

О «СКРЕПКЕ» ЛЮБИМОЙ ЗАМОЛВИТЕ СЛОВО

То, что все наше канцелярское сообщество волнует судьба и перспективы выставки СКРЕПКА ЭКСПО – ни для кого не секрет. Поэтому по прошествии очередной СКРЕПКИ мы поинтересовались впечатлениями гостей и участников.



Анатолий Вержбицкий, представитель-ство APLI Paper S.A. в России.

Прошедшая выставка показалась мне явно значительно более людной, чем две предыдущие. По уровню организации, как всегда, всё было на высоте – удобно расположенный на 1-м этаже зал, приятная встреча всех гостей у входа на выставку, быстрое решение любой проблемы сотрудниками АПКО-Ра. Самым насыщенным, как обычно, оказался 2-й день, но и огромная оче-

редь у входа в 1-й день, честно говоря, привела меня в изумление.

По поводу полезности выставки моё мнение остается неизменным – это лучший повод для встречи и решения всех вопросов со всеми своими клиентами. На эту выставку приехали все без исключения, кого я хотел увидеть. Приятно было слышать от многих на выставке о стремительном росте активности APLI в прошедшем году – это подтверждает, что мы идем правильным путём. Говорить о появлении новых продуктов на выставке даже затрудняюсь, так как был полностью сконцентрирован на встречах и переговорах с клиентами, что подтверждала постоянная очередь на нашем стенде, отойти было просто некогда. А тенденция думаю одна – СКРЕПКА живет, развивается и дает нам всем прекрасную возможность для дальнейшего продвижения и сотрудничества.

Спасибо всем!





**Колодовский Александр,
ТД БЕЛОРУССКИЙ ГОЗНАК**

Торговый дом БЕЛОРУССКИЙ ГОЗНАК, который является представительством УП «Бумажная фабрика» Гознак Республики Беларусь на территории РФ и республик СНГ впервые выставлялся на весенней выставке СКРЕПКА ЭКСПО-2010.

ТД ГОЗНАК — это сравнительно новая компания, и мы приложили все усилия, чтобы у посетителей нашего стенда сформировалось положительное мнение о нашей компании.

У нас от выставки остались приятные впечатления, она была организована на достойном уровне. Наши ожидания были оправданы, нами было проведено большое количество важных переговоров, проведены встречи с представителями крупных компаний. Во время выставки наш стенд посетило около 300 человек, мы были рады познакомиться, и благодарим всех посетителей.

В общем можно сказать, что намеченные цели были нами достигнуты.

Что касается эффективности участия в выставке, то, наверное, можно будет говорить об этом позже, исходя из объема заказов и увеличения динамики продаж нашей компании.

На наш взгляд, участие в выставке — это, прежде всего, вопрос имиджа, способ сформировать узнаваемость компании на рынке. Но именно для нашей компании выставка стала не только визитной карточкой, но и местом для знакомства с новыми покупателями.

Пантелеева Ольга, ЮНИТ КЛАБ

Выражу не только свое мнение, но и мнение своих коллег — на этот раз выставка СКРЕПКА-ЭКСПО приятно удивила и порадовала. Во-первых, приехали и выставились компании, которых давно не было на выставке, а если присутствовали, то только как гости. Во-вторых, чувствовался масштаб выставки. Стенды радовали яркостью, оригинальностью, «изюминкой». Минимализм — не наш стиль, чувствовалась, одним словом, широта русской души. Мне даже показалось, что мы, в начале кризиса пребывавшие в некотором замешательстве от него, сейчас поняли, что все равно нужно идти вперед. Так что — «есть еще порох в пороховницах!»

Хочу сказать огромное спасибо организаторам выставки и лично Татьяне, Ольге, Дмитрию, Марии и всем кто участвовал в организации. Спасибо вам огромное за помощь и высокий профессионализм. Спасибо, что благодаря организаторам СКРЕПКИ ЭКСПО мы забыли, что такое бюрократия. Меня поймут те, кто хоть раз организовывал работу своей компании на выставке КАНЦЭКСПО в Экспоцентре.



**Выставка
СКРЕПКА ЭКСПО
2010
в цифрах**

На площади 9 000 м², которую занимала выставка, расположились стенды 175-ти компаний из 10 стран мира: Россия, Белоруссия, Германия, Голландия, Индия, Китай, Тайвань, США, Италия, Швейцария.

За время работы выставку посетило более 8 000 специалистов из России, ближнего и дальнего зарубежья.

Каждую следующую выставку я хочу видеть шире, ярче, больше! Хочу видеть всех людей, с кем работаю в регионах и в Москве. Мы слишком редко встречаемся, а ведь телефоны и электронная почта никогда не заменят личного общения.



Владимир Судариков, PENTEL RUS

По оценкам нашей команды прошедшая выставка была интересной и насыщенной, пожалуй, самой плодотворной за последние 2 года. По сравнению с осенней СКРЕПКОЙ выросло количество и участников, и посетителей выставки.

Для нашей компании участие в выставке было очень полезным, так как мы, наконец, заявили о себе как о самостоятельной компании, занимающейся брендом PENTEL на рынке РФ, познакомились с нашими партнерами из регионов, с новыми потенциальными клиентами, презентовали новинки ассортимента.

Выставка подтвердила тенденцию бурного развития самых разнообразных продуктов для творчества. Стало заметным еще одно важное направление — стремление рынка к инновационной, оригинальной и высококачественной



продукции. Все устали от клонированных псевдобрендов, изготовленных на одних и тех же фабриках КНР. Рынок явно созрел для восприятия канцелярской продукции, отвечающей стандартам высокого уровня.



Александр Смирнов, СМИСТАР

Как и следовало ожидать, выставка оказалась оживленнее прошлогодней, но, конечно, не дотягивает до выставок «тучных годов». С другой стороны, выставка показала неистребимый оптимизм россиян, ибо, по мнению многих людей, с которыми мне пришлось беседовать — кризис окончился...

Что касается трендов и новых брендов — трудно ожидать особых новинок в кризисный год. Как во Франкфурте, так и в Москве было видно, что бюджеты новых разработок в 2009 урезаны до

минимума. Тем не менее, наши поставщики (как STABILO, так и COMIX кризис затронул не так сильно, как многих других) все-таки смогли представить рынку новинки, первые продажи которых впечатляют.

Изабелла Мангасарян, DURABLE

Будучи гостями выставки, мы с коллегами были приятно удивлены повышенной деловой активностью, которая наблюдалась все три выставочных дня. Выставка выглядела очень компактно, порадовало отсутствие громоздких стендов.

Дмитрий Арехов, ВЕЛБТ

Прошедшую выставку СКРЕПКА ЭКСПО-2010 можно однозначно оценить как весьма удачное и полезное мероприятие, которое, безусловно, будет способствовать дальнейшей динамизации российского рынка канцтоваров, повышению его коммерческой привлекательности и эффективности. Хотелось бы особо отметить деловую и вместе с тем комфортную, тёплую атмосферу прошедшей выставки, которая породила у её участников и гостей какой-то особый дух здорового соперничества и оптимизма. В качестве положительного момента нельзя также не отметить заметное расширение географии компаний-участников выставки и появление среди экспонентов целого ряда новых, но явно амбициозных и перспективных игроков. С учётом всех достоинств прошедшей выставки СКРЕПКА ЭКСПО можно констатировать, что на

сегодняшний день она приобрела полноценный статус международного канцелярского форума.

Выводы о конкретных результатах участия нашей компании в выставке можно будет делать лишь спустя некоторое время. Однако уже сейчас можно с уверенностью сказать, что канцелярская продукция ТМ Albion становится всё более узнаваемой и популярной на российском рынке, особенно среди ценителей настоящего английского качества, практичности и функциональности. Новая коллекция рюкзаков и ранцев, представленная на выставке компанией ВЕЛБТ, была по достоинству оценена нашими постоянными клиентами и вызвала неподдельный интерес у профессионалов-участников. Эти позитивные отклики придают нам дополнительные силы и уверенность в правильности выбранной нами стратегии дальнейшего развития.



Талгат Кожахметов, ALEM KENCE

Несмотря на то, что я присутствовал на выставке СКРЕПКА ЭКСПО-2010 всего один день, в целом мне все понравилось. Во-первых, уже сам факт проведения выставки говорит о том, что отрасль и участники рынка, несмотря на кризис, стремятся к развитию и процветанию. Во-вторых, сами участники выставки настроены позитивно и оптимистично. Многие компании показывают рост. Хочу пожелать всем нам, чтобы следующая выставка была больше по размеру и количеству участников.

Для компании ALEM KENCE выставка была, бесспорно, полезной. Это очередная возможность увидеть состояние рынка, провести переговоры со многими поставщиками и обсудить важные перспективные вопросы сотрудничества. Выставка СКРЕПКА ЭКСПО-2010 показала стремление нашей компании к улучшению качества своей продукции, а также к развитию маркетинговых программ по привлечению клиентов. Успехов всем!



Вячеслав Лавринович, РЕЛАЙТ

Выставку оцениваю, как компактную, деловую, эффективную. Во всяком случае — для компании РЕЛАЙТ. Большое спасибо АПКОРу и лично Дмитрию Со-снину за хорошую организацию.

Наш стенд был максимально лакони-чен, но легко узнаваем, благодаря фир-менному синему шару с названием ком-пании, который был виден с любой точки выставки. Главной задачей такого ди-зайна стенда была организация успеш-ных переговоров сотрудников РЕЛАЙТА с партнёрами. Партнёры лаконичность стенда хвалили. Им было комфортно, они не отвлекались от основных задач переговоров. Так что — задача выполне-на. Мы довольны.



В.Лавринович (РЕЛАЙТ, Москва), А.Гусев, А.Адамов (АКВАРЕЛЬ, Якутск)



Павел Голубев, РЕЛЬЕФ-ЦЕНТР

Прошедшая СКРЕПКА ЭКСПО стала для нас рекордной как по количеству посе-тителей, несмотря на то, что проходила всего 3 дня, так и по количеству новых клиентов, с которыми удалось познако-миться и пообщаться. Результаты будут зависеть от того, насколько качествен-но мы проведем дальнейшую работу по итогам выставки.

Безусловно, эта выставка была по-лезной, хотя привлечение новых кли-ентов далеко не единственная цель для компании РЕЛЬЕФ-ЦЕНТР. Возможность встретиться с нашими существующими партнерами, обсудить проблемы и си-туацию на рынке, показать новинки по ключевым торговым маркам, рассказать о планах компании — все это очень важ-но для нашей компании.



На стенде компании РЕЛЬЕФ-ЦЕНТР состоялся розыгрыш супер-приза — ав-томобиля Ford Focus — среди финали-стов акции по канцелярской продукции Berlingo и Hatber. В нем приняли участие пятнадцать лучших клиентов по двух номинациям: «Максимальный объем» и «Лучший рост». Розыгрыш проходил в три этапа. В первом и втором туре фина-листы акции разыграли между собой 9 сотовых телефонов и 3 видеокамеры. В третий тур розыгрыша вышли три участ-ника, среди которых были разыграны два ноутбука и супер-приз — автомо-биль. Победу одержала компания из Во-ронеза — ИП Манаенков.

Елена Яковлева, ВЕЛЬМОЖА

Этой весной наша компания в очередной раз принимала участие в выставке СКРЕПКА ЭКСПО-2010. В целом, техническая организация выставки прошла на хорошем уровне.

Бросалось в глаза отсутствие крупных компаний, участие которых, безусловно, увеличило бы интерес к выставке. Также мне кажется странным, что многие компании не строят полноценные стенды, а довольствуются небольшими переговорными.

Особенно удивляет, что некоторые компании проводят свои корпоративные семинары, презентации и фуршеты во время проведения выставки, что, определенно, отвлекает участников и посетителей от самой выставки.

Возможно, отсутствие ряда региональных клиентов и партнеров было обусловлено не столько экономическими причинами, сколько перечисленными выше. Кроме того, в связи с интенсивным развитием электронных средств обмена информации — экономическая целесообразность посещения выставки снижается.

Мы планируем участие в осенней СКРЕПКЕ, хотя организация одной глобальной и масштабной выставки становится, на наш взгляд, все более актуальной.

Что касается тенденций, могу сказать, что прогнозы нашей компании оправдались — наиболее востребованным остается диапазон средней ценовой категории, с высоким качеством материалов и уровнем изготовления.

А предоставление широкого спектра дополнительных сервисных услуг



и новаторских условий сотрудничества только упрочило выбранную нами еще в 2003 году стратегию.

В связи с тем, что объем импорта за время кризиса существенно сократился, интерес к выпускаемой нами продукции увеличился. Дополнительно возрос интерес со стороны рекламных и корпоративных заказчиков, так как в нынешних экономических условиях мы, в отличие от иностранных производителей, предлагаем нужную модель в нужном количестве и в сжатые сроки.

Заметен усиливающийся интерес к сотрудничеству компаний из стран СНГ, особенно у тех, у которых возрастает интеграция с РФ.

На выставке мы показали свои новые модели, материалы, а также представили новую весенне-летнюю молодежную коллекцию.



Роман Кирпичев, БЮРОКРАТ

На мой взгляд, прошедшая СКРЕПКА — определённо новый этап для нашей индустрии. После периода стагнации и тревожной осени 2009 года мы видим реальное возвращение интереса к выставочной деятельности со стороны большинства крупнейших компаний. Это, на мой взгляд, крайне позитивная тенденция.

Думаю, что когда осенью 2004 года готовилась первая СКРЕПКА, организаторы и участники были уверены, что проект будет успешным, стабильным и устойчивым, несмотря на все внешние обстоятельства. Очень рад, что так и вышло.

Для канцелярского направления компании БЮРОКРАТ нынешняя выставка стала возвращением к активной выставочной деятельности после некоторого перерыва. Основной причиной стало для нас принципиальное расширение и качественное улучшение нашего ассортимента, произошедшее вследствие серьезного развития собственного производства и появлением в нашем портфеле новых дистрибуций, прежде всего, европейских товаров класса А. Результатами довольны и мы, и наши клиенты. В самое ближайшее время планируем детально рассмотреть возможность участия в осенней СКРЕПКЕ.

**Иван Иванов, XEROX РОССИЯ**

Могу отметить, что весенняя СКРЕПКА ЭКСПО стала более заметна с точки зрения ее анонсирования и организации. Она стала более представительной по сравнению с осенней, как по количеству участников, так и по масштабу компаний, принявших в ней участие. Понравилась также упрощенная процедура регистрации, с необычным оформлением. В целом, выставка стала ярче и заметнее. Особенно это заметно по сравнению с предыдущей СКРЕПКОЙ, прошедшей во время непростого экономического климата.

Мы не принимали участие в выставке, поскольку бумажный бизнес XEROX в основном сосредоточен на офисных бумагах и специальных материалах для печати. Этот рынок не такой широкий, с

точки зрения его основных игроков, как, например, рынок канцелярских принадлежностей, на который в большей степени ориентирована выставка СКРЕПКА ЭКСПО. На рынке бумаг все игроки хорошо знают друг друга, а потребители хорошо знают наш ассортимент. Тем не менее, мне было очень приятно увидеть бумаги XEROX на стендах наших партнеров. Конечно же, весенняя СКРЕПКА, для многих компаний — это уже старт подготовки к новому школьному сезону. Я стараюсь, как правило, посещать все специализированные выставки, в том числе и СКРЕПКУ ЭКСПО. Ведь здесь всего за несколько часов, можно найти коллег и партнеров из самых отдаленных уголков России, узнать об их планах и новостях, о новинках и трендах канцелярского и бумажного бизнеса.



Г.Мингазова
(ИП, Ижевск)



Р.Казумов,
(АРЗУ, Махачкала)



К.Григорян, А.Кищенко
(КАНЦЛЕР-КАВКАЗ, Пятигорск)



А.Настенков,
(АУТРИГЕР, Калининград)



Л. Гозенко
(ТД КАНЦМАРКЕТ, Орск)



Т.Бушueva
(СЕРВИС.РУ, Москва)



А.Круглов, С.Герасимов
(КОЛОКОЛ, Нижний Новгород)



Н.Силевич (в центре), С.Силевич (слева)
(ГАРТ-С, Самара)



Г.Корнилов
(РЕЛАЙТ, Москва)

