

Гость:



**Наринэ Багманян,**  
президент выставочной компании «Асти Групп»,  
организатор Международной выставки  
«Мясная промышленность. Куриный Король / VIV Russia»

Беседовала:



**Виктория Загоровская**



# Выставки как зеркало рынка

*Выставки VIV проводятся по всему миру: в Европе, Азии, Латинской Америке. Каждая из них имеет свое лицо и национальные особенности. Нельзя говорить о том, что эти мероприятия конкурируют между собой, в том числе, потому, что их организует одна компания. Выставки VIV – это уникальный международный проект, единственный, который охватывает практически весь мировой агропромышленный рынок.*

О форуме «Мясная промышленность. Куриный король/ VIV Russia» как отражении современных тенденций российского и мирового рынка мяса, мы поговорили с **организатором выставки, президентом выставочной компании «Асти Групп» Наринэ Багманян.**

**– Расскажите об особенностях российского выставочного рынка, влияющих, в частности, на принципы проведения мероприятий пищевой тематики?**

– Мы работаем в промышленном пищевом секторе и в области сельского хозяйства более 10 лет. Эти отрасли в значительной степени подвержены государственному регулированию, что делает проведение специализированных выставок сложным и трудоемким процессом. Например, в мясной промышленности государство то увеличивает квоту на ввоз импортной продукции, то уменьшает ее, «помогая» российским производителям. Однако эта протекция приводит к тому, что наша курица становится в 2 раза дороже, чем она стоила до введения ограничений на ввоз.

Большие сложности для предприятий пищевого сектора заключаются в системе управления. Не хватает квалифицированных кадров, как среди работников, так и среди руководства. Их просто негде взять, и в результате бизнес не может гибко реагировать на потребности рынка.

Наша выставочная компания, в свою очередь, помогает фирмам-экспонентам выявить эти проблемы и предлагает пути их решения. Мы организуем конференции и семинары, посвященные вопросам правового регулирования и управления в соответствующих отраслях. Под эгидой компании создана Бизнес-школа агропромышленного комплекса (АПК). Кстати, инициатива организации школы исходила от клиентов «Асти Групп».

**– Что Вы думаете о возможностях, которые открывают перед бизнесом современные методы и каналы продвижения, например, интернет-маркетинг и социальные медиа? В чем, на Ваш взгляд, заключается самый весомый плюс интернета по сравнению с печатным изданием и в чем таится опасность?**

– Безусловно, определяя маркетинговые стратегии ведения бизнеса, мы не исключаем использования современных средств коммуникации, в частности, интернет-маркетинга и социальных сетей. Главное, на мой взгляд, понимать ауди-

торию, с которой общаешься, и находить правильную форму подачи информации для каждой целевой группы. Преимущества таких каналов колоссальны, и в первую очередь, к ним относятся мгновенное распространение информации и быстрый отклик на нее. Минусы, наверное, тоже есть. Но они проистекают, скорее, не от недостатков самих способов продвижения, а от недоступности данной формы распространения информации для всей территории России. Это обязательно надо учитывать при работе с потенциальными потребителями.

Мы всегда ориентируемся на клиентов, оперативно реагируем на запросы и пожелания, стараемся быстро и качественно их выполнять. Это основные принципы работы компании в выставочном бизнесе. Для нас современные средства коммуникации и каналы продвижения – не цель, а способ решения задач, поставленных перед нами клиентами и партнерами.



На VIV Russia 2011 свою продукцию, оборудование и технологии продемонстрируют около 300 компаний из 30 стран мира.

**– Как европейский опыт организации международных отраслевых выставок может быть использован при проведении мероприятий в России? Что, на Ваш взгляд, стоило бы позаимствовать?**

– Все выставки, проводимые нашей компанией, являются международными. Статус «международной» выставки накладывает на организатора определенную ответственность. В нашем понимании, это создание всех необходимых условий для того, чтобы российские и зарубежные компании чувствовали себя на мероприятии так же, как на любой другой выставке в любой стране мира. Европейский сервис и качество услуг мы обязаны предоставить и в России. Поэтому большое внимание уделяется, в первую очередь, повышению квалификации менеджерского состава. Постоянно проводятся корпоративные тренинги, наши менеджеры посещают крупнейшие мероприятия аналогичной тематики, как в России, так и за рубежом, что дает представление о том, как вообще надо проводить выставку под названием «международная». Кроме того, обязательным условием для менеджеров является, конечно, знание иностранных языков. Убедить какую-либо компанию принять участие в выставке, обеспечить сервис на высшем уровне и присутствие посетителей-специалистов, провести грамотную PR и рекламную кампанию не только выставки, но также товаров и услуг экспонентов, а, самое главное, не разочаровать участников и сделать так, чтобы они вновь пришли к нам – вот главные задачи, эффективность реализации которых служит критерием оценки работы «Асти Групп».

Например, «Мясную промышленность. Куриный Король / VIV Russia» мы организуем совместно с голландскими партнерами – компанией VNU Exhibition Europe, которая проводит выставки VIV по всему миру. Судя по активности участ-

ников, расширению общей площади, увеличению числа экспонентов и стран, представляющих передовые зарубежные технологии, можно сделать вывод о том, что выставку мы проводим на высоком профессиональном уровне и она действительно является международной во всех отношениях.

**– Расскажите, что отличает выставку этого года от предыдущей? Какие тенденции мясного рынка нашли отражение в формировании экспозиции и деловой программы? По Вашим прогнозам, увидим ли мы увеличение интереса к VIV Russia?**

– Каждая последующая выставка отличается от предыдущей. Тем более, что прошлая выставка состоялась два года назад – в 2009 году. Меняется состав участников, интерес к российскому рынку проявляют новые компании. На рынке страны так же происходят изменения. Отвечая требованиям современного агропромышленно-

го сектора экономики, мы в этом году организовали новый раздел – Feedtech-Croptech Russia 2011. На сегодняшний день это очень важное и актуальное направление для российской комбикормовой промышленности. В специальном павильоне будут демонстрироваться новейшее оборудование и технологии для производства кормов, смесей, пищевых ингредиентов, добавок, биотопливных гранул, пеллетов и брикетов, в том числе для первичной и последующей переработки зерновых культур, их транспортировки и хранения.

Роста числа экспонентов, посетителей и площадей ожидаем всегда. И не просто ожидаем – вся наша работа направлена именно на это. Однако итоги будем подводить после выставки. Но уже сейчас можно сказать, что на VIV Russia 2011 свою продукцию, оборудование и технологии продемонстрируют около 300 компаний из 30 стран мира, в том числе Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Голландии, Греции, Дании, Израиля, Индии, Ирландии, Испании, Италии, Канады, Китая, Литвы, Польши, России, Саудовской Аравии, Сирии, США, Тайвань, Турции, Украины, Франции, Швеции, Швейцарии, Южной Кореи и других. Кроме индивидуальных стендов, на выставке будут представлены национальные экспозиции Франции, Италии и Китая.

В рамках деловой программы состоится Meat Congress – международная встреча крупнейших мировых поставщиков и переработчиков мяса, которая позволит в режиме реального времени обсудить стратегию игроков рынка, оценить потребности России по сырью, мясопродуктам и кормам. В этом году главной темой конгресса стали новые возможности для производства мясной продукции и развития торговли в рамках Таможенного союза, а также преимущества и проблемы вступления России в ВТО. Самую достоверную информацию о состоянии и перспективах развития рынка

мяса, новейшие тенденции, экономические и политические аспекты развития отрасли представят ведущие российские и международные эксперты.

В конференции примут участие представители органов законодательной и исполнительной властей федерального и регионального уровней, участники агропромышленного комплекса России, СМИ. Среди особых гостей – представители Канады, которые поделятся опытом экспортных инспекций и сертификаций экспорта, расскажут о специфике продвижения товаров мясной группы на международных рынках.

Кроме того, в дни работы выставки пройдут семинары и круглые столы по конкретным проблемам животноводства, птицеводства, индустрии холода для АПК и ряду других.

**– Какова динамика привлечения на выставки зарубежных участников? И какую долю среди них составляют предприятия Белоруссии и Казахстана?**

– Состав российских и зарубежных участников напрямую связан с выставочной тематикой. В зависимости от нее количество зарубежных компаний колеблется от 30% до 70%. Международная выставка «Мясная промышленность. Куриный Король / VIV Russia», которую мы проводим совместно с голландской компанией VNU Exhibition Europe, в основном, представляет передовые зарубежные технологии, необходимые российскому агропромышленному сектору экономики. Российские же компании-экспоненты, как и предприятия из Республики Беларусь, где у нас есть постоянные партнеры, предлагают на рынке свою птицеводческую и животноводческую продукцию. А специалисты по свиноводству, птицеводству и животноводству из Казахстана приезжают к нам на выставку в качестве посетителей. Для достижения максимального эффекта от работы на мероприятии, мы начали проводить так называемые бизнес-встречи «один-на-один», которые готовятся заранее, по заявкам участников. Иными словами, приглашаем на выставку те компании, в которых наши клиенты напрямую заинтересованы.

**– Как Вы оцениваете уровень инвестиционной активности в животноводстве и птицеводстве, а также мясоперерабатывающей промышленности страны? Какое направление, с Вашей точки зрения, является самым перспективным?**

– В этих вопросах мы ориентируемся на задачи, которые ставит Правительство России перед аграриями. В частности, они были озвучены 25 марта министром сельского хозяйства Еленой Скрынник на расширенном заседании коллегии министерства. Одними из приоритетных задач являются сохранение позитивной динамики развития животноводства

и минимизация влияния последствий засухи на поголовье крупного рогатого скота. Кроме этого, важнейшей задачей является разработка и утверждение новой Государственной программы на период 2013-2020 гг. Кроме уже имеющихся направлений туда войдут новые, такие как поддержка перерабатывающих отраслей АПК, развитие мелиоративного комплекса, поддержка крестьянских (фермерских) хозяйств, развитие инфраструктуры агропродовольственного рынка, стимулирование инвестиционной деятельности и инновационного развития АПК, а также эффективного использования земель сельхозназначения.

На совещании была еще раз подчеркнута необходимость принятия мер по стимулированию инвестиционной активности в агропромышленном комплексе, повышению доступности кредитных ресурсов и усилению контроля целевого использования кредитных средств. А органам исполнительной власти субъектов страны рекомендовано, в частности:

принять в текущем году меры по своевременному и полному доведению до сельхозтоваропроизводителей средств государственной поддержки. На финансирование Госпрограммы в 2010 году были направлены средства федерального бюджета в объеме 107,3 млрд рублей. Из региональных бюджетов выделено 36,2 млрд рублей.

«Москва – центр огромного агропромышленного рынка, потенциально выгодного для всей Европы. Столица удобно расположена не только для посетителей выставок из стран СНГ и Евросоюза, но и для представителей Азии».

И поэтому наша главная задача – продемонстрировать новейшие технологии и перспективные инновационные разработки в сельском хозяйстве, чтобы у отечественных предприятий был широкий выбор для инвестиций в агропромышленный сектор.

**– Какие преимущества открывает перед компаниями участие в выставочных мероприятиях? И как выглядят российские производители, презентации их продукции на фоне европейских? Быть может, вспомните самые необычные и яркие стенды, представленные на прошлой выставке?**

– На любую из наших выставок участники едут с определенными целями и в зависимости от поставленных целей достигают соответствующих результатов. Это может быть: расширение границ торгово-экономического взаимодействия между операторами рынка, возможности широкого обмена опытом и взаимовыгодного сотрудничества, вывод на рынок новой продукции, услуг или технологий, увеличение объ-



ема продаж, формирование сети дилеров или дистрибьюторов, исследование рынка и т. д. И если компания-участник заранее сформулирует свою цель, мы сможем еще до выставки совместно продумать и реализовать наиболее эффективные методы ее достижения. Наша практика показала, как важно работать с клиентами не только во время выставки, но и в течение всего года вплоть до следующего мероприятия.

Следует также принять во внимание, что участие в проектах «Асти Групп» расширяет горизонты сотрудничества не только с российскими, но и с зарубежными компаниями, приезжающими на выставку. Вторым моментом является участие в международных конкурсах, которые включены в выставочную программу. Так, в рамках проекта «Мясная промышленность. Куриный Король / VIV Russia» регулярно проводится конкурс инновационных проектов, дегустационный конкурс на «Лучший традиционный продукт» и «Лучшую новинку года», с вручением победителям Гран-При и медалей за высокое качество выпускаемой продукции в различных номинациях. Победители конкурсов имеют больше шансов расширить границы сбыта своей продукции, как в России, так и за ее пределами.

Самые яркие и необычные стенды также отмечаются на каждой выставке специальными наградами и почетными дипломами. Отечественные производители выглядят достойно, презентации их продукции ничуть не уступают европейским, что очень приятно. В сельском хозяйстве появляются молодые активные специалисты, знающие свое дело, интересующиеся мировыми достижениями в отрасли, обладающие опытом проведения международных переговоров. И этому во многом способствует наша выставка.

**– Напомните, когда и с какой целью Вы впервые организовали VIV Russia? Какие задачи стоят перед выставочной компанией «Асти Групп» сегодня?**

– Более 35 лет подряд VIV Europe ежегодно проводилась только в голландском городе Утрехте. В конце мая 2004 года в выставочном комплексе «Крокус Экспо» состоялся III Международный форум «Мясная промышленность. Куриный Король. Замороженные продукты. Техника. Технологии» и первая выставка VIV Russia в Москве, организованная «Асти Групп» и VNU Exhibition Europe, на которой была реализована новая концепция проведения мероприятия – «от поля до прилавка» (From Feed To Meat). Здесь было представлено все, что нужно мясной индустрии: оборудование для перерабатывающей промышленности,

**«Концепция выставки – безопасность и качество продукции “от поля до прилавка” – завоевывает все большую популярность среди ведущих сельскохозяйственных держав мира».**



корма для животных, ветеринарная продукция, оборудование для обработки мяса и яиц, ингредиентов и готовых изделий.

Тогда мало кто верил, что из этого проекта получится серьезная и профессиональная выставка, которая перерастет в европейский форум VIV Europe 2008. Однако расчет был правильным, поскольку российский рынок способен не только потреблять, но и производить качественную животноводческую продукцию, как для собственных нужд, так и на экспорт. В выставке 2004 года приняли участие более 200 компаний из 23 стран мира, которые представили свою продукцию и услуги на площади 10 тыс. м<sup>2</sup>.

А уже в 2007 году, открывая третью выставку VIV Russia, директор по развитию проектов VIV компании VNU Exhibition Europe господин Жерар Левенбург заявил, что счастлив вновь проводить ее в России, в Москве. «Никто не ожидал три года назад, что выставка вырастет в проект такого грандиозного масштаба», – подчеркнул он. В 2007 году на мероприятии

было представлено более 350 компаний из 26 стран мира, что в 4 раза больше, чем в 2005 году и доказывает, что животноводство в России стремительно развивается. Выставку посетили представители 83 стран. Именно поэтому компания VNU Exhibition Europe решила провести VIV Europe 2008 в Москве. И VIV Europe 2008, действительно, была хорошим подтверждением успешного развития животноводческой и птицеводческой отраслей в России. Следующая выставка VIV Russia 2009 по своим масштабам оказалась на уровне VIV Europe 2008 и в очередной раз подтвердила, что инвестиции в бизнес страны привлекают все большее внимание россиян, а также их зарубежных партнеров.

Что касается глобальных задач, то они четко выражены в концепции выставки – безопасность и качество мясной продукции «от поля до прилавка». Она завоевывает все большую популярность среди ведущих сельскохозяйственных держав мира и служит дальнейшей интеграции в области животноводства и птицеводства, обусловленной растущим интересом мирового рынка к качественной и безопасной продукции.

Российский рынок АПК развивается в соответствии с мировыми тенденциями, благодаря реализации нацпроекта на 2008-2012 гг., который вопреки мировому кризису остается мощным локомотивом всего отечественного сельхозпроизводства. **МС**