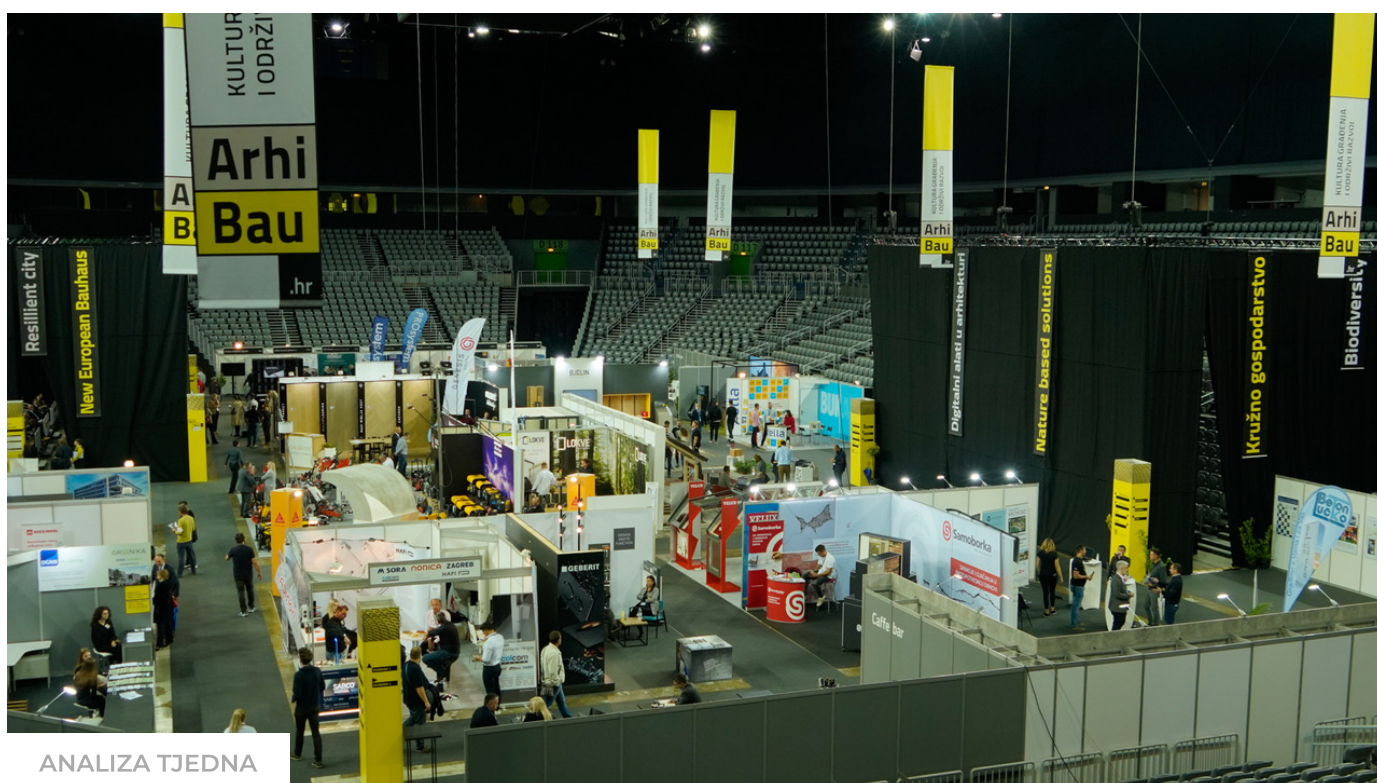


# Organizacija raznih sajмова donosi većinom dobit

Pretraži ...



ANALIZA TJEDNA

Koliko je sajamska industrija važan čimbenik svjetske ekonomije zorno pokazuju sljedeći podaci. Naime, tržišna vrijednost globalne sajamske industrije procijenjena je na otprilike 14 milijardi američkih dolara u 2021. godini, što je povećanje od preko 30 posto u odnosu na prethodnu pandemijsku godinu. Do 2026. godine očekuje se da će ova poslovna industrija premašiti vrijednosti prije pandemije, podaci su to, [statista.com](https://www.statista.com). Također, podaci pokazuju da je 72% veća vjerojatnost da će posjetitelji sajamskih izložbi kupiti proizvod ili uslugu od izlagača koje su upoznali na sajmu, nego od konkurenata koje nisu upoznali.

Sajamske izložbe pomažu tvrtkama generirati prosječno 33% novog poslovanja svake godine. Dakle, mogli bi reći da su sajmovi svojevrsna odskočna daska za inovativne kompanije. Pogledajmo još neke brojke, npr. iz Njemačke koju volimo uzimati za primjer. Svake se godine u Njemačkoj održava 160 do 180 međunarodnih i nacionalnih sajmovi, oko 180.000 izlagača i 10 milijuna posjetitelja. Njemački organizatori sajмова imaju g

promet od preko 3 milijarde eura. Također, pet od deset sajamskih tvrtki s najvećim prometom u svijetu ima sjedište u Njemačkoj, navodi statista.com.

Što se, pak, tiče Hrvatske svake se godine održava 35 velikih i većih sajмова, kao i velik broj lokalnih i malih sajмова, a čiji broj varira iz godine u godinu. Podaci Hrvatske gospodarske komore pokazuju da je u 2022. godini broj tvrtki koje su se bavile Organizacijom sastanaka i poslovnih sajмова iznosio 295. Te su tvrtke ostvarile ukupne prihode u vrijednosti od 48,5 milijuna eura. Također, su ostvarile dobit od ne odveć impresivnih 3,8 milijuna eura. Podsjetimo se samo da je posljednji Jesenski međunarodni zagrebački velesajam, do ne tako davno centralni gospodarski događaj u Hrvata, kako su mu tepali, okupio 1.294 izlagača iz Hrvatske i inozemstva, od čega 494 inozemnih iz 33 zemalja svijeta na izložbenom prostoru od 70 tisuća četvornih metara.

### **Ključan izazov: modernizacija infrastrukture**

Sajamska industrija u Hrvatskoj svakako ima potencijala, no puno je izazova otkriva nam Snježana Turalija, izvršna direktorica sajma ArhiBau.hr, jednim od najvećih sajмова arhitekture i graditeljstva u regiji, u organizaciji Društva arhitekata Zagreba.

– Najveći izazovi s kojima se danas suočava industrija sajamskih izložbi u Hrvatskoj proizlaze iz mnogobrojnih promjena na tržištu. Te promjene zahvaćaju ne samo druge industrije, već imaju i dubok utjecaj na industriju sajamskih izložbi. Svakako, jedan od ključnih izazova leži u potrebi za modernizacijom infrastrukture za sajmove kako bi se postigla razina usklađenosti s ostalim zemljama članicama Europske unije. No, postizanje te usklađenosti zahtijeva također i veću potražnju za sajamskim nastupima. Ova potražnja će se zasigurno povećati kada poslovni svijet u Hrvatskoj konačno shvati da su najbolji poslovni odnosi oni koji se ostvaruju licem u lice, putem direktnog kontakta i tradicionalnog “stiska ruke”. Iako su virtualizacija i digitalizacija sveprisutni, oduvijek je najuspješnija komunikacija za poslovne ugovore ostvarena upravo na ovaj način što zorno pokazuje svjetska praksa.

– Iako virtualizacija događanja može pružiti prednosti, istovremeno predstavlja i izazove za svaku industriju. Ovdje ključno pitanje leži u prilagodbi poslovanja virtualnom okruženju i istovremenoj promociji “face-to-face” sajмова kao ključnog aspekta. Najvažnija uloga ove industrije je istaknuti prednosti događanja uživo, temeljene na iskustvima pet osjetila. Dok se ostale virtualne opcije fokusiraju na jedno do tri osjetila, klasični sajmovi integriraju svih pet. No, na sreću svih aktivnih pojedinca i organizacija u sajamskoj industriji možemo potvrditi da virtualni sajmovi neće zamijeniti klasične. Istina je da živimo u dobu velike konzumacije sadržaja najčešće putem digitalnih platformi no, kao što smo već spomenuli, socijalizaciju nije moguće prekinuti. Stoga, „tradicionalni“ sajmovi neće nestati – moguća je pojava manjeg broja posjetitelja no svi aktivni u toj industriji nastoje da do toga ne dođe.

Socijalizacija, fizički kontakt i komunikacija ostaju neizbrisive ljudske potrebe koje se ne mogu zamijeniti čak ni najnaprednijim inovacijama, nastavlja izvršna direktorica sajma Arhibau.hr **Snježana Turalija**.

### **Osjetilno iskustvo nezamjenjivo**

– Na pitanje koliko se organizatori sajмова u Hrvatskoj prilagođavaju promjenama na tržištu i uvode inovativne tehnologije može se reći da su prilagodbe vrlo skromne i ograničene,

posebno zbog nedostatka podrške centralnih organizacija. Iako organizatori imaju želju i inovativne ideje, često su ograničeni financijskim sredstvima koja su neophodna za prilagodbu tržišnim promjenama i uvođenje naprednih tehnologija. Ovaj nedostatak je očit i zahtijeva značajan trud i financijska ulaganja kako bi se aktualni sajamski kapaciteti prilagodili suvremenim načinima prezentacije proizvoda i usluga. Svaki veći grad u Hrvatskoj žudi za unaprjeđenjem sajamske infrastrukture bez obzira o kojoj se gospodarskoj grani (spremnoj na sajamske priredbe) radi. Osim što sajamski prostori moraju biti oku ugodni, moraju imati i dostupnu digitalnu infrastrukturu, prateće sadržaje zabavnog i ugostiteljskog karaktera, osiguran smještajni kapacitet u blizini sajamskog prostora, odličnu prometnu infrastrukturu, kao i dobar pozadinski PR.

– Nove tehnologije će i dalje imati dubok utjecaj na sajmove. Konverzijski alati, primjerice, predstavljaju glavne disruptore u industriji sajamskih izložbi, što je proces koji je tek u svojim počecima. Ovi alati mijenjaju očekivanja i navike sudionika, zahtijevajući prilagodbu kako bi se postigla uspješna transformacija. U okviru novih tehnologija, ključno je usmjeriti fokus industrije na digitalni oporavak, usvajanje sigurnih i beskontaktnih usluga, te predviđanje budućih potreba kupaca. Dok nove tehnologije pružaju bržu i učinkovitiju promociju sajamskih događanja, istovremeno postoji i rizik od sveprisutnog online oglašavanja i društvenih mreža, što može rezultirati smanjenom potražnjom za klasičnim sajamskim nastupima. Ključna je ravnoteža između modernizacije i tradicionalnih metoda promocije, smatra Turalija.

– Neki od najinovativnijih i najuspješnijih koncepata sajamskih izlaganja posljednjih godina kombiniraju različite oblike oglašavanja i pristupe ciljanju krajnjih korisnika. Privlačenje posjetitelja zahtijeva jednostavne, ali atraktivne metode – ljudi se danas okupljaju tamo gdje mogu doživjeti nešto što nije dostupno online, gdje mogu upoznati osobe koje ih intrigiraju, što se ne može ostvariti osim na sajmovima. Tu se također ističu sajamski popusti koji mogu privući dodatnu publiku. Efikasna vizualna i audio rješenja također igraju značajnu ulogu u privlačenju potencijalnih posjetitelja i budućih kupaca.

## **Nedostatak stručnjaka**

– Jedan od ključnih aspekata u razvoju sajamske industrije u Hrvatskoj je prisutnost dovoljnog broja stručnjaka koji razumiju njezine dinamike i specifičnosti. Nažalost, trenutno nemamo dovoljan broj takvih stručnjaka, što, kao što svi znamo, nije problem samo sajamske industrije. Edukacija i specijalizacija u području efekata sajamskih priredbi su ključne kako bismo se približili razini zemalja kao što su Italija, Njemačka i Francuska, gdje sajmovi i dalje imaju značajan globalni utjecaj i uspjeh.

– Prema Međunarodnoj uniji sajmova (UFI), Hrvatska zauzima skromno 48. mjesto u svijetu po broju sajmova, što je znatno manje u usporedbi s drugim europskim zemljama poput Njemačke, Italije, Francuske i Španjolske. Za promjenu ovakvog stanja potrebno je osvježiti koncept sajamske industrije novim sadržajima, uključujući razna događanja i kongrese, te koristiti povratne informacije izlagača i posjetitelja kao smjernicu. Integracija različitih medija, ulaganje u marketing i širenje informacija digitalnim kanalima ključni su koraci prema boljoj poziciji. Razvoj organizacija koje se bave sajamskim priredbama i investicije u infrastrukturu također su neophodni za napredak.

## Svjetska udruga za sajamsku industriju UFI: negativan utjecaj pandemije na branšu

– Ne zaboravimo da je i nedavna pandemija imala značajan negativan utjecaj na sajamsku industriju u Hrvatskoj. Prekid sajamskih događanja i poslovnih susreta tijekom lockdowna dodatno je istaknuo važnost sajamske industrije. Iako su izazovi bili ozbiljni, rezultirali su i pozitivnim promjenama te povećanoj svijesti o ključnoj ulozi sajмова. Međutim, povratak publike na sajmove zahtijeva daljnje napore svih nas koji smo u sajamskoj industriji.

– U smislu doprinosa UFI-a – Svjetske udruge za sajamsku industriju, ona igra značajnu ulogu u promicanju znanja o najnovijim trendovima i tehnologijama u industriji. Kroz interakciju s brendom sajamske industrije, UFI pomaže stvaranju veze između publike i događanja, pri čemu se naglasak stavlja na kontinuiranu prilagodbu digitalnom okruženju i kreiranje uspješnog “customer journey” iskustva.

– Uglavnom, industrija sajamskih izložbi u Hrvatskoj suočava se s mnogim izazovima, ali i pruža prilike za inovacije i napredak. Važno je kontinuirano usklađivati se s promjenama na tržištu, ulagati u infrastrukturu, poticati prilagodbe i prihvaćanje novih tehnologija, te povećati svijest o vrijednosti “face-to-face” komunikacije, što svakako nije laka zadaća, zaključila je izvršna direktorica sajma Arhibau.hr Snježana Turalija.

Autor: Boris Živković

*Projekt izrade i objavljivanja serijala tekstova pod naslovom **Sajamska industrija – gdje je novi početak?**, autora Borisa Živkovića, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije, kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2023. godinu.*

Objavljeno 14. rujna 2023. Sva prava pridržana PoslovniFM

AEM   analiza tjedna   ArhiBau   sjamovi   Snježana Turalija



## VIŠE S WEBA



**Ovo zauvijek uklanja mikožu stopala. Nanesite prije spavanja kada...**

Oglas



**Premينو don Stipe Ljubas**



**Skinite 7 kilograma u 7 dana. Prihvatite izazov >>>**

Oglas