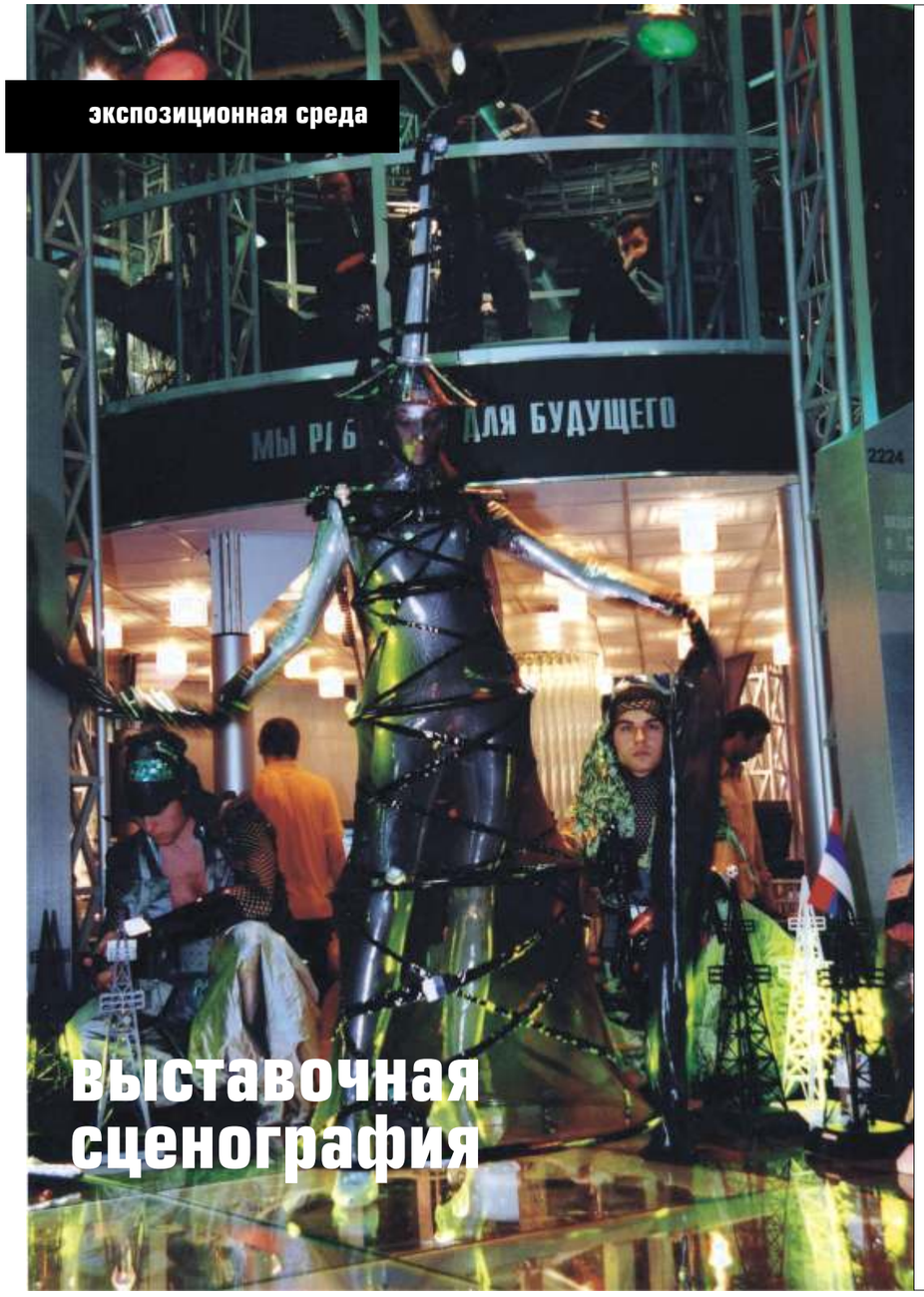

выставочная сценография

Любая выставка - это масса затраченных сил, времени и средств, и вполне обоснованно ждать отдачу от этого события. Крупные специализированные выставки проходят один-два раза в год. Именно поэтому важно использовать эти несколько дней максимально эффективно и предусмотреть все детали. Выставочный стенд - это не только архитектура и дизайн, соответствующие имиджу, но и действие, "реалити-шоу" в течение всей выставочной кампании. Поэтому функционирование, обслуживание и визуальная организация работы персонала стенда - очень серьезный компонент экспозиции.

ВЫСТАВОЧНАЯ СЦЕНОГРАФИЯ, или "перфоманс", довольно редко прибегает к проведению полноформатных театрализованных зрелищ, но если таковая задача изначально предусмотрена, то решается она по всем правилам профессиональной режиссуры. В этом случае автор экспозиции адаптирует образы выставочного спектакля к концепции корпоративного стенда.

выставочная сценография

Декорации, костюмы, сценарий не должны вызывать у зрителя ни малейшего подозрения в неуместности зрелища.

Значительно чаще сценографические приемы применяют для визуального увеличения "объема присутствия" экспонента в пространстве выставки. Промоутеры стенда в костюмах, визуально перекликающихся с самим стендом, перемещаются по территории всей выставки и таким образом оповещают посетителей.

Как правило, эту работу выполняют девушки из модельных агентств. Кастинг проводится не только по внешним данным, но и по коммуникационным способностям. Задача девушек - не просто с отсутствующим видом раздавать флаерсы, но и быть в курсе предмета экспозиции, обладать некоторым интеллектом.

Костюмы для шоу-программы нефтяной компании "ЮКОС" "МЫ РАБОТАЕМ ДЛЯ БУДУЩЕГО" выполнены дизайнерами фирмы "ЭСТА".

Если образ представителя придуман удачно и остроумно, эффект превзойдет ожидания. Например, на "Мотор-шоу 2005" репортажи всех ведущих телекомпаний начинались с кадров, запечатлевших следы автомобильных покрышек, отпечатанные на хорошеньких попках девчонок-промоутерш шинной компании.

Меня всегда удивляло недопонимание экспозиционерами всех возможностей прямого контакта актера-промоутера с посетителями выставки. Как-то на выставке "Высокий дизайн в Крокус-Сити" я убедил один из модных брэндов не прятать манекенщиц после показа на подиуме, а выпустить их "в народ". Получился замечательный перфоманс. За девушками ходила толпа, очень многие снимались с ними на память, экспоненты приглашали их позировать на своих стендах.

Актеры в исторических костюмах, профессионально подготовленных, вполне способны спровоцировать эффект "снимается кино", разыгрывая несложные мизансцены. Если при этом их будет снимать оператор с "бетакамом", толпа зрителей обеспечена.

Желательно, чтобы одежда промоутеров была интереснее, чем просто китайская майка с логотипом.

Модели Дома моды "Русский стиль" "в народе"