

# «INTERLOGISTIKA — НЕ КОНКУРЕНТ, А АЛЬТЕРНАТИВА»



**НАТАЛЬЯ ШЦЕРБИНИНА,**  
компания MEDIA GLOBE,  
руководитель проекта InterLogistika

**В начале сентября нас ожидает новая выставка по логистической тематике — InterLogistika. В ожидании этого события главный редактор журнала Михаил Васильев поговорил с Натальей Щербининой, руководителем проекта InterLogistika компании MEDIA GLOBE.**

**— Судя по всему, на этот раз выставка состоится. Организационный ход с «прицепом» к выставке COMTRANS себя оправдал. Так почему все же решили делать отдельную выставку, а не тематическую экспозицию или салон в рамках COMTRANS?**

— Исторически логистический раздел присутствовал на выставке COMTRANS, но основная экспозиция все равно посвящалась транспорту. Логистическим темам тесно в рамках одного подраздела — нет возможности показать всю широту решений для логистических компаний.

«Зонтик» COMTRANS сулит и участникам, и посетителям только преференции — у нас разные категории участников, но одна целевая аудитория посетителей. Скажите, какая еще из существующих в России логистических выставок может похвастаться возможностью в первый год привлечь около 20 000 целевых посетителей? К тому же предусмотрена возможность посетить обе выставки по одному бейджу.



Первая международная выставка комплексных решений в транспорте и логистике InterLogistika пройдет с 9 по 12 сентября. В этом году проведение выставки поддержали многие профильные объединения, союзы и государственные ведомства: Министерство транспорта РФ, Комитет по транспорту Государственной Думы Федерального собрания РФ, Союз транспортников России, Российский автотранспортный союз, Ассоциация российских экспедиторов, Гильдия логистических операторов МТПП и другие, в том числе зарубежные ассоциации.

Такая поддержка и сотрудничество имеет для нашего выставочного мероприятия неоценимое значение: это широкая информированность ключевых участников транспортно-логистической отрасли о выставке и событиях в ее рамках, формирование перечня актуальных вопросов для освещения в мероприятиях деловой программы, а также постоянные консультации о тенденциях развития отрасли.

**— Организовывать первую выставку всегда непросто. Какие маркетинговые и технологические ходы вы использовали для привлечения экспонентов и посетителей?**

— Компания MEDIA GLOBE за 14 лет накопила огромный опыт в проведении специализированных выставочных мероприятий. Достаточно напомнить, что наш проект СТТ — крупнейший в мире среди ежегодных выставок строительной техники и оборудования: занимает площадь более 120 000 м<sup>2</sup>, а выставка COMTRANS за 12 лет стала вторым по значимости в мире мероприятием для профессионалов рынка коммерческого транспорта и занимает более 60 000 м<sup>2</sup> выставочной площади.

Первая выставка — это определенные трудности. Компании-участники уже планируют выставляться на какой-то из существующих площадок, но темпы роста и развития логистической отрасли в России однозначно подтверждают: назрела необходимость выставочного проекта, который мог бы объединить весь широкий спектр транспортно-логистических продуктов и услуг. В этом уникальность нашего проекта — возможность продемонстрировать все это на единой выставочной площадке. И, конечно, плюсы соседства с COMTRANS — одна из сильных сторон нашей выставки.

Основываясь на нашем многолетнем профессиональном опыте, мы уверены, что InterLogistika в ближайшие годы станет одним из ведущих мероприятий в транспортно-логистической сфере и по праву займет лидирующее место на рынке профессиональных выставочных мероприятий в России.

**— Рынок логистических выставок в России очень насыщен, а осень — это традиционно пиковый сезон. В течение двух месяцев пройдут также СеМАТ, СТЛ и масса региональных выставок. На первой уже объявлена новая тематическая экспозиция «Интерлогистика». Конкуренции не боитесь?**

— Объявляя проект в начале осени, мы, конечно, учитывали конкурентную среду. Осенние выставки затрагивают тематику нашей выставки лишь частично. Ни один из них не дает такого широкого тематического охвата участников, как InterLogistika. Вообще, правильнее было бы сказать, что InterLogistika — не конкурент, а альтернатива для тех, кто не получает от участия в существующих выставках ощутимого коммерческого эффекта.

Что касается региональных выставок, то Москва продолжает оставаться лидером выставочно-ярмарочной деятельности. По своим масштабам столица уже достигла мирового уровня.

Поэтому вряд ли можно всерьез рассматривать региональные выставки как прямых конкурентов.

Наша основная задача в этом году — показать возможности выставки InterLogistika как эффективного инструмента рекламы и продаж, интересного для профессионалов и специалистов. Тогда мы вправе рассчитывать на расширение российского и иностранного участия.

**— К чему готовиться посетителям? Какие компании и технологии мы увидим? Будут ли компании, которые ранее в выставках не участвовали?**

— Посетителям необходимо готовиться к продуктивной работе во время выставки! Мы постараемся, чтобы с 9 по 12 сентября в первом павильоне МВЦ «Крокус Экспо» были созданы все условия для эффективной работы специалистов транспортно-логистической сферы, поддержания уже существующих партнерских отношений, создания новых деловых связей и эффективной работы поставщиков и потребителей.

Среди участников много и ключевых, известных компаний, таких как Трансконтейнер, RTL Group, КИФАТО, LCM Group, VTG, Panalpina, НОТА-Банк, ВЛ Лоджистик и другие, а также компаний, представляющих малый бизнес, которые еще никогда не принимали участия в выставках.

**— Что интересного участники увидят и услышат в деловой программе?**

— О деловой программе хочется сказать особо. Мы стремимся, чтобы выставочное мероприятие было интересным с точки зрения наполненности его мероприятиями деловой программы, которые бы вызвали несомненный интерес у специалистов своей актуальностью, дали возможность обсудить актуальные вопросы существующего положения, проблемы и возможности их решения и дальнейшего развития. Темы для мероприятий деловой программы диктует сегодняшняя ситуация.

Можно сказать, что в этом году InterLogistika будет выставочной-форумом, поскольку в ее рамках запланировано проведение несколько крупных конференций. Например, в один из дней выставки пройдет Международная конференция «Использование инструментов Всемирной таможенной организации (WCO) в управлении цепями поставок в условиях Таможенного союза», на которой выступят авторитетные мировые и российские специалисты. Запланировано проведение мероприятий, посвященных проблемам управления цепями поставок и транспортным технологиям в современном бизнесе, проблемам транспортно-логистического сервиса, стандартам и сертификации, контейнерным перевозкам и многим другим актуальным темам.

И, конечно же, большинство мероприятий будут доступны для участников, т.е. бесплатны при условии заблаговременной online-регистрации на интернет-сайте выставки.

**— Как вы оцениваете мировой рынок логистической отрасли, как на этом фоне смотрится Россия? Будут ли на InterLogistika иностранные участники?**

— Несомненно, тема логистических выставок очень актуальна во всем мире. Растет объем транспортно-логистических услуг, и, соответственно, развивается сфера интересов компаний этого сегмента рынка. А участие в специализированных выставках — всегда самый действенный инструмент продаж и продвижения.

Повышение конкуренции на рынке международных транспортных услуг требует новых подходов к развитию транспортных отношений, созданию новых технологий, повышению качества предоставляемых услуг. Зарубежные компании понимают, какие выгоды сулит им возможность присутствия на российском рынке, поскольку потенциал и темпы развития этой отрасли в России очень высоки.

Мы активно используем возможность перенять передовой мировой опыт в проведении транспортно-логистических выста-

вок для использования его в российских условиях и активно продвигаем наш проект иностранным участникам. Только в течение этого года мы активно работали с экспонентами и посетителями на крупнейших выставках в Германии.

Интерес со стороны иностранных компаний показал, что на следующий год иностранное участие в выставке InterLogistika будет высоким. В этом году среди участников выставки есть и иностранные компании, и российские представительства крупнейших зарубежных компаний. Однако, для того чтобы иностранные компании принимали активное участие в работе выставки, должно пройти какое-то время; они должны оценить возможности и перспективы, которые предлагает бизнес-площадка выставки InterLogistika.

**— Каковы перспективы развития выставки? Вы уже определились с основными партнерами, спонсорами, информационной поддержкой?**

— В этом году мы заложили основы для дальнейшего развития партнерских связей с ключевыми компаниями и начали строить партнерские отношения со многими профессиональными ассоциациями и объединениями, в том числе зарубежными.



Мы планируем сделать выставочный проект, который не уступает лучшим зарубежным логистическим выставкам с высочайшим уровнем организации мероприятия, уровнем участников и аудитории.

У выставки в этом году уже есть генеральный спонсор — это компания MegaStore. Мы ведем активные переговоры еще с несколькими компаниями, но до начала выставки пока есть время, поэтому не буду раскрывать всех секретов.

Что касается информационной поддержки, в этом году у выставки более 70 информационных партнеров — это и профильные издания, охватывающие целевую аудиторию всех тематических разделов выставки, и специализированные интернет-порталы, которые очень охотно сотрудничают и активно и широко поддерживают наш проект.

Мы ведем активную работу с международными профильными союзами и ассоциациями на перспективу, поэтому развитие проекта в ближайшей годы будет очень эффективным.

Ждем всех участников рынка в Москве с 9 по 12 сентября в МВЦ «Крокус Экспо» на выставке комплексных решений в транспорте и логистике InterLogistika!

**Спасибо, Наталья, за интервью. Редакция журнала желает вам успеха в подготовке и проведения выставки!**

Беседу вел **МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВ**  
Главный редактор журнала