

Ложка дегтя

А.Ю. Горелов, главный редактор журнала «АС»

Всё, что написано нашим корреспондентом про PCVEXPO-2006 – это правда и ничего кроме правды. Авторитет форума в Сокольниках поднялся до невиданных высот. Иностранцы «рассмотрели» его из своего «прекрасного далёка» и включили в маршруты деловых поездок. Выставочные площади растут вширь,

а стенды – ввысь. И все же есть нечто, мешающее желчному, глядящему на жизнь не без скепсиса редактору разделить также и вот эту искреннюю восторженность молодого, активно-любопытного и потому немного наивного (ах, как завидно!) корреспондента. С годами, увы, на смену любопытности приходит скучная такая подозрительность. И опыт шепчет на ушко: «чем выше поднялся – тем больше падать!»

Все дни работы форума не покидало странное, мимолетное ощущение: «что-то не так». И вот прошло несколько недель, было время обсудить итоги выставки с ее участниками, поразмыслить на досуге, взглянуть на PCVEXPO-2006 как на свершившийся факт. Ощущение постепенно превращалось в понимание. Заметка нашего корреспондента стала «последней каплей». Обнаружив, что вовсе не разделяет восторга, ваш редактор, как ему показалось, понял вдруг, что же было «не так», и облек это понимание в слова.

Начнем с того, что для многих постоянных участников выставка в Сокольниках стала чем-то обыденным, за прошедшие годы как-то незаметно рассеялось ощущение «эпохальности» события. Да, играет музыка... как обычно. Да, кичатся друг перед другом стенды участников, и этого кича за год стало даже больше. Но и на других выставках, в общем-то, то же самое. Ничего принципиально нового нет, и даже вроде как и быть не может... Такое «привыкание» – нормальное явление. Недаром крупные компании иногда меняют брэнд своих товаров, чтобы новой рекламой освежить интерес к ним – это не лечение болезни, а ее профилактика. «Привыкание» – еще не симптом, но уже повод.

Но есть ведь и симптомы! На PCVEXPO в этом году не приехал ряд известных российских арматурных предприятий. (Например, не было «Пензтяжпромарматуры».) Подозревать их в нехватке денег для оплаты выставочной площади было бы неразумным, значит, таким было их сознательное решение. Приелось?

Есть и другой важный симптом. Многими участниками отмечено со-



крашение числа «независимых» посетителей на их стендах по сравнению с прошлыми годами. Народу вроде бы вокруг много «тусуется», да только «все свои». «Что ж получается, мы тут собрались, чтобы друг с другом пообщаться?» – ворчали некоторые. Другие не скрывали, что, собственно, за тем и собрались.

По мнению людей, весьма опытных в выставочном деле, падение посещаемости объясняется «прыгающими» сроками выставки. В 2005 году она прошла в конце ноября, а теперь – на полтора месяца раньше, в начале октября, как и в 2004-м. Да, это – очевидный недостаток. Но, думаю, не в этом главная причина.

За пять лет существования PCVEXPO изменился сам рынок, его информационная среда! Прошли те времена, когда по выставке с широко раскрытыми глазами бродили инженеры проектных институтов, впервые обнаружившие, что кроме каталогов советских времен на рынке есть и еще что-то. Сегодня, когда расцвел Интернет, когда все заводы всерьез озаботились маркетингом... Посещаемость должна была упасть – и упала, так как тех, кто зашел «вообще посмотреть, что да как», почти не стало. Это – нормально и неизбежно. Но число новых посетителей – один из факторов мотивации участия в выставке, и если он слабеет, его следует чем-то заменить. Ведь чтобы пообщаться друг с другом, не обязательно покупать выставочную площадь...

Мне кажется – и дай Бог ошибиться – дирекция выставки чересчур надеется на инерцию имени PCVEXPO, в какой-то мере пустив всё «на самотек», отдав большинство мероприятий «на откуп» своим организаторам – отраслевым ассоциациям, или даже просто сдавая конференц-залы в аренду каждому, кто заплатит, не заботясь о едином формате форума. «Растаскивание» тематики по отраслевому признаку – опасный синдром, чреватый развалом форума на три отдельных мероприятия, по счастливой случайности проходящих в одном месте в одно время. На пользу PCV превращение в P, C, V не пойдет!

Свою задачу первых лет: объединить участников рынка, помочь восстановлению порушенных в «лихие» 90-е хозяйственных связей – форум выполнил! Пришла пора выработать новую стратегию развития PCVEXPO! Игра на дикости российского рынка больше не пройдет. Нужно выбрать путь, которым двигаться дальше – из числа тех, что встречаются в экономически развитом мире.

С точки зрения потребителя видны два мотива участия в выставке. Во-первых, презентация новинок. Специализированные выставки являются для западных компаний гвоздем их презентационных программ. Увы, уровень систем маркетинга наших производителей пока до подобных программ не дорос, да и новинок не так много. Если сделать на данный мотив ставку, сокращение числа участников неизбежно, зато все они будут понимать, зачем им это нужно.

Во-вторых, престиж. В России, где мало кто может похвастаться своей длинной и непорочной историей, он

еще долго будет важным мотивом. В данном случае на выставке рекламируют не товар, а брэнд. На PCVEXPO-2006 тот, кто именно этим целенаправленно занимался – наверняка преуспел. Но тогда форуму нужен Статус! И ему ни в коем случае нельзя давать распасться натрое! А что объединяет P+C+V? Прежде всего – потребитель. Поэтому совет – аккуратно, в форме вопроса. Почему бы дирекции PCVEXPO не устроить, например, конференцию или круглый стол, куда пригласить тех руководителей крупных нефтегазовых и энергетических компаний, которые определяют их политику в части закупок? Вот именно на эту большую тему! Такое мероприятие наверняка вызвало бы неподдельный интерес у всех участников рынка, чем бы они ни занимались: P, C или V.

Журнал «Арматуростроение» – информационный спонсор PCVEXPO. Судьба и статус форума нам безразличны! Лишь поэтому ваш редактор решился добавить свою ложку дегтя к безусловно правдивому медовому репортажу.

