

AIPS — русский сезон в Казахстане



С окончанием Олимпиады для индустрии безопасности в России наступило межсезонье — коммерческий сегмент близок к насыщению, в госсекторе нет определенности. Во что и в каком объеме будут теперь вкладываться бюджеты? Изменения инвестиционного климата поднимают на крыло многие компании. Все больше резидентов РФ устремляются за пределы привычных обжитых рынков на поиски неосвоенных бизнес-территорий с более комфортными условиями для развития.

Это подтвердила и выставка «Охрана, Безопасность, Средства спасения и Противопожарная защита» — AIPS, которая прошла в Казахстанском центре делового сотрудничества «Атакент Экспо». Корреспондент журнала RUBEЖ лично наблюдал за тем, как российские компании расширяют сферу своих интересов в азиатском регионе.

Текст: Дмитрий Воронин

СТАТУС

В официальном открытии AIPS — совместном разрезании красной ленты — приняли участие генеральный директор Группы компаний «Эгида» Виктор Гусев, заместитель начальника департамента по чрезвычайным ситуациям Алматы Ерлан Нурпеисов, командир 1-го батальона полиции Государственного учреждения управления специализированной службы охраны г. Алматы Кайрат Абдуманов, директор выставочной компании «Итеса» Юрий Бородихин, Чрезвычайный и Полномочный посол Республики Корея в Казахстане Пэк Чухён.

Этот состав участников церемонии может рассказать о статусе мероприятия лучше любого пресс-релиза. «Эгида» на протяжении всех четырех лет является генеральным партнером и спонсором AIPS, выставка в Алматы отнесена от официальной столицы — Астаны — территориально и идеологически, она больше ориентирована на коммерческий сектор, отдает государству должное, но видит в нем скорее почетного наблюдателя, чем активного участника бизнес-процессов.

Операционную работу с экспонентами осуществляют совместно компания ITE, ее казахстанский офис «ИТЕСА» (International Trade Exhibitions Central Asia) и МВК «Атакент-Экспо». Наконец, азиатские страны традиционно рассматривают рынок Казахстана как стратегический, и два ключевых претендента на партнерство при этом — Китай и Южная Корея. Состав торжественной делегации открытия AIPS это в очередной раз подтвердил.

СТЕНДЫ

Негласное правило всех выставок — лидер тот, у кого стенд больше. AIPS не стал исключением. Два крупнейших корпоративных клана индустрии безопасности в Казахстане — «Эгида» и Intant — расположились напротив друг друга, по-шекспировски обеспечив себя поддержкой дружественных брендов — каждый своими. Представители компаний EverFocus, Hikvision, «Рубежа», Macroscop наблюдали за происходящим с высоты второго этажа стенда компании Intant. Их оппоненты — «Альтоника», GeoVision и DCS — работали под покровительством стенда «Эгиды». Он хоть и был одноэтажным, но не уступал по высоте конструкции конкурентов. Кроме того, статус генерального партнера обеспечил «Эгиде» и ее партнерам лучшее место — сразу при входе в павильон.

Еще один постоянный участник AIPS — корейский бренд видеонаблюдения Microdigital — традиционно выступил собственным крупным стендом на одном из наиболее престижных мест. Принципиальная позиция руководства этой компании требует поддержания узнаваемости торговой марки на максимальном уровне.

У Panasonic стенд получился не из мелких, однако спросом пользовался мало. Символика прошлого — Олимпиады в Сочи — и отсутствие на стенде первых лиц казахского представительства не производили впечатления на посетителей, да и специалисты компании не проявляли активного интереса к поиску новых контактов.

Любопытно было наблюдать за диспозицией двух знаковых брендов видеонаблюдения — Dahua и Hikvision. OEM-евангелисты российского рынка CCTV, Dahua расположили свой просторный открытый стенд в центре павильона и таким образом недвусмысленно дали понять всему AIPS о своих планах присутствия в Казахстане. Такого не могли сказать о себе представители Hikvision, с улыбками и завистью они внимательно и вежливо следили со стенда компании Intant за активностью, царившей в стане земляков-конкурентов.

НОВЫЕ РУССКИЕ

Нынешний AIPS участники и гости выставки единодушно охарактеризовали как «русский сезон». Очень уж многие компании из России озадачились повышением узнаваемости собственных торговых марок и выступили отдельными стендами, не делясь площадью со своими казахскими дилерами, как это было еще год назад. Bolid, RVi, ТЭКО, «Риэлта», «Сибирский Арсенал» — в ряды «русской экспансии» попал даже шведский Axis, обративший на себя внимание масштабами стенда и представленными на нем решениями.

ЭКСПОЗИЦИЯ

В сегменте видеонаблюдения AIPS стал парадом форматов. От аналоговых решений до IP, от HD SDI до HD CVI — такому богатству предложений могут позавидовать даже московские форумы по безопасности. Секрет такого изобилия прост: установка и монтаж систем видеонаблюдения в Казахстане по-прежнему не требуют лицензирования, возможности открыты для каждого. А сравнительно молодой возраст самого рынка еще не





сформировал устойчивых трендов и предпочтений среди многочисленных желающих начать бизнес в этой сфере.

Охранно-пожарные системы стали вторым тематическим направлением AIPS, к которому было приковано больше всего внимания посетителей. Стратегия здесь выглядела следующим образом: торговые дома демонстрировали недорогие базовые решения, производители же продвигали более современные адресные системы. Расчет коммерсантов прост: да, аналоговые извещатели не приносят значительной прибыли, и пусть. Зато они обязательны к установке на объектах и гарантируют спрос, попутно привлекая покупателей к другим товарным направлениям — кабелю, расходным материалам, видеонаблюдению.

СЕМИНАРЫ

Деловая программа AIPS только со следующего года обретет тематические направления. Пока же докладчики были предоставлены сами себе. И это стало отличным поводом увидеть и сравнить навыки преподнесения себя и презентации компаний потенциальным заказчикам.

RVi уже не первый год использует формат семинара-тренинга, ориентированный на коммерческое партнерство с дилерами и инсталляторами: «зарабатываем вместе». Помимо технических рекомендаций по оборудованию, компания традиционно делилась советами по увеличению прибыли за счет продажи комплексных решений на базе IP-решений этого бренда (IP-видеокамеры, регистраторы, коммутаторы и т. д.).

Презентация Dahua была блестяще оформлена в слайдах Power Point. Эмоциональный маркетинг, гербалайф-слоганы «Я люблю HD CVI» и акцент на инновациях. Однако из-за неидеального русского языка выступление докладчиков смазывалось, чем-то напоминая пресс-конференцию инопланетян накануне мирной колонизации планеты.

Доклад Axis прошел монолитно, будучи построен по отточенной технологии, в которой сразу видно крупную международную корпорацию. Язык цифр, статистика, единые показатели для рынков разных стран — аргументы, проверенные многократно и потому не предполагающие возражений. Да никто из слушателей и не пытался возражать, даже с вопросами осторожничали — настолько всех впечатлили поучительные примеры того, как не надо делать. Тем более что репутация Axis навсегда обеспечена ключевым ноу-хау компании — созданием в 1996 году формата IP-видеонаблюдения.

Пожалуй, более всего расположил к себе слушателей семинар компании «Альтоника». Бессменный фронтмен бренда — директор по маркетингу Владимир Липов — сумел создать атмосферу приключенческого повествования о хитроумных решениях в трудных ситуациях, когда на выручку героям приходит надежная продукция компании, например радиоканальная система охраны Lonta-202 или гениальный в своей простоте «Авиастраж» — периметральная охрана самолета, смонтированная из 15 датчиков «Консерж», закрепленных на двустороннем скотче внутри салона.

ИТОГИ

Главное впечатление от AIPS — выставка очень точно отражает экономическую доктрину Казахстана. К 2050 году страна должна войти в число 30 самых развитых государств. Ради этого Казахстан готов работать с инвесторами на всех рынках, осваивать любые новые направления, которые сулят перспективы экономического роста.

Чтобы россиянам было понятно: стратегия «Казахстан-2050» пропагандируется так же широко, как в России еще совсем недавно — удвоение ВВП или Олимпиада в Сочи. При этом у национального проекта в Казахстане есть все признаки долгосрочного национального проекта, который вовлечет в себя потенциал нескольких поколений. Стратегия напоминает о себе повсюду — например, гигантскими двуязычными цитатами президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева (на русском и казахском) поверх главных административных зданий. Даже в гостиницах пароль к Wi-Fi содержит цифры 2050.

В этом контексте AIPS, без преувеличения, — один из наиболее удачных проектов холдинга ITE. Выставка завоевала статус знакового события на специализированном рынке целого государства, при этом фактически безальтернативного. За несколько лет AIPS эволюционировала до уровня международной деловой площадки с понятными перспективами роста. Горный ландшафт не мешает бизнесу в Казахстане заглядывать далеко вперед. Когда-то, несколько лет назад, организаторы AIPS сделали верный расчет и заранее заняли нужное место. Теперь, судя по возросшему интересу бизнеса к выставке, наступило и нужное время.