**Искусство выставочного дизайна (Материализация замысла)**

В этой статье кратко описаны 5 шагов которые приходится пройти, чтобы получить отличный и удобный выставочный стенд. Надеюсь этот материал поможет разобраться участникам выставок в их выставочном деле...

шаг первый: общее знакомство

шаг второй: анализ и функциональное зонирование экспоместа

шаг третий: разработка концепции и художественно-архитектурного проекта

шаг четвертый: разработка технического проекта

шаг завершающий: изготовление и монтаж стенда

Беседуя с деловыми людьми, порой удивляешься разнобою отношений и подходов к выставкам, их задачам и эффективности. Этому мощному маркетинговому инструменту чаще всего отводят роль профессиональной тусовки, места обретения новых связей с потенциальными партнерами. И только некоторые из бизнесменов понимают: основной результат такой акции - позитивный образ фирмы-участницы, который остается в сознании посетителя после проведения выставки.

Конечно, формируется такой образ множеством факторов и выставочный стенд в их ряду, наверное, не главный. Но первой и последней "нотой" общения на форуме, его внешней средой, все же остается стенд, точность его замысла, профессионализм реализации. Другими словами, его технико-организационные и эстетические параметры.

Точное определение идеи стенда, ее реализация в пространстве выставочного зала - несомненная удача Дизайнера, предпосылка успеха для Участника выставки. Об этапах их творческого взаимодействия рассказывает директор фирмы "Агентство "Коммерческая графика" Александр Мясников.

шаг первый: общее знакомство

Работы по созданию художественно-архитектурного образа участника выставки начинаются с анализа информации об экспоненте. Разработчик стенда должен достаточно полно изучить существующий корпоративный стиль экспонента (фирменный стиль компании, торговые марки, слоганы, рекламные публикации, видеоматериалы, примеры участия на других выставках и т.д.), ознакомиться с традициями и сложившимися приоритетами. Пожелания, условия и требования экспонента необходимо тщательно зафиксировать. В дальнейшем это позволит избежать многих недоразумений.

Отсутствие корпоративного стиля, например, при первом выставочном показе, презентации новой компании, как правило, не оказывает существенного влияния на процесс создания стенда. На практике, в таких случаях дизайнерские предложения ориентируются на будущий (предполагаемый) фирменный стиль. Иногда используются элементы "одноразового" стиля, разрабатываемые специально под выставку.

Необходимо подчеркнуть, что корпоративный стиль - это одна из важных составляющих имиджа эспонента, и поэтому бережное и умелое обращение с ним во многом предопределяет успех или неудачу при разработке концепции и художественно-архитектурного проекта.

шаг второй: анализ и функциональное зонирование экспоместа

В наших условиях экспоместо выбирается Участником без согласования с разработчиком стенда. Этот выбор, в основном, предопределяется выставочным бюджетом. Если разработчик имеет возможность влиять на выбор экспоместа, то это в конечном итоге практически всегда приводит как к экономии финансовых средств, так и к повышенияю качества проводимых работ.

Анализ экспоместа дает возможность разработчику:

сделать привязку на месте, уточнить размеры, тип поверхности, высоту помещения,

получить полное представление о наличии и месте расположения гидро-, электро - и других технических коммуникаций,

скоординировать планируемые технико-организационные мероприятия и соотнести последующие строительные работы применительно к другим имеющимся конструкциям и нефункциональным зонам (например, колоннам, распределительным щитам, люкам), расположенным на площади экспоместа.

Кроме того, этот анализ позволяет классифицировать стенд по его расположению относительно других стендов выставки и определиться с тем, является ли он:

стендом в ряду, открытым лишь со стороны одного прохода;

угловым стендом, т.е. стендом, расположенным в конце ряда стендов и окрытым для обозрения с двух сторон;

головным стендом, расположенным также в конце ряда стендов, но открытым с трех сторон;

блок-стендом или, другими словами, отдельно стоящим стендом, открытым со всех сторон.

Следующей стадией этого этапа реализации проекта является анализ представляемых экспонатов, определение их необходимого и достаточного количества, проведение компоновки экспонатов по группам, задание требований к их демонстрации. Кроме того, на этом этапе определяются необходимые размеры презентационных площадей, мест для переговоров и подсобных помещений.

Очевидно, что размеры презентационных площадей напрямую зависят от количества и величины экспонатов, предполагаемого количества посетителей и стендистов, и их объем задается целями участия в выставке. К презентационным площадям относят все поверхности (не только горизонтальные), которые служат для демонстрации экспонатов или их рекламы, включая информационные табло, мониторы, проекционные экраны и т.п.

Места для переговоров на стенде могут быть представлены отдельными кабинками, уголками для сидения, просторными помещениями-офисами. Кроме того, для общения на стенде могут быть предназначены столики для приема посетителей, барные стойки, места размещения информационых служб - reception, мини-кафе.

Подсобные помещения на стенде - это, прежде всего, кухня, склад, место для рекламных материалов, помещения для персонала, раздевалки и т.д. Количество и характер подсобных помещений могут существенно варьироваться исходя из функций стенда и целей участия в выставке.

Далее, исходя из того, что является главным на выставочном стенде:

ориентация на товар,

ориентация на информацию,

ориентация на консультации и переговоры,

определяется соотношение между презентационной площадью и площадями, отведенными для переговоров и подсобных помещений. Процентное соотношение этих площадей друг к другу позволяет условно классифицировать стенды на:

"имидживые", больше переговоров, чем показ экспонатов,

"торговые", больше экспонатов, чем переговоров,

"смешанные", относительное равновесие между переговорами и показом экспонатов.

Правильная классификация стенда по отношению площадей его функциональных зон, в свою очередь, также существенно влияет на разработку концепции и создание художественно-архитектурного проекта.

Таким образом, именно на этом этапе реализации проекта выполняются работы по разбивке выставочного пространства на функциональные зоны с последующим предполагаемым заполнением этих зон выставочным оборудованием и другими технико-художественными элементами стенда.

шаг третий: разработка концепции и художественно-архитектурного проекта

Решив вопросы функционального зонирования стенда переходят к следующему, пожалуй, самому отвественному и определяющему этапу - разработке концепции и художественно-архитектурному проектированию. Цель этих работ - предложить единое дизайнерское решение стенда и разработать художественно-архитектурный проект, удовлетворяющий экспонента. Разработка концепции и, далее, художественно-архитектурного проекта определяется:

целями участия в выставке,

планируемым результатом,

наличием творческого потенциала у разработчика выставочного стенда,

ассортиментом представляемых товаров и услуг,

предполагаемым количеством обслуживающего персонала и стендистов,

корпоративными стилем и традициями,

существующим имиджем,

технико-организационными требованиями к выставочному стенду, его размерами и типом,

техническими характеристиками и количеством экспонатов,

выставочным бюджетом.

Концепция стенда - это, собственно, художественно-архитектурная идея, замысел дизайнера, предполагаемый образ - все то, что, в конечном итоге, создает единичность и уникальность стенда, его особую эстетику и атмосферу. Это творческий поиск такого дизайнерского решения, которое должно гармонично объединять в себе предполагаемый художественный образ, имидж экспонента, возможности технической реализации проекта и основной минимум элементов оформления. Но, главное, это такое решение, которое выделяет экспонента среди конкурентов и привлекает внимание посетителей выставки именно к его стенду, его товарам и его услугам.

В то же время, художественно-архитектурный проект представляет собой практическую конкретизацию концепции и является главным документом экспозиционного, конструктивного и художественного решения. Его содержание позволяет окончательно определить то, каким образом, при помощи каких художественных средств, в каком виде, размерах, объеме, при помощи каких материалов и конструкций возможно построение выставочного стенда, размещение экспонатов, ведение переговоров и движение посетителей.

Художественно-архитектурный проект включает в себя необходимое количество проекций стенда, эскизы и предполагаемую план-схему архитектурной планировки с использованием стандартного выставочного оборудования или конструкций, которые необходимо дополнительно изготовить.

шаг четвертый: разработка технического проекта

Главное назначение технического проекта - получение полной технической документации для материализации концепции, т.е. создания стенда.

Технический проект включает в себя:

необходимые технические расчеты и рабочие чертежи и документацию для изготовления всех нестандартные конструкций, элементов оформления и крепления,

электрические схемы подключения освещения, оборудования, элементов оформления и экспонатов стенда,

схему установки на стенде акустических систем,

схему мест подачи и слива воды,

сборочные чертежи для стандартного выставочного оборудования.

В наших условиях, большая часть конструктива стенда является стандартной (используется выставочное оборудование типа "Октанорм", "Просистем" и т.п.) и в рамках реализации технического проекта разрабатываются только отдельные технические и художественные элементы дизайна. Поэтому довольно часто суть технического проекта заключается в привязке специально разработанных технических и художественных деталей к используемому выставочному конструктиву. Однако, в отдельных случаях, когда речь идет об специальных стендах многоразового использования, базирующихся на нестандартных конструкциях, значение технического проктирования существенно возрастает.

В настоящее время наблюдается тенденция минимизации использования стандартного выставочного оборудования. Оно применяется для "строительства" подсобных помещений и создания рабочих поверхностей и объемов, которые потом декорируются в соответствии с разработанной концепцией.

В результате, "скрывая" стандартные конструкции и более широко используя технические "ноу-хау" и специальные способы и элементы дизайна (обшивка деревом, применение зеркал, скульптура, инсталяции, подвесные детали и т.д.), можно, при достаточно небольшом выставочном бюджете, реализовать стенд, который по своим характеристикам будет приближаться к стенду из нестандартных конструкций.

Широкий выбор строительных и декоративных материалов и новейшие технологии изготовления элементов дизайна, использование специальной компьютерной техники, режущих и печатающих плоттеров, самоклеящихся пленок, многообразных источников света, легких цветных пластиков и т.д. - все это позволяет реализовать практически любые художественные идеи с высочайшим качеством.

Этап технического проектирования завершается составлением сметы расходов по созданию стенда и последующей коррекцией этой сметы с учетом выставочного бюджета и других факторов как технического, так и творческого характера. Во многих случаях практической реализации уменьшение стоимости стенда достигается за счет правильного и рационального подбора материалов и оборудования, причем это уменьшение никак не отражается на функциональных и художественных характеристиках стенда.

Таким образом, экспонент получает полную художественно-архитектурную и организационно-техническую информацию о своем стенде и можно переходить к той части реализации проекта, которая касается уже собственно построения стенда как такового.

шаг завершающий: изготовление и монтаж стенда

Как уже было отмечено, в большинстве случаев основой конструкции стенда является стандартное сборно-разборное (модульное) выставочное оборудование. Это оборудование можно разделить на каркасное и бескаркасное. Каркасные системы представляет собой конструктивное соединение вертикальных (стоек) и горизонтальных (ригелей) элементов с использованием различных конструктивных систем соединений ("шар-труба", соединение по типу строительных лесов и другие). К бескаркасному оборудованию можно отнести стенды-ширмы, вантовые подвесные конструкции и ряд других конструктивов.

Важно отметить, что все элементы конструкций и дизайна, из которых монтируется стенд, должны быть изготовлены таким образом, чтобы сам процесс монтажа стенда не занимал много времени и не требовал привлечения большого количества специальной техники и монтажников. Обычно, время, которое отводится организаторами выставки на монтаж, колеблется от нескольких часов до нескольких суток.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что во многом вышеизложенное - обобщение того практического опыта, который автор получил в течение последних лет, профессионально занимаясь вопросами выставочного дизайна. Обозначены только основные подходы к созданию выставочного стенда, показана структура этого процесса и отмечены определяющие факторы. Вне рамок изложения осталось достаточно много специальных вопросов, требующих отдельного освещения.

По мнению автора, именно вышеизложенная методика разработки и построения выставочного стенда, основой которой является создание единой художественно-архитектурной концепции, позволяет в большинстве случаев найти уникальное и неповторимое решение для всех типов стендов, удовлетворить различные вкусы и создать ту атмосферу праздника, которая должна сопутствовать каждой выставке