

## Пресс-конференция в преддверии выставки Ambiente 2014



**В преддверии крупнейшей международной выставки товаров народного потребления Ambiente 2014 (Германия, Франкфурт-на-Майне) прошла пресс-конференция в г. Вильнюсе (Литва) с целью обзора планов организаторов на предстоящее мероприятие. Акценты на специфике этой выставки расставил ее директор Томас Кастел.**

Выступление Томаса Кастела базировалось на представлении важнейших выставок, проводимых центром Франкфурт-на-Майне (Messe Frankfurt) по всему миру. Томас Кастел выделил «Хайм-текстиль» и «Техтекстиль», посвященные изделиям из текстиля, тканям, интерес к которым достаточно высок. Не менее востребована также выставка «Автомеханика», посвященная санитарно-техническому оборудованию. Наряду с выставками потребительских товаров, проводимых во Франкфурте, Мессе Франкфурт организует крупные выставочные проекты, посвященные музыке, свету, сценическому и студийному оборудо-

ванию, инсталляциям. Выставки, подобные Ambiente, взяли свое начало довольно давно, и тогда они разделялись на весеннюю и осеннюю, после была осуществлена новая концепция, в соответствии с которой в начале года стала проводиться выставка Ambiente, а ближе к осени – выставка, посвященная миру подарков к приближающемуся Рождеству.

Томас Кастел рассказал об опыте проведения Ambiente 2013, которая вновь пройдет и в 2014 году. Полностью занятые стендами и экспозициями выставочные площади составили более 3000 кв.м, на ней присутствовали более 4000 экспонентов из 81 страны, что определило высокий статус этой международной выставки. Для Ambiente подобраны следующие определения: самая большая, статус международной, востребованная, трендовая.

На афише Ambiente 2014 присутствует короткое, но выразительное слово «the show» («шоу»), что уже определяет ее как площадку для представления неожиданных интересных решений, где форма не превалирует над содержанием. В 2014 году гости Ambiente смогут оценить широчайший спектр товаров для дома, подарочных и сувенирных изделий, а также драгоценностей.

Рекламная продукция к выставке выражает идею Ambiente, заключая в себе синий, желтый и зеленый цветовые ключи. Эти цвета символизируют три выставочных сектора: dining (демонстрирует новейшие тенденции в искусстве кулинарии, культуре принятия пищи, сервировке стола), living (посвящен предметам интерьера и декора) и giving (о мире подарков и ювелирных украшений).

Сектор dining включает в себя все, что используется в кухне для приготовления пищи, ее подачи, современные и самые смелые дизайнерские решения. Dining – это разнообразный и обширный раздел: тут представлены как компании, выпускающие свою продукцию только ограниченными партиями, так и производители, предлагающие оптовые поставки.

Giving представляет собой презентацию самого широкого спектра подарков со всего мира, самых разных ценовых сегментов. Там вы найдете специальные подарки, посвященные ванной комнате и уходу за собой, а также экспозицию ювелирных изделий, ориентированных на широкое потребление.

Living – это все, что касается жилья, это экспозиция, затрагивающая эмоции посетителей: интерьер, предметы обстановки, трендовые дизайнерские решения. Среди экспонентов этого сегмента представлены крупные импортеры, которые закупают товары по всему миру, а затем комбинируют их в единый стиль.

Говоря о посетителях, для Мессе Франкфурт в рамках Ambiente наиболее важными являются посетители из Италии, Франции, Нидерландов и США. Также на выставку прибывает множество гостей из Британии, Швейцарии и Испании. Девятое место занимает Китай, который становится все более важной страной по количеству посетителей. Самый большой прирост посетителей наблюдается из арабского региона. Россия занимает 10-е место, и последние 5 лет число посетителей из этой страны стремительно растет.

Ambiente – важнейшая платформа для поиска подрядчиков и поставщиков, международный профиль которой расширяется с каждым годом. Ежегодно на Ambiente представлена и страна-партнер мероприятия – Япония которой на выставке 2014 года будет уделено наибольшее внимание. В первый день по всему выставочному комплексу запланировано большое количество мероприятий, организаторами которых выступают компании из Японии.

Несмотря на то что интернет становится все более важным средством коммуникаций, Томас Кастел абсолютно уверен, что выставочные мероприятия всегда останутся востребованными. Это обусловлено тем, что выставка – это отличная площадка для обмена идеями, информацией между ее участниками, а также прекрасная возможность для становления выгодных коммерческих отношений.