



КОМПЕТЕНЦИЯ ПИТАЕТ ОПТИМИЗМ

Интервью с президентом выставочной компании
«Асти Групп»
Наринэ Багманян

— Первая выставка «Мясная промышленность. Куриный Король» прошла в 2002 году. Затем в 2004 году появилась VIV Russia. Эта выставка была своего рода «открытием Европы» для наших аграриев, количество иностранных экспонентов превысило 60%. Тогда наш журнал «Ценовик» назвал ее «самой международной отечественной выставкой». Напомните, пожалуйста, как сложился Ваш альянс с VNU Exhibition Group?

— Да, Вы правильно говорите, именно в 2004 году у нас состоялся альянс с VNU Exhibition Group. До этого наша выставка проходила под брендами, которые до сих пор сохранились в российской транскрипции «Мясная промышленность & Куриный Король». Мы ее проводили на ВВЦ в 57 павильоне три года — в 2000, 2002 году и в 2003-м.

Компания VNU Exhibition в то время стремилась выйти на российский рынок, который переживал период активного роста. Формат работы, предложенный голландскими организаторами, был мне понятен, так как я начинала свою трудовую деятельность в западной выставочной компании. Мы подписали договор быстро, можно сказать, в течение недели, и начали работать. Наша первая совместная VIV Russia состоялась в 2004 году в только что открывшемся выставочном центре «Крокус». Еще при подписании договора я пообещала голландским коллегам, что «Крокус» будет построен к началу нашего форума. Так и случилось: выставочный центр был построен и наш совместный дебют прошел в новых стенах. Они убедились, что со мной можно работать. Первый год сотрудничества с VNU Exhibition был годом мониторинга. Результатом они остались довольны. Теперь уровень их доверия настолько высок, что можно

назвать его стопроцентным. Со временем они поняли, что команда «Асти Групп» вместе с партнерами работает на результат, будь это Россия, Европа или Африка. Уже прошло 14 лет, мы не просто делаем совместную выставку, но мы еще много помогаем друг другу. «Асти Групп» стала для VNU Exhibition надежной платформой для продвижения в России. И наоборот, голландские коллеги поддерживают мою команду в ее развитии и оказывают помощь в продвижении российских компаний на зарубежные рынки.

— Следующие 16 лет пронеслись в стремительном темпе, за это время несколько раз резко поменялись условия развития аграрной отрасли. Не изменился ли интерес иностранных компаний к нашему рынку?

— Кризис в экономике, конечно, присутствует, однако аграрную отрасль он не сильно задел. Для иностранных компаний, как я думаю, важно то, что в сельском хозяйстве, в производстве оборудования есть очень большие пробелы, не хватает технологий для самостоятельного функционирования отрасли. Поэтому у зарубежных фирм, которые уже обосновались на российском рынке, дела идут, в принципе, неплохо.

Если взять как пример отрасль птицеводства, у нас в стране достаточно компетентных директоров. В этих хозяйствах строят и развивают бизнес, но есть то, что у нас в стране пока купить нельзя. Нет племенного поголовья, инкубационных яиц, нет некоторых ингредиентов для комбикормов. Есть проблемы с самообеспечением ветеринарными препаратами. Так что наш рынок нуждается и в товарах, и в современных технологиях. Некоторые зарубежные компании не только заинтересованы в продажах, но и строят производства в РФ.

— Как поменялся спектр иностранных участников на VIV Russia?

— На нашей выставке, в принципе, сильных изменений нет. Я объясню почему. Потому, что большая часть новых компаний, которые приезжали на российский рынок, открыли здесь свои представительства и держатся на рынке.

— И еще немного про VIV. Чем она отличается от других аграрных выставок?

— У каждой выставки есть направление. Мы в 2002–2005 годах выбрали птицеводство как свою нишу. В эти годы отрасль переживала взрывной рост не только в России, это был мировой тренд, так что мы попали в мейнстрим. Думаю, наша основная «фишка» в том, что на других выставках так глобально птицеводство не представлено.

Я отношусь к тем руководителям, которые постоянно обновляют проект. Мы уже 14 лет делаем VIV Russia, и в каждом выпуске есть своя новация. Каждый год люди ожидают от нас чего-то экстравагантного, в каком-то роде небольшого чуда, продвижения вперед. Эти изменения всегда совпадают с трендом развития отрасли.

Другая наша особенность — это ориентированность на клиента. «Асти Групп» рассматривает любого клиента как абсолютно равного партнера, и мы стремимся действовать в его интересах и делать даже больше того, что от нас ожидают. Так, последние полтора–два года мы видим активное желание отечественных компаний выезжать за границу. Несмотря на то что это не наш профиль, мы организуем подобные поездки. Если у компании есть желание участвовать в зарубежных выставках, даже не нашего портфеля, мы все равно оказываем поддержку. С нашей помощью фирме проще понять, куда

она едет, что может получить в итоге. Результативность от такого визита гораздо выше, чем от самоорганизованного. Ну и, конечно, «Асти Групп» расширяет список возможностей для выезда с большими российскими стендами на выставки VIV по всему миру. Сейчас для бизнеса наиболее интересны Арабские Эмираты, которые являются неким «хабом» между Востоком и Западом. Другое направление, которым интересуется бизнес, — это китайский рынок, хотя на него очень сложно заходить и работать.

— Несмотря на большой интерес к зарубежному опыту и технологиям в России, многие придерживаются постулата поэта, что «Россию нельзя мерить общим аршином». Как Вы думаете, нужны ли особые подходы для организации выставок у нас в стране?

— Обязательно. Я всегда говорю своим потенциальным партнерам, что готова подписать франшизу на любой проект, который приходит на российский рынок с иностранным участием или иностранным брендингом, при условии возможности его трансформирования к нашим реалиям. Потому что Россия — особенная страна и матрица иностранного проекта, которая работает за рубежом, у нас может не прижиться. Мне доверяют и со временем убеждаются, что я четко понимаю реалии и могу адаптировать идеи.

— Начиная с 2015 года Вы запустили новый проект — Саммит, который позиционировали как диалог бизнеса и власти. Какие деловые вопросы, по Вашему мнению, привлекли особое внимание руководителей АПК?

— Я вам честно признаюсь: когда мы начинали этот проект, то ждали много и понимали актуальность и важность таких форматов встреч бизнеса и власти. Но реальность нас удивила. Например, в этом году на Саммит, который уже проходил в рамках выставки, нам большого труда стоило собрать лучших экспертов, сделать актуальную программу, организовать форум в большом зале, соответствующем числу поданных заявок. Однако мы столкнулись с тем, что на Саммит приехала всего треть из зарегистрированных слушателей. Люди элементарно поленились или им это показалось не интересным? Может, это и немного тривиально, я всегда ссылаюсь на призыв Ленина «учиться, учиться и еще раз учиться». Человек, который не хочет развиваться, в жизни мало чего добьется. Каждый руководитель должен

обучать свои кадры, и это приоритет любого бизнеса. В нашей аграрной отрасли есть максимум 2–3 площадки, на которые надо обязательно отправлять своих специалистов! И одна из них наша. Саммит дает возможность бизнесу, не выезжая из страны, получить такую информацию, которую можно раздобыть, разве что объехав 10–15 городов и стран.

— На выставке «Золотая осень 2017» неожиданно для всех «Асти Групп» во главе с Наринэ Багманян выступила в роли соорганизатора фестиваля российской гастрономии и отечественных региональных продуктов DISCOVER RUSSIAN CUISINE. Расскажите немного об этом проекте.

— Мы не новички в проведении проектов в таком формате, и, возможно, поэтому именно к нам обратились за организацией этого фестиваля. Я считаю правильным, что на центральной аграрной выставке появился гастрономический фестиваль со своей концепцией: блюда должны быть приготовлены из региональных российских продуктов. Перед каждым шефом стояла задача создать блюда высокой гастрономии, но с акцентом на современную российскую кухню.

За короткий срок нам удалось собрать команду из 32 звезд мировой и отечественной гастрономии. С удовольствием назову имена этих профессионалов: заслуженный деятель французского кулинарного искусства шеф-повар ресторана Cristal Room Вассарат Мишель Ленц; обладатель звезды Michelin, победитель в номинации «Шеф-повар ресторана года» премии CRAFT GUILD OF CHEFS AWARD и фестиваля Taste of London шеф-повар ресторана Club Gascon Паскаль Осиньяк; почетный член академии Bocuse d'Or Winners Роланд Дебюи; президент Bocuse d'Or Turkey, шеф-повар ресторана Rudolf Рудольф ван Нунен; шеф-повар отмеченного гидом Michelin ресторана Les Mas des Herbes Blanches Ксавьер Бюрелль; победитель национального отборочного тура международного конкурса высокой кухни Bocuse d'Or 2017, владелец и шеф-повар ресторанов «The Печь» и «Угли-Угли» Андрей Матюха; шеф-повар и владелец

ресторана «Честная кухня» Сергей Ерошенко; шеф-повар и владелец ресторанов «Панаехали» и Gayane's Гаяне Бреюва и многие другие.

Мы провели 18 мастер-классов и 6 закрытых гастрономических сетов, приготовили 55 блюд из российских региональных продуктов, представленных на гастромаркете.

На нашем фестивале побывали более 2000 человек. Безложной скромности скажу, что даже министр вернулся еще раз на эту площадку после того, как провел премьер-министра Д.А. Медведева, чтобы еще раз без спешки пройтись по всем зонам и поговорить с участниками.

— И последний вопрос. Известно, что некоторые называют Вас «батарежкой энерджайзер», и от Вас можно заряжаться оптимизмом и энергией. Скажите, откуда вы черпаете этот позитив и бодрость духа?

— Я действительно оптимист. Знаете, я уехала из Армении, когда мне было 16 лет, и уже много лет живу в Москве, что намного больше, чем я прожила в Армении. Я россиянка, родила россиян для этой страны, считаю ее своей Родиной, стараюсь делать что-то полезное для России. И вся моя деятельность направлена на развитие и созидание. Все, что я делаю, я делаю от души, с полной самоотдачей и любовью. Я постоянно развиваюсь сама и инвестирую в свою команду не только деньги, но силы и эмоции! Своим многолетним трудом я заработала деловую репутацию и обрела компетентность. И все это вместе и есть мой источник оптимизма.

— Спасибо за беседу.

Беседовали В. Дубинская
и Ю. Шешенина





COMPETENCE FEEDS OPTIMISM

Interview with Narine Bagmanyan, the president of the exhibition company Asti Group

— The first exhibition «Meat industry. Chicken King» was held in 2002. Later on in 2004 VIV Russia emerged. That exhibition was sort of a revelation of Europe for our agrarians, because the number of foreign exponents exceeded 60%. Our issue «Tzenovik» named it «the most foreign domestic exhibition». Could you please remind us when and how did your alliance with the VNU Exhibition Group begin?

— Yes, you are right. Our alliance with the VNU Exhibition Group began in 2004. Previously our exhibition wore brands that still exist in Russian transcription as «Meat industry. Chicken King». We held it in All-Russian Exhibition Center in showroom 57 for three times: in 2000, 2002 and 2003.

At that time, the Russian market experienced active growth and VNU Exhibition company put a lot of efforts to enter the Russian market. As far as I started my carrier in Western Exhibition Company, the operation mode that Dutch colleagues suggested to us was quite clear for me. We signed the papers very quickly, almost within a week, and started working together.

Our first collaborative VIV Russia took place in 2004 in the newly opened Crocus Expo. When the papers of the alliance were in the process of signature, I promised our Dutch colleagues that Crocus Expo would be opened by the beginning of our forum. And everything turned out to be the way I said: Expo center was ready exactly in-time to provide our collaborative debut with its new spaces. That fact made them sure that I am a reliable partner. The first collaboration year with VNU Exhibition was a year of monitoring. Our colleagues were satisfied with its results. The level of their confidence is so high now that it could be called 100% trust. Our time together made them see

that «Asti Group» team and its partners aim at the result regardless of the site: should it be Russia, Europe or Africa. 14 years passed and now we do not only make collaborative exhibitions, but also help each other a lot. Now «Asti Group» is a reliable platform for VNU Exhibition promotion in Russia. And vice versa Dutch colleagues support my team in its development and help to promote Russian companies into foreign markets.

— The speed of the following 16 years was high, the situation in the Russian agriculture changed drastically several times. What did happen to the interest of foreign companies towards the Russian market?

— There is of course a certain economic decline, however it did not affect agricultural sector seriously. I think, the important thing for the foreign companies is that our agriculture has enormous gaps in production of equipment, that there are no technologies that would allow this sector to function independently. Given this I can assume that those foreign companies that have already settled here are doing quite well.

Should we take as an example the poultry sector, we will see that our country has enough competent directors. The farms build and develop their businesses, however there are certain products that you just can't buy in Russia. We have no breeding stocks, hatching eggs, certain ingredients for formula feeds. There are problems in self provision with veterinary drugs. All that means that our market is in need of both goods and up-to-date technologies. Some foreign companies are interested not only in sales, but also in construction of production sites in Russia.

— How did spectrum of foreign participants of VIV Russia change?

— There are no drastic changes within our exhibition. And I can explain why. The large part of the new companies that visited our market, opened their representative offices here and stay in the market.

— Could you please tell a bit more about VIV. What is the difference between VIV and other agricultural exhibitions?

— Each exhibition has its own core direction. Our niche for 2002-2005 was poultry. It was the time of poultry's sector explosive growth not only in Russia, but also worldwide, thanks to that fact we hit the mainstream. I believe that our «feature» is that no other exhibition disposes poultry sector with such a global approach.

I am one of those leaders that tend to constant reinvention of the project. We are holding VIV Russia for 14 years already, and each issue has its own novelty. Each year the public awaits to see something extravagant, sort of a small miracle, breakthrough forward. These changes are always congruent with the trend of industry's development.

Our another peculiarity is that we are a client-oriented company. «Asti Group» regards each client as an absolutely equal partner, and we tend to act in client's interests and to do more than expected. For example, the trend of the previous 1,5–2 years is a strong will of domestic companies to get abroad. Although it is not our profile, we provide them with such trips. Should a company desire to participate in foreign exhibitions, even if it does not belong to our profile, we still provide it with all possible support. And it gets easier to understand where the company goes and what it can acquire in the end. Effectiveness of such visits is certainly higher in comparison to the visits that the companies organize

by themselves. And of course «Asti Group» enlarges its list of opportunities to provide presence of large Russian stands in VIV exhibitions worldwide. Currently the most interesting place for the businesses are Arab Emirates. They are sort of a hub between the East and the West. Another direction of acute interest is Chinese market, but it is very challenging to enter and work in.

— Despite the great Russian interest towards foreign experience and technologies, many people still believe that Russia needs its own individual approach. Do we need such approaches to organization of exhibitions in Russia?

— We certainly do. I always tell my potential partners: I am ready to sign franchise to any project that is going to enter Russian market with foreign partnership or branding. But at the condition that it could be adapted to our realities. Russia is a very peculiar country and foreign project's matrix, that proved to be successful abroad, could fail here. However people trust me and time shows that I do understand the realities and can adapt their ideas.

— Your new project Summit was launched in 2015. It was positioned as a dialogue between the business and the government. What do you think, what were the most acute business questions for heads of the agricultural industry?

— Honestly speaking, having launched this project we had great expectations and understanding that such meetings, between business and government representatives, are of high importance and actuality. However we were surprised by the facts. For example, the Summit of this year was already hold as an exhibition, and it was quite a challenge for us to gather the best experts, make actual program, organize forum in a big room, that could correspond with the amount of applications. And after all only one third of the applicants did come to the Forum. I wonder if others just got lazy or uninterested? It might sound a bit trivial, but I always quote Lenin's appeal «study, study and study once again!» A person who does not want to develop, will hardly achieve anything. Each leader should educate one's stuff, it's a priority of any business. Our agricultural industry has 2-3 sites, where experts should be sent to as a must! And one of the sites is ours. Our Summit provides business with the unique opportunity: one can stay in the country and at the same time get

such an information that could be only obtained within trips to 10-15 cities and countries.

— It was a surprise for everybody that within «Golden autumn 2017» «Asti Group» headed by Narine Bagmanyan was a co-organizer of Russian Gastronomy and domestic regional products' Festival – DISCOVER RUSSIAN CUISINE. Please, tell us a bit more about this project.

— It is not new for us to manage project of such a format. Probably that's why we were asked to held it. I believe it's quite coherent that the central agro industrial exhibition hosts gastronomic festival with its own concept: meals should be made of regional Russian products. Each MasterChef had a challenge – to cook high cuisine dish with the accent of the modern Russia cuisine.

In very short terms we managed to gather a team of 32 stars of the world and Russian gastronomy. I am pleased to list the names of these professionals: Merited Master of French Cuisine, Chef of «Cristal Room Baccarat» Michel Lentz; Michelin's star owner, winner in nomination «Restaurant's of the year Chef» by CRAFT GUILD OF CHEFS AWARD and by Taste of London, Chef of «Club Gascon» Pascal Aassignac; merited member of the Academy Bocuse d'Or Winners Roland Debuyst; president of Bocuse d'Or Turkey, Chef of «Rudolf» restaurant, Rudolf van Nunen; Chef of the restaurant mentioned by the Michelin restaurant «Les Mas des Herbes Blanches» Xavier Burelle; the winner of the national try-out of international high cuisine competition by Bocuse d'or 2017, owner of Chef of the restaurants «The Pech» («The Печь») and «Ugli-Ugli» («Угли-Угли») Andrei Matuha; Chef and owner of the restaurant «Chestnaya kuhnya» («Честная кухня») Sergey Eroshenko; Chef and owner of the restaurants «Panaehali» («Панаехали») and «Gayane's» Gayane Breiova and many others.

We hold 18 master-classes and 6 closed gastronomic sets, we cooked 55 dishes of Russian regional products that were presented at the gastro-market.

Our festival was visited by more than 2000 people. Not in a shy way I can say that the Minister after he had visited our site with the Prime-minister D.A. Medvedev returned to the site in order to walk all zones once again without

haste and to talk to participants.

— And the last question. We know that people call you «Energizer» and that you can really energize others with optimism and energy. What is your source of such a zest for life and courage?

— It is true, I am an optimist. You know, I left Armenia at sixteen, and I live in Moscow for many years, much more than I spent in Armenia. I am Russian, I gave birth to Russian children for this country, I believe Russia is my Motherland and I do my best to do something useful for it. All my activities are aimed at development and creation. Everything I do, I do wholeheartedly, with love and devotion. I opt for constant development and invest my team not only with money, but also with strength and emotions! I earned business reputation and competence through the years of work. Put it all together and you will get my source of optimism.

— Thank you for the interview.

The interviewers: V. Dubinskaya and J. Sheshenina

