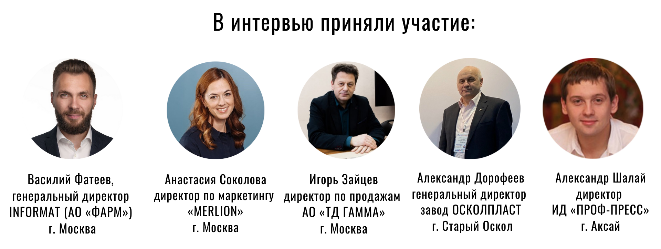
**СКРЕПКА – ВСЕГДА ПЕРВАЯ!**

***Актуальное интервью с Учредителями Международной мультитематической выставки Скрепка Экспо.***



**Как Вы оцениваете сегодняшнее положение выставки Скрепка Экспо?**

**ВАСИЛИЙ ФАТЕЕВ, генеральный директор INFORMAT (АО «ФАРМ»), г. Москва:**

«Скрепка Экспо – это исторически сложившийся сильный бренд. Она стала такой известной, потому что много лет подряд собирала огромное количество профессионалов. Для многих это была первая выставка и первый успешный старт. Сотни компаний именно там обрели постоянных и надежных партнеров. Местом встреч для успешного бизнеса Скрепка остается и до сих пор. Теперь крупнейшие компании, объединившись на этой площадке, несомненно, дадут рынку новый импульс и новые возможности для развития».

**Что, на Ваш взгляд, является основным конкурентным преимуществом Скрепки?**

**ВАСИЛИЙ ФАТЕЕВ, генеральный директор INFORMAT (АО «ФАРМ»), г. Москва:**

«Конкурентное преимущество Скрепки понятно всем – это независимость и равноправие участников. Это гарантирует, что при проведении выставки и мероприятий будут учитываться интересы абсолютно всех на рынке. Кроме того, для участников – это возможность шире взглянуть на происходящее в отрасли, услышать разные мнения, определить единые подходы для преодоления общих вызовов».

**Почему экспоненты и посетители должны выбрать именно Скрепку Экспо?**

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Для посетителей – это возможность изучить самый широкий ассортимент на одной площадке и выбрать для себя самое лучшее из того, что представлено на рынке. В 2022 году мы ожидаем побить рекорд по масштабу выставки: более 8000 посетителей и более 200 компаний-экспонентов. В этом нам поможет, в том числе, совместная работа с новыми соучредителями».

**Как на Вашу работу повлияет изменение состава учредителей? Какой была первая реакция рынка на эти события?**

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Мы рады, что бОльшее количество компаний смогут влиять на развитие важного отраслевого мероприятия. Это добавит мероприятию и стабильности, и возможностей для развития и расширения. Полагаю, что первая реакция у большинства – «Скрепка усиливается».

**Изменение состава учредителей уже оформлено документально, или это только предварительные договоренности**?

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Да, оформлено документально. Находится на регистрации в налоговых органах».

**Возможно ли дальнейшее расширение состава учредителей?**

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Да, возможно».

**Часто бывает так, что чем больше мнений, тем сложнее договориться. Не приведет ли увеличение количества учредителей к менее оперативному принятию решений?**

**ВАСИЛИЙ ФАТЕЕВ, генеральный директор INFORMAT (АО «ФАРМ»), г. Москва:**

«Объединившиеся компании входят в топ 20 лидеров рынка, знакомы со всеми нюансами бизнеса и канцелярской индустрии, потому решения принимаются быстро, ведь у нас одни цели, и одни интересы. И потом все средства для оперативных коммуникаций и эффективного взаимодействия сейчас есть».

**Как долго, на Ваш взгляд, может продолжаться ситуация с проведением двух конкурирующих отраслевых выставок? Есть ли в сегодняшней ситуации какие-либо плюсы для всего рынка?**

**АЛЕКСАНДР ДОРОФЕЕВ, генеральный директор завода ОСКОЛПЛАСТ, г. Старый Оскол:**

«Для нас ситуация непростая, но плюсы в этом есть. Исходя из опыта, посетительский поток на Скрепке более широкий. Посетители не ангажированы одной компанией и не ограничены ассортиментом одного поставщика. Я не знаю ни одного случая, когда монополия приносила пользу отрасли. У посетителей должен быть выбор – посетить первое событие года или остальные.

Я, как производитель, традиционно участвовал в выставке Скрепка Экспо и видел искреннюю радость людей, так как Скрепка для многих – это праздник. Удалось сохранить многолетнюю традицию проведения старейшей отраслевой выставки».

**Насколько реально в обозримой перспективе объединение двух конкурирующих выставок? Готовы ли Вы в нынешних условиях на переговоры с организаторами «Российского Канцелярского Форума»?**

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Уверена, что объединение возможно. Считаю, что один из главных критериев объединения – взаимовыгодное партнерство. Важно найти вариант взаимодействия, который бы устроил обе стороны. Но, на мой взгляд, и конкуренция идет на пользу. Хорошо, когда у посетителей есть возможность выбора. Главный вопрос в том, что нужно рынку и, в конечном счете – потребителям. Примеры успешной конкуренции двух больших мероприятий есть и в других отраслях. В конце концов – у нас не соревнование, просто каждый делает свою работу. Стремимся делать ее максимально качественно в интересах посетителей. Мы за сотрудничество, которое помогает участникам рынка, нашим партнерам развиваться и делать свой бизнес эффективнее».

**Одно время «Скрепка Экспо» проходила совместно с IPSA, затем была коллаборация с Kids Russia. Возможно ли в ближайшее время партнерство Скрепки   
с каким-либо другим выставочным проектом из смежных отраслей?**

**АЛЕКСАНДР ДОРОФЕЕВ, генеральный директор завода «ОСКОЛПЛАСТ»,   
г. Старый Оскол:**

«Да, выставка будет развиваться. У нас сильная профессиональная команда, о чём говорит её 18-летний опыт. Кроме того, к нам добавились коллеги – эксперты по разным бизнес-процессам от новых партнеров-учредителей, это будет способствовать дальнейшему росту профессионализма в работе и повышению уровня организации наших мероприятий.

Мы всегда открыты для предложений и коллабораций с разными индустриями, в том числе и со смежными рынками, ведь стратегия win-win - это основной принцип для всех   
партнеров выставки Скрепка Экспо. Преимущества – это экономия средств, охват наибольшего ассортимента в одно время, встреча с наибольшим количеством поставщиков, новые закупщики и экспоненты.

Доверие, взаимоуважение и честность – основа нашей работы. От этого выигрывают все.

Именно поэтому было прервано сотрудничество с Kids Russia. Они нарушили условия партнерского соглашения, отказались выполнять обязательства по договору и оплачивать сумму задолженности перед Скрепкой. Был направлен иск в Арбитражный суд, который Скрепка Экспо выиграла.

Еще раз повторю: мы за честное, доверительное партнерство, которое учитывает интересы каждого партнера».

**Почему для проведения выставки в 2022 году выбрана первая неделя февраля?   
Насколько эти сроки удобны для игроков рынка (как для российских, так и для иностранных компаний)?**

**ВАСИЛИЙ ФАТЕЕВ, генеральный директор INFORMAT (АО «ФАРМ»), г. Москва:**

«Традиционно в феврале профессионалы рынка из разных регионов России и СНГ хотят видеть новинки сезона и определиться с коллекциями, чтобы иметь возможность раньше получить будущие хиты в свой ассортимент. В это время многие уже активно начинают отгрузки сезонного товара. Скрепка стартует 2 февраля, сразу после завершения крупной международной выставки во Франкфурте-на-Майне. Для многих жителей регионов, посещающих Paper World, это удобно, потому что они возвращаются через Москву и одной командировкой захватывают оба значимых события канцелярского рынка».

**АЛЕКСАНДР ШАЛАЙ, директор издательского дома «ПРОФ-ПРЕСС», г. Аксай:**

«Начало февраля – это самые удачные даты для выставки. Многие регионы начинают делать основные заказы именно в феврале. Дальний восток, Восточная Сибирь, некоторые компании из западной Сибири. Как показывает практика, крупные компании, которые выставляются в марте, в феврале традиционно проводили встречи с клиентами для того, чтобы ускорить процесс организации продаж к сезону. Это говорит о том, что все-таки февраль - лучший месяц для выставки».

**ИГОРЬ ЗАЙЦЕВ, директор по продажам АО «ТД ГАММА», г. Москва:**

«В последние годы тренд отгрузки «закладок» сместился на более ранние сроки. Многие региональные оптовые компании начинают его в феврале. Есть, конечно, и те, кто отгружает закладки в январе и даже в декабре, но это скорее исключение. Розничные компании, поставившие для себя цель отстраивать собственный ассортимент от своих коллег в регионах, либо приедут на Скрепку, либо посетят региональные конференции своих поставщиков, начинающиеся, как правило, в последние дни февраля и продолжающиеся весь весенний период. Именно поэтому февраль – оптимальный месяц для отраслевой выставки».

**Планируются ли какие-либо изменения в концепции выставки Скрепка Экспо?   
Чем Скрепка Экспо 2022 удивит экспонентов и посетителей? Какой будет деловая программа выставки Скрепка в 2022 году?**

**АНАСТАСИЯ СОКОЛОВА, директор по маркетингу компании «MERLION», г. Москва:**

«Сейчас мы и оргкомитет работаем над тем, чтобы сделать ее максимально полезной, эффективной и актуальной. Важно отметить, что мы аккумулируем все пожелания участников рынка и, исходя из них, разрабатываем свою стратегию. Следите за новостями».

**Cкрепка Экспо – объединяя лучших!**

Принять участие в масштабном событии 2022 года - **в 29-й Международной мультитематической выставке Скрепка Экспо:**

[**ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ**](https://skrepkaexpo.ru/zayavka-na-uchastie/)

Александр Зубарев, менеджер по работе с клиентами выставки Скрепка Экспо:

[expo@apkor.ru](mailto:expo@apkor.ru)

+7(495) 648-91-38

+7 (926) 216-60-15/ What`s App / Telegram

Следите за анонсами выставки Скрепка Экспо:

[Cайт](http://www.skrepkaexpo.ru)

[Telegram](https://t.me/skrepkaexpo)

[Instagram](https://www.instagram.com/skrepkaexpo/)

[Facebook](https://www.facebook.com/skrepkaexpo)

[YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC6MwfyHvhoFofK6Kxhf1YFw/playlists)