

*Город*

# ДЮССЕЛЬДОРФ:

ДЛЯ ДУШИ И ДЕЛА



Откуда бы мне начать свое повествование? С маленькой площади, украшенной огромным старинным храмом? С тихих, почти безлюдных частых улочек? С широкой набережной, засаженной странными крючковатыми деревьями?.. Да, пожалуй, именно отсюда я и начну.

На берегу гордого и своенравного Рейна, который уверенно катит свои бурные воды в одному ему известном направлении, стоит небольшой старинный городок Дюссельдорф... Небольшой — это, конечно, как посмотреть... Вообще, Дюссельдорф входит в пятерку крупнейших экономических, транспортных, культурных и политических центров Германии, но после шумного и гудящего Петербурга с его пятью с лишним миллионами населения (а уж про Москву я и вовсе умолчу), 600 000-ный Дюссельдорф кажется провинциальным городком.

Итак, тихий (по нашим меркам) городок с безопасного расстояния набережной задумчиво вглядывается в неукротимый поток реки. Но, если повернуться к потоку спиной и на время забыть о нем (только на время, потому что Рейн так и манит к себе этой своей необузданной силой), контраст тут же блекнет — стоит немного углубиться в Старый город, Альтштадт, где старинные постройки жмутся друг к другу разноцветными боками. Как и во многих других европейских городах, исторический центр пешеходный. И если бы не яркие вывески сетевых магазинов, можно было бы представить себя бюргером века, скажем, XVII.

Но узенькие улочки Старого города рано или поздно выведут на Кёнингсале — одну из главных деловых и торговых улиц Дюссельдорфа. По одной ее стороне располагаются магазины известнейших мировых брендов и кутюрье, по другой — деловые офисы, в самом ее центре проложен канал, в котором течет вода из реки Дюссель, давшей название городу. Канал обсажен могучими каштанами и усеян множеством маленьких мостиков. По бульвару легко добраться до современной части города, куда более оживленной, чем умудренный годами Альтштадт.

По ночам на улице слышно пение соловья, а в темном пустынном парке в Медиа-гавани — деловом районе, где располагаются штаб-квартиры всех местных СМИ — бесстрашно прыгают зайчики.

Старый добрый Дюссельдорф — город спокойный, приветливый, но немного отстраненный, предпочитающий держать небольшую дистанцию. Как и сами немцы.





В начале января город наполняется гостями со всей Европы. Они приезжают на крупнейшую европейскую выставку про-модуляции PSI Trade Show, которая проводится здесь каждый год.

Быстрый поезд метро мчит участников выставки от Центрального железнодорожного вокзала прямо ко входу в выставочный комплекс Messe Dusseldorf. Расположенный на северо-западе Дюссельдорфа, комплекс запросто можно принять за отдельный небольшой город. Заблудиться на его территории ничего не стоит, а вот найти, скажем, офис организаторов без подсказки — задача не из легких.

PSI Trade Show ошеломляет своими размерами. Четыре огромных зала, полные экспонентов и всевозможной продукции,

— непростое испытание и для опытного участника выставки, а уж для новичка и подавно. Дабы посетители не утомили себя чрезмерным усердием, в каждом зале предусмотрены зоны отдыха. В некоторых из них можно просто перевести дух, сидя в удобных креслах-мешках, в других — еще и выпить кофе. Бесплатного кофе. То есть абсолютно безвозмездно.

В одной из таких зон оборудована медиа-зона. Не считая пресс-ложа, посещение которой разрешено только представителям прессы и VIP-персонам, это единственное место на выставке, где можно получить бесплатный доступ в Интернет. Бывает же так: кофе бесплатный, а за Интернет надо платить...

Состав экспонентов PSI Trade Show разнообразный: от больших известных компаний, таких как Moleskine, Koziol, Samsonite



— до стартапов, пока еще мало кому знакомых. Большей частью в выставке участвуют европейские фирмы, но присутствуют среди них и несколько азиатских.

Чемодан — неотъемлемый атрибут всех посетителей PSI. Время от времени можно наблюдать, как за спиной у увлеченного очередной презентацией посетителя медленно и тихо переворачивается вверх тормашками его верный спутник и помощник в сборе информации, или в зоне отдыха проводится срочная ревизия содержимого с последующей попыткой закрыть чемодан, используя вес собственного тела. Зачастую попытка оказывается неудачной. Тогда операцию приходится повторять. Брошюры, буклеты, образцы снова извлекаются на свет и проходят еще более жесткий отбор. Увы, многие экспоненты так и не узнают, какая печальная участь постигла их информационные материалы еще до того, как потенциальные клиенты покинули выставочный павильон.

Предложений и вправду много. А вот оригинальных идей маловато. Компании-участников можно разделить на следующие крупные категории: промотекстиль, канцтовары, спортив-

ные товары, сладости и упаковка. Конечно, среди экспонентов есть представители и других направлений промопродукции, такие как производители товаров для сада, кухонной утвари, деревянных изделий, игрушек, продуктов питания, — но процент их настолько незначителен, что теряется на общем фоне.

В условиях, где удивить чем-нибудь новым практически невозможно, каждый борется за клиента, как может. В ход идет все: бесплатный обед в обмен на необходимость выслушать информацию о компании и ее услугах, раздача образцов ударными порциями, интерактивные шоу, демонстрирующие товары в действии... Неизменно популярными в течение всей выставки остаются оборудованные под бар стенды с бесплатными алкогольными напитками.

Хотя, наверное, с утверждением, что удивлять клиентов нынче нечем, я поторопилась. К примеру, компания Swiss CowGold®, которая предлагает эксклюзивные подарки для VIP-персон, серии Objects d'Art. Вот уж кого воистину непросто удивить — так это тех, у кого все есть... А спорим, даже у тех, у кого есть все, конфет из высушенного коровьего навоза с вкраплениями чи-



*В условиях, где удивить чем-нибудь новым практически невозможно, каждый борется за клиента, как может. В ход идет все: бесплатный обед в обмен на необходимость выслушать информацию о компании и ее услугах, раздача образцов ударными порциями, интерактивные шоу, демонстрирующие товары в действии...*



стого 24-каратного золота нет? Очищенное от грязи и примесей, сырье формируется в плоские кусочки одинакового размера и высушивается несколько дней на солнце, теряя до 90% своего веса. Производители утверждают, что после этого оно пахнет свежими альпийскими травами. Затем его перемалывают в ступке, смешивают с золотом до однородной массы, используя органический связующий материал, и выкладывают в формы, созданные художниками. Интересно, много ли находится желающих сделать такой подарок VIP-персоне, и еще интереснее, решается ли кто-нибудь из получателей его отдавать.

Одно из нововведений 2014 года — PSI Catwalk — подиумный показ промотекстиля, часов, сумок и канцтоваров, сопровождающийся неизменными бесплатными напитками и легкими закусками. Организаторы, всегда вежливые и приятные в общении, с готовностью и пониманием откликаются на любой вопрос. «Команда PSI» патрулирует залы и холлы выставки, чтобы прийти на помощь в случае необходимости, угостить чем-нибудь вкусненьким или пригласить участников на очередное мероприятие. Например, на вечеринку после окончания работы

выставки, с фуршетом и напитками, где экспоненты и посетители могут пообщаться в непринужденной обстановке.

Три дня выставки пролетают как один. Посетители рассматривают полученные образцы. Экспоненты систематизируют наработанные контакты. Организаторы рассылают пост-релизы. Совсем скоро начнется подготовка к новой выставке, PSI Trade Show 2015... А город Дюссельдорф будет ждать — ждать старых знакомцев и новых гостей.

**Екатерина Лазоркина,**  
руководитель PR-проектов МАПП



**City of Dusseldorf: for Soul and Business**

*Every year in early January Dusseldorf city, Germany becomes a center of European promotional business. PSI Trade Show gathers industry professionals from all over Europe and some Asian countries. However, Dusseldorf is not only a place of a trade show but also a beautiful city with its own character and unique individuality.*