

СКАТЕРТЬ-САМОБРАНКА



17-я Международная выставка продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2010» проходила в «Экспоцентре» 8–12 февраля 2010 г.

БЫТЬ УЧАСТНИКОМ – ПРЕСТИЖНО

На фоне некоторого ослабления интереса отраслевых специалистов к выставочной деятельности эта выставка – счастливое исключение. Яркий и оригинальный дизайн стендов, красочные аппетитные экспонаты, огромное количество посетителей, общая атмосфера праздника вызывают желание приходить сюда снова и снова. Но, конечно же, не надо забывать что прежде всего «Продэкспо» – это огромная (площадь – 80 тыс. м²) рабочая площадка, где ежесекундно заключаются взаимовыгодные контракты, происходят деловые встречи, отраслевые семинары и конференции. И участники, и посетители уже в который раз находят здесь то, что позволяет им успешно развиваться дальше.

Высокий авторитет выставки подтверждается участием в ней мировых лидеров и ведущих российских продовольственных компаний. А это – прекрасная возможность для продвижения и собственного бренда. В этом году в рамках выставки была организована целая «Аллея брендов»™, представляющая собой специальный подиум в павильоне, где проводились все официальные церемонии (открытие выставки, награждение победителей конкур-

сов, специальные шоу-программы и т. д.). А вы там побывали?

Если говорить языком официальной статистики, то организаторы выставки: ЦВК «Экспоцентр» при содействии Министерства сельского хозяйства РФ под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ, Правительства Москвы и Совета руководителей торгово-промышленных палат государств – участников СНГ.

Статус выставки подтвержден знаками Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Количество участников в этом году достигло 1800 фирм из 57 стран мира, из них 1200 – российских. Многие экспоненты объединились на национальных и коллективных стендах: Австралия, Австрия, Аргентина, Бразилия, Германия, Италия, Канада, КНР, Франция и многие другие.

ИЗ КАКОГО ВЫ САЛОНА?

Универсальность тематики, подчеркнутая организацией целых 17 тематических экспозиций, охватывающих всю номенклатуру продуктов питания, сопутствующего оборудования и упаковки, поражает воображение. К особой гордости мясоперерабатывающего сектора, салон «Мясо и мясopодукты. Колбасные изделия. Птица и

яйцо» располагался в самом большом, 1-м павильоне.

В последние годы стабильный рост происходит в сегменте упаковки, упаковочного оборудования и материалов, поскольку упаковка давно стала одним из основных инструментов продвижения продукции. Премьерой года стала экспозиция «Продэкспо-Пак-2010» – «Упаковочные решения для пищевой промышленности», которая из салона выделена в самостоятельную выставку.

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА: ИНТЕРЕСНО И ПОЛЕЗНО

Деловая программа выставки требует особого внимания. Насыщенная разнообразными мероприятиями, она позволила не только широко продемонстрировать продукцию известных производителей, но и провести в рамках мероприятия дискуссии об основных маркетинговых стратегиях продвижения товаров пищевой тематики, по различным проблемам производства продуктов питания. В рамках статьи, конечно же, невозможно охватить весь размах, поэтому перечислим коротко.

Конференции и форумы

Первый российско-японский конгресс по сельскому хозяйству и продовольственному рынку, посвященный вопросам продовольствен-





ной безопасности, развитию продовольственного рынка и его инвестиционной привлекательности в условиях финансового кризиса. В работе конгресса приняли участие более 150 гостей, среди которых руководители министерств и ведомств РФ и Японии, инвестиционных компаний и банков, ученые, ведущие специалисты российских и зарубежных компаний, занимающихся производством, переработкой и реализацией продуктов питания, утилизацией отходов, производством и продажей оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности. Организатор – «АгроМедиа-Групп».

«Модернизация производства отраслей пищевой промышленности на основе инновационных технологий – ключевой фактор повышения конкурентоспособности вырабатываемой продукции», международная

конференция, организованная Министерством сельского хозяйства РФ, фирмой «Агроэкспосервис».

Всероссийский торговый форум, «Центр закупок сетей», «Центр переговоров по СТМ» (переговоры с различными сетями по выпуску продуктов под собственной торговой маркой (Private Label), **Всероссийский продовольственный форум**, посвященный вопросам продвижения товаров на рынке России, и множество других мероприятий, организованных компанией «Империя».

Конкурсы

«Лучший продукт», ведущий отраслевой конкурс по самому широкому ассортименту продовольственной продукции. Организаторы: Министерство сельского хозяйства РФ, фирма «Агроэкспосервис»

«Инновационный продукт «Продэкспо-2010», выявляющий иннова-

ции в продуктах питания по различным аспектам, подчеркивающий изменения и оригинальность продукции компании, а также другие конкурсы, организованные компанией «Империя».

«Современные способы модернизации мясоперерабатывающего производства». Организаторы: ООО «Адопус-Консалт», ООО «Компания «Трумп», ЗАО «Партнер-М», ООО ТД «Партнер».

Выставочный форум «Продэкспо-2010» и его деловая программа определили главные направления развития продовольственного рынка и наглядно продемонстрировали огромный потенциал продовольственного рынка России и неослабевающий интерес к нему со стороны как зарубежных, так и отечественных производителей и поставщиков. ♦

По материалам ЦВК «Экспоцентр»

В МОСКВЕ ОТКРЫЛСЯ ТРЕТИЙ «ЗЕЛЕНЬ ПЕРЕКРЕСТОК»

X5 Retail Group, крупнейшая в России розничная компания по объемам продаж, объявила об открытии третьего в Москве супермаркета премиум-класса «Зеленый перекресток».

В «Зеленом перекрестке» будет представлено около 10 000 наименований не только продуктов повседневного спроса, но и деликатесов со всех концов света. На полках магазина покупатели найдут товары всех ценовых сегментов, включая низкий, и стоимость аналогичной продукции не превысит цен других супермаркетов X5. Это сделает магазин привлекательным не только для состоятельных людей, но и для среднего класса.

Основное внимание в супермаркете отведено категории «свежие продукты» – это фрукты и овощи, свежевыжатые соки, парное мясо, широкий ассортимент охлажденной рыбы и морепродуктов, молочная продукция и сыры, а также готовые блюда из собственной кулинарии (салаты, выпечка и др.). Ассортимент товаров «фреш» будет существенно расширяться, уже к 2011 г. его доля достигнет 60 % товарооборота. «Зеленый перекресток» задуман и спроектирован как супермаркет, ориентированный на удобство: уютный современный дизайн, приятная музыка и качественный сервис. В зоне комфорта «Кафе» можно отдохнуть и выпить кофе.

Новая стратегия предполагает совершенствование программы лояльности, разработку новых интересных предложений для членов «Клуба», а также привлечение новых партнеров.

Во всех супермаркетах «Перекресток» работает бонусно-накопительная программа «Клуб «Перекресток», позволяющая покупателю получать и накапливать бонусные баллы при совершении покупок, а затем их тратить, приобретая любые товары.

Это укрепит лидирующие позиции компании в сегменте «супермаркет», повысит лояльность существующих клиентов и привлечет новых.

Михаил Сусов, гендиректор сети супермаркетов «Перекресток», отметил:

«Сеть супермаркетов «Перекресток» ориентируется на людей, ценящих качество, личный комфорт и свое время. Искренне надеюсь, что нам удастся учесть пожелания всех покупателей и мы станем признанным лидером в предоставлении свежих продуктов, а также супермаркетом, который обеспечивает высокий уровень обслуживания и создает отличное настроение».

Пресс-служба сети супермаркетов «Перекресток»