РБА Новости

23.10.2015 5:35

# Реклама-2015

С 22 по 25 сентября в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр» проходила 23-я международная специализированная выставка «Реклама-2015».  
Проект реализован Экспоцентром при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Правительства Москвы, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

В церемонии открытия выставки приняли участие председатель Комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по информационной политике, информационным технологиям и связи Леонид Левин; советник Президента Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Владимир Губернаторов; председатель Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы, Вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) Сергей Пискарев; президент Российского отделения Международной рекламной ассоциации Борис Еремин; Первый заместитель генерального директора ЗАО «Экспоцентр» Николай Гусев.

Выступающие отметили, что выставка «Реклама» завоевала солидную репутацию и признание в рекламном мире.  
Леонид Левин подчеркнул, что «отрасль последние 30 лет успешно развивается и выставка «Реклама» подтверждение этого, поскольку на ней демонстрируются лучшие компании и самые успешные проекты. Надеюсь и в дальнейшем, реклама будет одним из драйверов экономического развития страны».  
«Выставка «Реклама» сыграла огромную роль в развитии рекламной отрасли,- подчеркнул в своём выступлении перед участниками и гостями смотра Владимир Губернаторов, — Она ежегодно показывала, как меняется реклама, от печатной и наружной до сегодняшней интернет-рекламы. Пока жива реклама, жив и российский бизнес».  
По словам Сергея Пискарева, ««Реклама-2015» является одним из центральных отраслевых событий, всегда отличающихся серьезной экспозицией и хорошей профессиональной программой. Невзирая на кризис, она демонстрирует такой же высокий уровень и в этом году».  
На стендах обширной и разноплановой экспозиции демонстрировались инновационные прорывные решения в таких важных сферах рекламной индустрии как наружная, световая реклама, рекламная полиграфия, производство и продвижение POS-материалов, бизнес-сувениры, интернет-реклама и многое другое.  
В этом году в экспозиции главной выставки рекламной отрасли «Реклама-2015» на площади 3 671 кв. м были представлены яркие оригинальные стенды 205 компаний из 9 стран.

Выставку посетили 9 605 специалистов, что составляет 86,1% от общего числа посетителей 11 153.  
Новые виды рекламы, а также новые формы ее подачи показали лидеры мирового и отечественного рекламного рынка – Roland, Ledu, NeoFoam, BES REKLAM, «ВеМаТек», «Зенон», «Инквин», «Инфинити Принтер», «Русском», «Смарт-ТС», «Форда», «Папиллонс-Трейд», «МирУпак», «Диалог-Конверсия», «Реклаб», «Челленджер» и многие другие.  
45 компаний приняли участие в этом уникальном проекте впервые. Новые участники использовали эффективность данной бизнес-площадки в непростой экономический период для удержания рынка, что стало подтверждением высокой репутации этого выставочного события. Среди дебютантов прошедшей выставки – «Тейплайн», «Технологии наружной рекламы», «Завод светодиодной продукции», «Инитпресс Диджитэл», «Биэлла», «Командир Такси», «Салон Принт», «Моторр».  
На «Рекламе-2015» продолжил работу проект «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта», направленный на уменьшение случаев экспонирования контрафактных товаров на смотрах. На специальном стенде участников и посетителей выставки консультировали высокопрофессиональные юристы. Они информировали о существующей практике и возможностях правовой защиты объектов интеллектуальной собственности, оказывали юридическую помощь в поиске путей разрешения конфликтных ситуаций в области нарушения исключительных прав.  
Кроме того, выставка позволила решить кадровые вопросы. ООО «Кадры малого и среднего бизнеса» организовали работу проектов «Биржа деловых контактов» и «Биржа контактов персон» — площадка для работодателей и соискателей вакансий.  
Деловая программа выставки отразила все тенденции в области традиционной и инновационной рекламы.  
В рамках выставки прошло заседание Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы на тему: «Малый и средний бизнес в рекламной отрасли страны», организованное совместно с Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР).

В заседании приняли участие советник Президента ТПП РФ Владимир Губернаторов, заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы РФ Андрей Кашеваров, заместитель руководителя Департамента СМИ и рекламы города Москвы Эдуард Королев, председатель Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы, генеральный директор «Газпром-Медиа» Сергей Пискарев, президент Ассоциации Коммуникационных Агентств России Алексей Ковылов, директор по специальным проектам коммуникационного агентства «АGT», вице-президент АКАР, сопредседатель комиссии по GR Елена Решетова, руководители рекламных агентств и ассоциаций, члены Комитета.  
На заседании обсуждались актуальные вопросы развития рекламной отрасли страны, в том числе, вопросы минимизации влияния некоторых законопроектов на развитие отрасли, перспективы формирования конкурентоспособности российских рекламных агентств, как в России, так и за ее пределами, способы поддержки малого и среднего бизнеса отрасли за счет расширения возможностей их взаимодействия с государственными компаниями и компаниями с его частичным участием, а также — другие инструменты поддержки рекламного рынка.  
Тема поддержки малого и среднего бизнеса в рекламной отрасли страны вызвало живую дискуссию и горячие споры о формах и методах возможной помощи со стороны государства. Руководители рекламных агентств говорили о необходимости предоставить малым рекламным предприятиям, которые даже не допускаются к конкурсам, равные права и возможности участия вместе с крупными рекламными агентствами.  
Было принято решение продолжить обсуждение предложений по защите малого и среднего бизнеса для выработки единой позиции рекламной отрасли по этому вопросу на следующих заседаниях.  
Центральным событием деловой программы 23-ой международной выставки «Реклама» стал IV форум «Рекламный марафон». Организатором выступила Конгрессно-Выставочная Компания «Империя», Генеральным партнером — ЦВК «Экспоцентр». Мероприятие прошло при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), Российской ассоциации маркетинговых Услуг (РАМУ), Международной ассоциации маркетинга в ритейле POPAI (Point of Purchase Advertising International), журнала «Наружка».  
В ходе трехдневного форума делегаты и спикеры пришли к выводу, что реклама в кризис просто обязана быть максимально дешевой и при этом предельно эффективной.  
Что делать рекламодателю в период финансового кризиса? Если вкладывать средства в рекламу, то в какую? На эти и другие вопросы ответили ведущие рекламисты страны на IV форуме «Рекламный Марафон».  
Форум объединил более сотни Звезд российской рекламы, которые провели семинары и мастер-классы. Более трети всех делегатов представляли российские регионы, что подчеркивает федеральный масштаб «Рекламного марафона».  
Участниками этого важного события стали более 1000 рекламистов, маркетологов и управленцев в сфере продвижения. Из них — 400 участников мастер-классов и семинаров Звезд Российского Консалтинга; 300 посетителей конференции «Интернет-реклама»; 110 спикеров; 100 участников награждения призеров Конкурса наружной рекламы «ЗНАК»; 60 участников конференции Mail.ru.  
Делегаты за три дня посетили выступления таких маститых экспертов, как: Николас Коро (RCB&B), Илья Балахнин (Paper Planes), Андрей Рукавишников (EBITDA Marketing), Дмитрии Кот (Агентство Продающих Текстов), Игорь Викентьев (ТРИЗ-ШАНС), Олег Макаров (Консалтинговая Группа «TCG»), Александр Лигер (Vi), Анатолий Вассерман.  
На 42 сессиях «Рекламного марафона-2015» обсуждались почти все аспекты рекламной отрасли: от копирайтинга до ошибок при открытии собственного рекламного агентства.  
Большую аудиторию собрало совместное выступление руководителя крупнейшей в России медиа компании Vi Александра Лигера и лидера в маркетинговом бизнес-консультировании Григория Трусова. В формате оживленной дискуссии они сравнили эффективность влияния телевизионной рекламы и перфоманс-маркетинга на кризисное мышление потребителя.  
Небывалый ажиотаж среди делегатов в очередной раз вызвала сессия Николаса Коро и Виктории Шиманской, посвященная эмоциональному интеллекту. Во время своего доклада Николас рассказал, как правильно строить бренд таким образом, чтобы покупатель переплачивал за него с удовольствием.  
Значимым событием форума стала выставка и конференция «Интернет-Реклама». В экспозиции приняли участие более 30 ведущих российских компаний, занимающихся интернет-продвижением. Делегаты договорились о контрактах на интернет-продвижение с такими участниками рынка, как СОМАР, TRINET, AGIMA, SeoPult и многими другими профессионалами.  
Делегаты и спикеры «Интернет-рекламы» также обсудили последние тренды в веб-дизайне, особенности контекстной рекламы и раскрыли секреты поискового продвижения сайта. Интернет-специалисты рассказали об особенностях работы в условиях кризиса. Так Вадим Ширяев (СОМАР) заявил, что «в кризисное время лучше не уничтожать конкурентов, а искать способы объединения».  
В рамках «Рекламного марафона» также прошло четыре конференции от стратегических партнеров форума и выставки: Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), Российской ассоциации маркетинговых Услуг (РАМУ), Международной ассоциации маркетинга в ритейле POPAI и журнала «Наружка».  
Ассоциации АКАР, РАМУ и ЗАО «Экспоцентр» организовали на выставке работу секции «Событийный маркетинг 2.0: новые тренды и технологии». Выступившие эксперты рассказали о легендах и мифах Red Communication Group, эффективизации продвижения брендов через интеграции в мероприятия и проведение собственных ивентов, коммуникационной стратегии в Event-маркетинге, путях развития спортивного маркетинга в России, повышении эффективности события через синтез Event и digital маркетинг. С докладами выступили представители компаний RCG, SCG, SWIST, DPG, Unionlinx и клиентского сервиса Re:evolution.  
Частью программы форума стала конференция «День брендинга», организованная Ассоциацией брендинговых компаний России, ЗАО «Экспоцентр».  
На сессии «Брендинг на падающем рынке» были заслушаны выступления ведущих специалистов на темы: «Почему брендинг – единственный инструмент, что бы не сойти с дистанции досрочно», «40 правил взаимодействия бренда с основными потребительскими сегментами», «Как быстро и эффективно вывести торговую марку для замещения импортных товаров в России», «Как, используя инструменты брендинга, повысить эффективность продаж», «Ошибки современного российского нейминга или как не нужно называть».  
Практическим решениям продажи продукции в сегменте FMCG была посвящена вторая сессия конференции. Темы докладов «Бренд, которому не изменят», «6 коммуникационных трендов в категории FМСG, которые реально работают», «Потребительский брендинг в ситуации снижения потребления», «Как производственной компании занять свое место на рынке?», «Где научиться строить бренды? Новости Высшей Школы Брендинга». Сократить текст, оставить основные секции конференции, передать их суть» вызвали большой интерес у посетителей мероприятия.  
В рамках выставки «Реклама-2015» прошла конференция «Off-trade коммуникации: Битва за покупателя», организованная Международной ассоциацией маркетинга в ритейле POPAI, журналом «Наружка» и ЗАО «Экспоцентр».  
Руководители ведущих российских рекламно-производственных компаний «Дымшиц и партнеры» (Михаил Дымшиц), ССП «Про Ма» (Вероника Комарова), e.Queo (Алексей Вагин), «Мираторг» (Вадим Чурсин) поделились своими наблюдениями о том, Что влияет на время принятия решения о покупке в магазине?, Каковы системы удаленного и автоматизированного контроля полки?, рассказали о современных решениях и лучших практиках для эффективной коммуникации с трейдом, новом оптимизме, как основы маркетинговых коммуникаций супермаркета.  
24 сентября в рамках выставки «Реклама-2015» состоялась церемония награждения 11-го конкурса визуальной рекламы «Знак». Главной целью конкурса является демонстрация лучших образцов работ из области рекламы, выявление наиболее творческих и перспективных компаний, создающих эффективные решения для заказчиков наружной рекламы (OOH — out-of-home advertising) в целом. Организатор конкурса – издательство R&D Communications при содействии ЗАО «Экспоцентр».

В этом году на конкурс было представлено 65 проектов из разных городов России.

Призеры конкурса визуальной рекламы «Знак-2015»:

Оформление торгово-развлекательных заведений  
1-е место — ActiveDesign (Москва), 2-е место – «Точка» (Чайковский), 3-е место –«Фора-М» (Магнитогорск)

Оформление магазинов розничной торговли  
1-е место — РПК «ЛазерСтиль», 3-е место – 3D-Logo (Московская область, Раменское), РА «Апельсин» (Иркутск)

Оформление предприятий общественного питания  
1-е место — РПК «Индиго-Сайнс» (Краснодар), 2-е место – ROUTEMASTER ½, 3-е место — РПК «Индиго-Сайнс» (Краснодар)

Оформление предприятий сферы услуг  
1-е место — РПК «Навигатор-стиль» (Москва)

Корпоративные вывески  
1-е место — РА «Апельсин» (Иркутск), 2-е место – РПК «Навигатор-стиль» (Москва)

Стелы и крышные установки  
2-е место – компания «Айрсистем» (Екатеринбург)

Праздничное городское оформление  
1-е место – «Мастерская Городской Рекламы» (Москва), 2-е место – РПК «Алгоритм» (Москва), 3-е место – «В гостях у сказки», «Мастерская Городской Рекламы» (Москва)

Реклама на транспорте  
1-е место — Transit media group (Москва), 2-е место – Transit media group (Москва), 3-е место — РА Brandteam (Москва)

Серийный рекламоноситель  
1-е место — РА «ОКТАГОН» (Пятигорск), РПФ «ЛИМА» (Астрахань), 3-е место – РА «ОКТАГОН» (Пятигорск)

Нетрадиционные средства и медиа в OOH  
1-е место – «Мастерская Городской Рекламы» (Москва), 2-е место – 3D-Logo (Московская область, Раменское), 3-е место — INTELLIGENCE (Москва)

Приз зрительских симпатий — Мороженое «33 пингвина», РПФ «ЛИМА» (Астрахань).

Ждем Вас на следующей 24-й международной специализированной выставке «Реклама-2016», которая пройдет с 28 по 30 сентября 2016 года в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр»!

http://rbanews.ru/reklama-2015-3/