



— НАТАЛЬЯ ЮДНИКОВА —

директор Санкт-Петербургской выставки «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление»

РИДО-2014

в новом конгрессно-выставочном центре «Экспофорум», Санкт-Петербург

Региональные выставки сильно отличаются от столичных. В первую очередь, конечно, по масштабу — количеству участников и посетителей. В то же время, они открывают для специалистов отрасли доступ к специфическим клиентам, которые редко покидают свой «ореол обитания». Об особенностях и специфике выставочных мероприятий рассказывает директор Санкт-Петербургской выставки «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление» Наталья Юдникова.

Какие изменения ожидают ваш выставочный проект?

В 2014 году выставка «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление» пройдет в новом конгрессно-выставочном центре «Экспофорум». Думаю, что представителям рекламной отрасли будет интересно посмотреть на возможности этой самой современной в России специализированной площадки, на которой можно проводить мероприятия практически любой специфики — от международных конгрессов и форумов до спортивных соревнований, концертов и кинофестивалей.

В комплексе все предусмотрено для удобства посетителей: выставочные павильоны и конгресс-центр соединены крытой галереей пассажа, что обеспечивает комфортное перемещение между зданиями, оборудована автопарковка на 4700 мест, кафе и рестораны предложат разнообразное меню. С 2015 года гости города смогут разместиться в двух отелях: Hilton Hotels & Resorts и Hampton by Hilton.

Близость к аэропорту «Пулков» и доступность комплекса для автотранспорта позволят легко до него добраться. Рядом расположены кольцевая автодорога и западный скоростной диаметр. Кроме того, для посетителей будут организованы бесплатные автобусы-шаттлы от аэропорта и станций метро «Московская» и «Купчино».

Расскажите, какие у проекта будут акценты и ориентиры в дальнейшем?

Рекламный рынок очень динамичен: какие-то сегменты приобретают опреде-

ленную популярность, показывая стабильный рост, какие-то идут на спад. Поэтому мы тоже меняем курс, и юбилейная, 20-я выставка, в 2014 году пройдет уже в новом качестве.

Согласно исследованиям, рынку интересны сегодня такие тематики, как сувенирная продукция, полиграфия, упаковка, ros-материалы. На это мы и решили сделать основной упор. В связи с изменением ракурса экспозиции рекламных технологий, была обновлена концепция, и возникла необходимость в изменении названия.

Как будет позиционироваться выставка?

Предлагается вернуть прежнее название — «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление» (РИДО), которое имеет давнюю историю, узнаваемо и полностью соответствует наполнению экспозиции. Однако возврат к прежней идее будет по-новому визуализирован.

Мы уверены, что все это пойдет на пользу мероприятию: придаст ему новый импульс и наполнение, которое максимально отвечает потребностям профессиональной среды, придерживающейся тенденций к сегментации и специализации событий. Необходимо не только учитывать этот факт, но и идти навстречу интересам экспонентов, обеспечивая максимальный эффект от участия в выставках.

Какие инструменты будут задействованы для достижения этого эффекта?

Прежде всего, это усиление деловой программы. Учитывая интерес участников, мы расширим ее в таких аспектах, как интернет-продвижение, бизнес-сувениры, реклама в малом бизнесе, организация, оформление и проведение промомероприятий, event-marketing, BTL.

В целом в рамках деловой программы РИДО планируется провести около 50-ти мероприятий, которые позволят специалистам на одной площадке в довольно сжатые сроки получить необходимую для

развития бизнеса информацию. В рамках конференции «Законодательное регулирование рекламы и саморегулирование», организованной Координационным советом по рекламе при МСАП, все наболевшие вопросы можно задать представителям исполнительной власти административных округов РФ, обменяться опытом и информацией с коллегами на съезде маркетологов стран-участниц Таможенного союза. Помимо этого будет создана возможность для знакомства с неординарными и креативными идеями, рожденными в ходе студенческой рекламной битвы Питер — Москва (СПбГУ и МГУ), в проекте организация конкурса бизнес-сувениров. Массу позитивных эмоций и полезный опыт можно получить на итоговом межгосударственном антиконкурсе «Лучшее из худшего» (антиреклама).

Наталья, как, по-вашему, в чем отличие региональных выставок от столичных?

Санкт-Петербург — город уникальный, здесь сочетаются и столичные, и региональные функции. Игроки конгрессно-выставочного бизнеса, безусловно, используют эти особенности. Если активность московских выставок во многом обеспечивают посетители из регионов России, то аналогичные проекты в Северной столице кроме петербуржцев собирают в первую очередь специалистов из северо-западных территорий, которые редко посещают московские выставки. Поэтому участники, желающие представить им свои разработки, товары и услуги имеют эту уникальную возможность.

EXPOFORUM

Будем рады видеть специалистов рекламной отрасли в Санкт-Петербурге 15–17 октября 2014 года на выставке «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление».

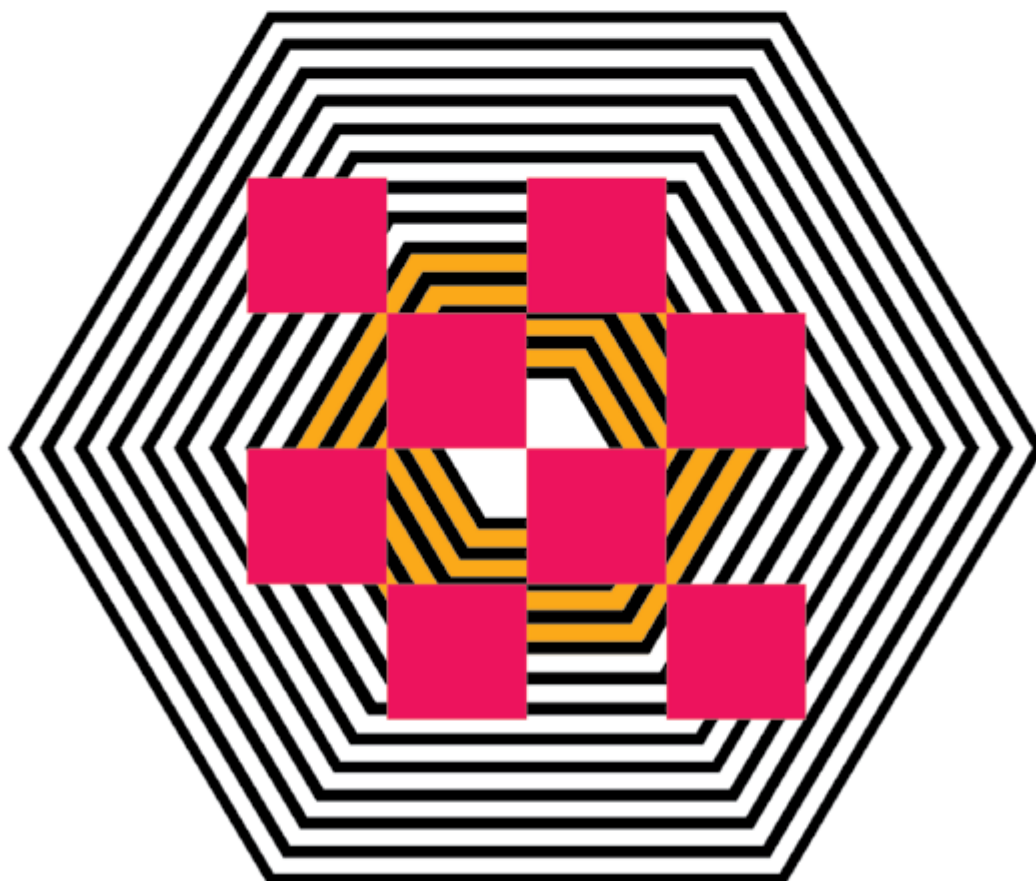


РЕКЛАМА
ИНФОРМАЦИЯ
ДИЗАЙН
ОФОРМЛЕНИЕ

15–17 ОКТЯБРЯ | 2014

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ЭКСПОФОРУМ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА



+7 (812) 240-40-40
n.udnikova@expoforum.ru

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

EXPOFORUM

генеральный партнер



16+

