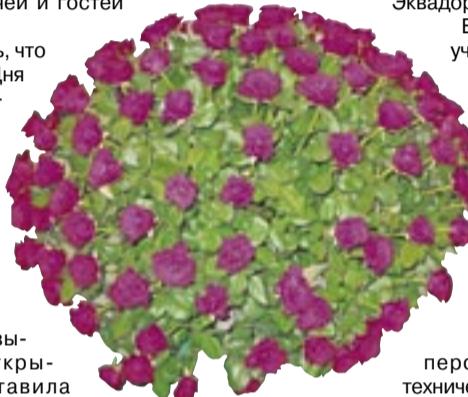
Как и в прошлые годы, закрытая экспозиция размещалась на двух этажах павильона № 69.

Общая площадь выставки, включая открытые площадки, составила 36 тыс. кв. м.

Потенциал мировой цветочной отрасли демонстрировали более 700 компаний из 30 стран.

Самое широкое участие в выставке приняли российские производители.

Запоминающиеся экспозиции представили и зарубежные участники, в том числе – мировые лидеры цветочного бизнеса, крупнейшие европейские питомники, селекционные розоводы-



ческие компании из Франции, Германии и Англии.

С масштабными национальными стенда-ми выступили Германия, Голландия, Дания, Италия, Колумбия, Польша, Франция и Эквадор.

В выставке также приняли участие компании из Австрии, Бельгии, Белоруссии, Израиля, Казахстана, Китая, Литвы, Сербии, Украины, Хорватии и Черногории.

Более широко, чем в предыдущие годы, были представлены техника и оборудование для садово-парковых работ и тепличных хозяйств: экспоненты предлагали перспективные решения для технического перевооружения производства цветочной продукции.

Деловая программа выставки включала международную научно-практическую конференцию по ресурсо- и энергосбережению в тепличном хозяйстве, 7-й чемпионат по профессиональной флористике, «круглый стол» по теме «Возможности российских питомников».

Ежедневно в большом конференц-зале лучшие флористы стран-участниц проводили флористические мастер-классы и шоу-показы.



КРОКУС ЭКСПО

Международный выставочный центр

Программа «Будущее России» приглашает спонсоров

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ

МОСКОВА

В рамках Второго международного форума по интеллектуальной собственности Exporpriority'2010 («Экспоцентр», 8-10 декабря) организуется специальная молодежная программа «Будущее России». Цель – поддержка изобретательства и творческой инициативы среди молодых специалистов, студентов и школьников.

Победители конкурсов изобретательства и авторы лучших новинок, представленных на Всероссийском молодежном инновационном форуме «Селигер-2010» и «Фестивале науки-2010», покажут свои разработки бесплатно. В коллективной экспозиции они смогут демонстрировать плакаты, модели и натурные образцы.

В рамках деловой программы для молодых изобретателей и патентоведов пройдет «Мастер-класс» с участием ведущих специалистов в области интеллектуальной собственности и представителей финансовых структур.

Организаторы Форума Exporpriority'2010 приглашают спонсоров для организации участия в программе «Будущее России» как можно большего количества талантливой молодежи из Москвы и регионов России.

Вышел из печати сборник итоговых материалов московской конференции по конгрессной деятельности

Первая московская конференция «Конгрессная деятельность». Основные задачи и направления развития» прошла в столице 11 марта 2010 года. Организатор – Московская торгово-промышленная палата.

Помимо информации о мероприятии (концепция, резолюция, отчет, фотоматериалы) сборник содержит аналитические материалы о состоянии конгрессного бизнеса в столице.

Значительную часть книги составляют тезисы и доклады участников конференции, охватывающие широкий круг вопросов развития конгрессной деятельности как инструмента стимулирования экономики Москвы и источника значительных финансовых поступлений в бюджет города.

Сборник издан в печатном и электронном вариантах.

Справки: тел. (499)132-02-10, e-mail: v-expo@mtpp.org

**Разработка автоматизированных систем для организационного сопровождения выставок, конференций, семинаров, конкурсов:**

- Формирование первичных документов (положения, заявочные формы и т.д.)
- Статистика по участникам
- Подготовка материалов для сайта мероприятия

Разработка и сопровождение информационных порталов:

- Технологии WEB2/AJAX
- Морфологическая обработка всех публикаций с выделением ключевых фраз
- Мониторинг русскоязычной прессы по различным тематикам

Проведение прямых **Интернет-видеотрансляций** и видеоконференций с различных мероприятий (конференции, выставки, концерты, презентации и т.д.)

Разработка CD/DVD с видеозаписями и базами данных с SQL доступом

Разработка многопользовательских комплексов для обслуживания различных конкурсов со сложными формами заявок (рабочие места заявителей, экспертов и организаторов)

Размещение информации и рекламы на порталах

www.a-z.ru, www.logistics.ru, www.transport.ru, www.autoclub.ru, www.prazdnikinfo.ru

Мощные Компьютерные Технологии

www.a-z.ru, expo.a-z.ru, e-mail: mnp@aha.ru, тел. +7 (495) 395-40-08

Ломая стереотипы...**В ПОМОЩЬ ЭКСПОНЕНТУ****Ретро как символ стабильности**

Еще одна незыбленная традиция автосалонов, характерная для большей части экспонентов, – отдавать лучшие места на стенде последним моделям автомобилей.

Компания Skoda поступила иначе – на самом переднем крае, в углу экспозиции, выставила внушительный ретро-автомобиль – мощный, солидный, оригинальный. Разумеется, он не просто удивлял публику, а привлекал всеобщее внимание. В день прессы, 25 августа, фотоспешки здесь следили одна за другую.

Излишне говорить, что на том же стенде находились все новейшие модели фирмы.

**Покушение на красоту или маркетинговый ход?**

Компания Mazda применила самый незатратный способ – сломав один из самых застарелых стереотипов.

В течение десятилетий на всех автомобильных выставках и шоу, в столице и провинции, к автомобилям приставляют ослепительных девушек-моделей – в качестве украшения.

Просто закон какой-то: Porsche + модели, Volvo + модели, «Лада» + модели. Кажется, что ты не на автомобильной выставке, а перед модельным подиумом, что само по себе, конечно, всегда



мужиков, причем явно немодельной внешности. Собственно говоря, для компании это – корпоративная традиция, также она делала и на предыдущих автосалонах.

Мелочь? Деталь? Вряд ли.

Простое (с первого взгляда) маркетинговое решение резко выделило экспозицию на фоне конкурентов.

Да и с профессиональной точки зрения решение нельзя не признать удачным. В автомобильном мире к мужчине всегда доверия больше – к нему можно обратиться по любому вопросу, спросить о характеристиках автомобиля и технических деталях. Задавать эти вопросы модели никому и в голову не придет. В итоге, сама экспозиция кажется более серьезной, профессиональной, качественной. А что еще нужно на выставке?



радует глаз, и жаловаться на это, тем более мужской публике, – грех непростительный.

На нынешнем автосалоне так происходило практически везде. Но не на стенде Mazda: здесь вместо девушек к машинам приставили

**В разрезе видней?**

По определению, любой автомобиль на «Автосалоне» должен представлять во всем своем блеске и красоте. На стенде Subaru решили отойти от этого правила и один из автомобилей... разрезали. Перед гостями он представил буквально вывернутым наизнанку, что, конечно, притягивало их как магнитом.

В компании Hyundai пошли еще дальше – представили каркас автомобиля с двумя сборочными станками-роботами по бокам.

Конечно, эти решения требуют определенных дополнительных затрат, но уж точно – не очень больших в сравнении с общими расходами компаний на участие в выставке.

Выставочная практика показывает: борьба за посетителя идет не только за счет роста затрат, профессионалы идут и другим путем – пытаются сломать сложившиеся стереотипы, главное – не бояться этого делать.

Александр БЕЛЯНОВСКИЙ