

WYDARZENIA

Screpka 2009

11–13 marca 2009 roku odbędzie się już X edycja targów branżowych w Rosji. Jak zapewnia organizator, to lokalne wydarzenie, które będzie miało miejsce w Moskwie, przyciągnie także rzesze klientów z Polski.

Dwa razy w roku, wszystkie firmy poważnie zainteresowane rynkiem rosyjskim, powinny w swoim kalendarzu uwzględnić targi organizowane w moskiewskim Expo Crocus. Ich organizator – The Association of Manufacturers and Resellers of Office and Stationery Products in Russia (w skrócie: APKOR) – w okresie marca oraz września otwiera największą w tym rejonie imprezę branżową. W 2009 roku, Screpka Expo odbędzie się już na początku marca. To idealna data, szczególnie dla tych, którzy już dokonali rezerwacji na targi Meeting Premiera.

Tematyka targów

Produkty, które zaprezentowane zostaną podczas najbliższej edycji targów, uwzględnić będą poniższy asortyment:

- artykuły papirnicze oraz papier
- artykuły piśmienne
- produkty dla dzieci oraz hobbystyczne
- artykuły szkolne
- akcesoria na biurko
- artykuły biurowe
- automatyka biurowa
- gadżety i akcesoria pod nadruk
- artykuły okolicznościowe – temat główny: Nowy Rok
- artykuły dekoracyjne
- pieczętki
- akcesoria dla biznesu
- dekoracje
- produkty dla segmentu POS
- wizualizacje
- gry
- artykuły sportowe dla dzieci
- programy i gry komputerowe

Przydatne dane:

Data spotkania: 11–13 marca 2009
Miejsce: Pawilon 3, hala 18 w CROCUS EXPO International Exhibition Center, Moskwa, Rosja
Darmowe bilety: www.apkor.ru



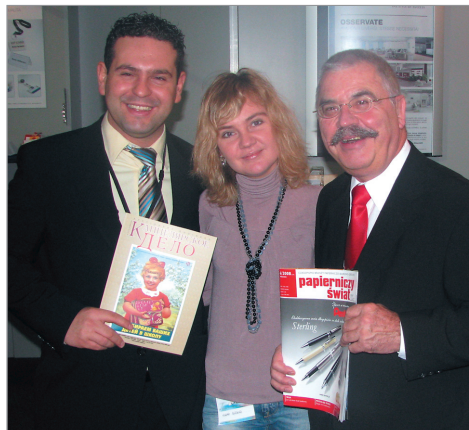
Uczestnicy

Screpka organizowana jest dwukrotnie w ciągu każdego roku. Jej wiosenna edycja skoncentrowana jest na branży papirniczo-biurowo-szkolnej, natomiast jesienna edycja to przede wszystkim nowinki technologiczne. Podczas zeszłorocznej edycji marcowej w halach o powierzchni 12 000 m², wystawiło się 185 firm głównie z takich krajów jak: Rosja, Białoruś, Niemcy, Australia, Turcja, Chiny, USA, Indie, Francja, Włochy oraz Wielka Brytania. Jesienna edycja w 2008 roku to 129 firm z Rosji, Białorusi, Niemiec, Holandii, Łotwy, Singapuru, Emiratów Arabskich, Pakistanu,

Hiszpanii, Chin oraz USA, które zaprezentowały swoją ofertę na powierzchni 6 000 m².

Niestety jak na razie niewielu z naszych rodzimych producentów uczestniczyło w tej imprezie, a z pewnością, jak informują ci, którzy już tam byli, warto przynajmniej ją odwiedzić. Już w numerze 3/2009 opublikujemy pełen raport z wiosennej edycji targów Screpka 2009, w których weźmie udział także redakcja czasopisma Papierniczy Świat. Zapraszamy już dziś do lektury.

3 pytania do Eleny Gusevy, Redaktor Naczelnej Канцелярское Дело



Elena Guseva w towarzystwie przedstawicieli firmy Durable podczas targów Big Buyer 2008

Papierniczy Świat: Targi Screpka to największe i jedyne targi branżowe w Rosji?

Elena Guseva: Tak, to na pewno najważniejsze spotkanie targowe w naszym kraju. Odbywa się ono dwukrotnie – w marcu głównymi gośćmi są dystrybutorzy artykułów papirniczo-biurowo-szkolnych, natomiast we wrześniu klienci instytucjonalni. W tym roku, w dniach 11–13 marca odbędzie się jubileuszowe – 10. spotkanie.

Czy sądzi Pani, że firmy rosyjskie mogą być zainteresowane także odwiedzinami polskiej delegacji?

Rosyjskie firmy zawsze są otwarte na współpracę, jeśli taka ma przynieść im zyski. Polska jest tym krajem, który

znajduje się najbliżej nas. Blżej niż Chiny, Niemcy czy Włochy. Warto zwrócić uwagę, że niemieckie firmy oferują większe wsparcie dla lokalnych dystrybutorów. Mimo, że mają droższe produkty, są na pewno bardziej aktywni w ich sprzedaży. Niemieccy dostawcy zazwyczaj gwarantują pomoc w rozbudowie kanału dystrybucyjnego, w organizacji biur swoich przedstawicieli, wspierają marketingowo oraz reklamowo dystrybutorów. Polskie firmy niestety nie działają w ten sposób. Rzadko są zainteresowane reklamą jeszcze przed targami, nie posiadają konkretnego planu rozwoju na nowych rynkach. Przykładem może być chociażby ostatni wynik rozmowy naszego wydawcy Sergey'a Dolgov'a, który poruszył temat wejścia polskich firm na rynek rosyjski podczas spotkania z przedstawicielami polskiej organizacji zrzeszającej firmy z branży PBS. Wynik rozmowy niestety nie jest pozytywny, chociaż to naprawdę nie jest skomplikowane.

Jesteśmy w samym centrum kryzysu światowego. Czy Rosja także już go odczuwa?

Globalnie nie odczuwamy jeszcze negatywnych informacji, jakie dochodzą obecnie do każdego z nas. Niestety w sprzedaży już widzimy pewne spadki, które dziś osiągnęły 20%. Wiele firm redukuje budżety przeznaczone na reklamę. Myślę jednak, że obecna sytuacja jest bardziej wynikiem paniki niż efektów ubocznych kryzysu... i to wszystko chyba z winy mediów.

■ Rozmawiała Daria Kostera