GIFT REVIEW
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ
№ 4 / 2011
www.gift-review.ru

ТЕМА НОМЕРА
БУДУЩЕЕ ЗА РЕГИОНАМИ – ВОПРОС ИЛИ ОТВЕТ?

Шедевры мировой классики в интерьере

СЕЗОН
Новогодняя витринистика: советы специалиста

ПУЛЬС РЫНКА
Ловите покупателя с мобильным Интернетом!

ДИЗАЙН
Предметы интереса

КОМПАНИЯ С ОБЛОЖКИ
Фолиант Декор

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДАРОК
Брендирование сувенирной продукции



Реклама
Фолиант Декор
www.foliantdecor.ru





Любой подарок начинается с упаковки

Тончайшая упаковочная бумага в листах с персонализацией.

- Европейское качество
- 12 цветов в ассортименте
- Плотность 21 г /кв.м
- Нанесение логотипа в один цвет
- Минимальный тираж от 300 листов.









RODEN AGENCY

e-mail: agentur@roden.ru
www.kalka-logoprint.ru









质量 Джи-Лиан

Все, что радует Вас, притягивает еще больше радости









Реклама

ji-lian.ru г. Москва, ул. Сельскохозяйственная, д. 7/1, стр.2, офис 3. Тел. (495) 617-41-53

ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Близится Новый год...Пожалуй, самое горячее время для подарочной отрасли, и его надо встретить во всеоружии. Мы постарались вам в этом помочь, собрав в ноябрьском номере самые актуальные и эксклюзивные материалы на эту тему... и не только.

Мы расскажем, как украсить витрину магазина, чтобы сделать ее не только эффектной, но и эффективной (рубрика «Сезон»). Вы узнаете, что в сезон новогодних продаж нужно ловить покупателя с мобильным Интернетом: 44% поисковых запросов о подарках и магазинах подарков в самый канун праздников будут сделаны именно через мобильные устройства (рубрика «Пульс рынка»).

Рубрика «Дизайн» позволит быть в курсе интерьерной моды и мировых трендов домашнего декора на 2012 год. Эту информацию, несомненно, следует взять на заметку производителям и дистрибьюторам предметов интерьера.

Ну и конечно, много-много новинок, на которые обязательно нужно обратить внимание. Чтобы вы их не пропустили, мы собрали самые интересные предложения на первых страницах нашего издания.

Если же вы открыли журнал в поисках корпоративного подарка, в соответствующей рубрике найдется много нестандартных решений. О том, какое нанесение оптимально подойдет для того или иного презента, расскажет постоянный автор рубрики Светлана Кудрявцева. Если вы сами являетесь производителем или поставщиком бизнес-сувениров, предлагаем взглянуть на проблему выбора корпоративного подарка глазами заказчика в одной из статей рубрики.

В преддверии праздников желаем всем волшебной новогодней сказки! И не только в продажах

Коллектив GIFT REVIEW

СОДЕРЖАНИЕ

3 НОВИНКА

10 НОВОСТИ

14 КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДАРОК

- 14 **Бизнес за чашкой чая**
- 18 **Брендирование сувенирной продукции**
- 20 **Корпоративные подарки от компании «Джи-Лиан»**
- 21 **Новогодние подарки НИКА с вашей символикой – с любовью к каждому клиенту!**
- 22 **Выбор корпоративного подарка – за ними**

28 ТЕМА НОМЕРА

- 28 **Будущее за регионами – вопрос или ответ?**

31 ТРЕНДЫ

- 31 **«МиРоВик плюс» – поставщик посуды из фарфора, стекла, керамики**
- 44 **Керамика на службе долголетия**

32 КОМПАНИЯ С ОБЛОЖКИ

- 32 **Из Европы с любовью. «Фолиант Декор»**

34 МНЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛОВ

- 34 **Кадровый голод: обучение решает проблемы**
- 35 **Логистика внутри большой страны**

38 ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

- 38 **Товар должен быть там, где он нужен, в нужное время и в нужном количестве**

40 ДИЗАЙН

- 40 **Предметы интереса**

46 СЕЗОН

- 46 **Новый год на прилавке**
- 48 **Новогодняя витринистика: советы специалиста**

50 ПУЛЬС РЫНКА

- 50 **Ловите покупателя с мобильным интернетом!**

52 ПУТЕШЕСТВИЕ К ПОДАРКАМ

- 52 **Традиции в подарок: Италия**

56 ФОТОРЕПОРТАЖ

- 56 **Блошиный рынок – идеи бесплатно**

58 WISHLIST

- 58 **Комфорт в подарок**

60 ВЫСТАВКИ

62 КАЛЕНДАРЬ

В этом номере мы продолжаем публиковать самые яркие и оригинальные сезонные премьеры подарочной индустрии. Присмотритесь внимательнее – среди компаний, представляющих новинки в этой рубрике, возможно, ваши будущие партнеры по бизнесу!

2К КОРЗИНА



Компания **2К КОРЗИНА** предлагает огромный ассортимент **плетеных корзин** для упаковки:

- Подарков
- Цветочных композиций
- Продуктовых наборов

Ищите **ОРИГИНАЛЬНЫЙ ПОДАРОК?**
Отличный вариант - **НАБОР В КОРЗИНЕ!**
Он может быть большим или маленьким, фруктовым или продуктовым, алкогольным или кофейным.
Вы сможете с гордостью преподнести этот дар клиентам или сотрудникам, близким или друзьям!



ПЛЕТЕНЫЕ КОРЗИНЫ
ОПТ И РОЗНИЦА
www.2kkorzina.ru
info@2kkorzina.ru
+7 (495) 645-11-97
+7 (916) 112-61-97

KOREANART
МИНИАТЮРНОЕ ИСКУССТВО

НЕОБЫЧНОСТЬ, КРАСОТА
И ИДЕАЛЬНОСТЬ ИСПОЛНЕНИЯ
ЭКСКЛЮЗИВНАЯ РУЧНАЯ РАБОТА

- **Шкатулки**
- **Подарочные наборы**
- **Закладки для книг**
- **Настольные принадлежности**



Тел.: (495) 723-55-97, +7(905) 545-07-45
koreanart@yandex.ru www.koreanart.ru

ПРАКТИЧНЫЕ ПОДАРКИ С СИМВОЛОМ 2012 ГОДА - ДРАКОНОМ!
КОМПАНИЯ «АКСО»
+7-83171-54077, +7-83171-54060
WWW.AKSO.SU









КОЛИЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ С ДРАКОНОМ ОГРАНИЧЕНО!
СПЕШИТЕ СДЕЛАТЬ ЗАКАЗ В ТЕЧЕНИЕ НОЯБРЯ!











Silver Deco

ООО «Сильвер плюс»
Производство: Россия, Саратов (8452) 53-10-39, 53-12-49
Представительство: Россия, Москва (495) 665-34-04, 792-83-08
www. silverdeco.ru, mail@silverdeco.ru

Медали и знаки



VIP – сувениры



Подарочные сертификаты



ООО «Сильвер плюс» занимается производством изделий из драгоценных металлов, как в чистом виде, так и в сочетании с ценными породами дерева, драгоценными камнями, фарфором, финифтью, фьюзингом, горячей эмалью.
Наша продукция – это VIP-сувениры, предметы интерьера, посуда, корпоративные подарки и награды, памятные и почетные знаки, значки, шильды и жетоны.
Так же мы предлагаем изготовление пластиковых карт различного назначения с жетонами из драгоценных металлов: дисконтные карты, визитки, подарочные сертификаты.

КОМПАНИЯ «СУПЕР ПАКЕТ»: «СУПЕР» ДЛЯ НАС – ЭТО НЕ ПРОСТО СЛОВО, ЭТО НАШ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



г. Москва, ул. Бауманская, д. 20, стр. 7, офис 19
Тел.: 8(499) 267-4249, 8(499) 261-9526
www.super-paket.ru, супер-пакет.рф

Настоящим украшением недавно прошедшей в стенах «Крокус Экспо» (г. Москва) XX юбилейной специализированной выставка рекламных сувениров, бизнес подарков и материалов для промоушн стал уникальный проект от компании «Супер Пакет».

Компания представила фирменный бумажный пакет, инкрустированный кристаллами Сваровски.

17 тысяч кристаллов завораживающе сверкали и переливались на обычном бумажном пакете в специальном сейфе. Безусловно, созданный антураж привлек внимание публики: никто не смог пройти мимо такой очаровательной упаковки.

Участники впервые представили такой проект, и следует сказать, что он оказался успешным «на все сто». Восхищению не было предела. По залу «Крокус Экспо» пробегал шепоток: «Супер пакет, супер-супер пакет...». Сложилось впечатление, что каждый посетитель и участник выставки побывал у выставочного стенда компании и лично оценил индивидуальность и непревзойденность проекта. Однако, о стоимости данного уникального пакета говорить сложно, прежде всего потому, что для производителей он бесценен как воплощение долгожданной и смелой идеи.

Кроме бумажных пакетов компания «Супер Пакет» запустила производство промо-сумок из различных материалов (спанбонд, лен и другие). Открылись филиалы компании в Казани и Кирове, в планах - открытие филиала в Нижнем Новгороде и других городах России. К тому же руководство компании расширяет производственные мощности. На данный момент ведутся переговоры по поводу закупки оборудования для автоматического производства бумажных пакетов. Таким образом, компания «Супер Пакет» еще не раз удивит и порадует требовательного покупателя и клиента своими креативными проектами, как фирменный бумажный пакет с кристаллами Сваровски.

На Новый Год всегда хочется чего-то нового...

FIORA
Красота настоящих цветов надолго...

Новогодний сувенир. С настоящим цветком? **Это интересно!**

Куда мне это?

А я таким не пользуюсь...



10-я кружка...





www.brav-opt.ru

Компания «Ломоносовская Керамика» продолжает расширять ассортиментный ряд своей продукции. Линейка товаров для чаепития пополнилась новой фарфоровой посудной серией «Садовые цветы». Богатая цветочная композиция, яркие сочные цвета и элегантная изогнутость линий порадуют самых взыскательных покупателей.

Серия чайной посуды включает в себя три линейки «Благородная роза», «Изящные герберы» и «Нежные пионы». Все изделия изготовлены из высококачественных видов фарфора. Посуда продаётся в оригинальной подарочной упаковке, которая решена в едином стиле с деколями представленных линеек, а это всегда повышает интерес покупателей. Яркая упаковка улучшает настроение, создает атмосферу праздника и обеспечивает дополнительную сохранность изделиям. Поэтому мы упаковали достойный товар в достойную упаковку.



Санкт-Петербург, пр. Энергетиков, д.19
т./ф. (812) 441-31-00
www.firmalk.ru

FineDesign GROUP

Креативные подарки, стильные аксессуары для дома, то, чем можно удивить, что приятно подарить и чем хочется обладать! Огромный ассортимент таких удивительных вещей предлагает компания FineDesignGroup. Мы достаточно молоды, но развиваемся настолько интенсивно, что начав свою жизнь с интернет проекта с запоминающимся названием EnjoyMe, за короткое время стали лидерами на рынке, собрав в своем портфолио по-настоящему интересный ассортимент и получив права на эксклюзивную дистрибуцию семи европейских брендов!
Мы отбираем только те товары, которые обязательно отвечают многим требованиям и вписываются в концепцию нашего представления о подарках! И поэтому абсолютно в каждой вещи вы найдете:

- **Креативность и оригинальность**
- **Функциональность**
- **Высокое качество**
- **Юмор и эмоции**
- **Эту вещь приятно дарить**
- **Она может удивить**
- **Она красиво упакована**
- **Она eco-friendly(многие наши товары произведены из перерабатываемых материалов и упакованы в утилизируемую упаковку).**



Тел.: +7 (495) 917-3252, +7 (499) 343-5803, + 7(495) 997-7588
www.finedesigngroup.ru www.enjoy-me.ru






ОЛОВЯННЫЕ СОЛДАТИКИ СКВОЗЬ ЭПОХИ



Основанная в 2002 году, мастерская **«Эйджес. Санкт-Петербургская историческая коллекция»** специализируется на изготовлении оловянной военно-исторической миниатюры, которая отличается высочайшим качеством росписи и точностью проработки.

На сегодняшний день, помимо серийных солдатиков, мастерская активно развивает направление **эксклюзивных имиджевых сувениров.** Фигурки изготавливаются в масштабе **54 мм., 74 мм. и 90 мм.** и могут быть исполнены в технике цветной покраски, «чернения», «меднения».

Сувениры разрабатываются с участием заказчика от эскиза до образца.

По желанию заказчика, предоставляются авторские права на изделия.
Выполненные образцы продукции не подлежат производству и продаже 3-м лицам.



«ЭЙДЖЕС. САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»
WWW.AGES-COLLECTION.RU








КАЛЕЙДОСКОП

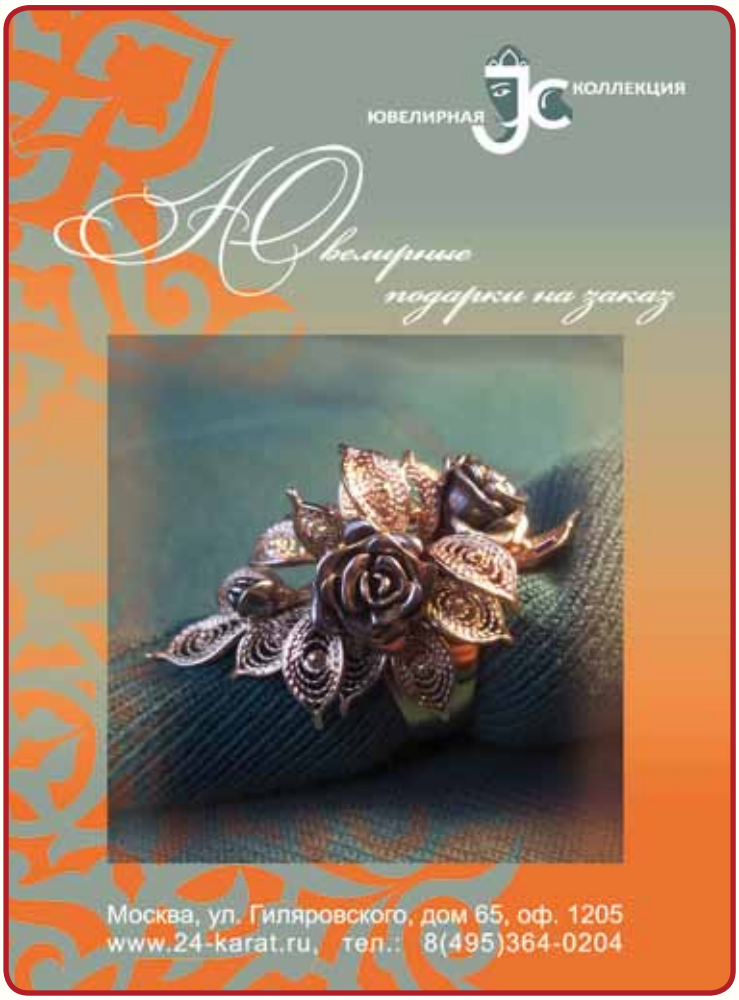
ВИТРАЖИ
СУВЕНИРЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ

Елочные украшения, магниты, панно, часы, светильники, фоторамки.

Красота, воплощенная в стекле, разноцветная радость!



www.vitrage-saratov.ru
Звоните: 8 905 321 02 47
Пишите: elsi47@mail.ru
Особые условия для дизайнеров.



студия художественного литья
МОСБРОНЗА
авторские сувениры и подарки по ювелирным технологиям

Представляем Вам новое направление нашей работы — изготовление металлического декора для стеклянной и хрустальной посуды из сплавов на основе олова (пьютер) и меди (бронза).

Декорирующие элементы изготавливаются чеканным способом в технике «басма» и методом высокоточного художественного литья.

Художественное литьё выполняется на самой современной установке центробежного литья итальянской фирмы «CABE» и вакуумной установке литья под давлением «GALLONI» с применением высококачественных расходных материалов фирмы «NICEM».

Разработка дизайна изделий и изготовление декорирующих элементов производится художниками и скульпторами нашей студии и является авторской работой, которую мы рады представить Вашему вниманию под торговой маркой **OLOVOLEY**.

Продукция марки **OLOVOLEY** – это наборы и отдельные предметы декорированной на различные темы посуды для крепких, безалкогольных и прохладительных напитков.





Подробная информация по телефону: **+7(963) 767-29-74**
и на нашем сайте: **www.olovoley.ru**



Необычный парфюм:
от 700 рублей



Новогодние гирлянды:
от 400 рублей

KAWAII™
FACTORY

- оптовый портал милых подарков
для девушек и женщин

-открываем магазины
по франчайзингу

kawaiifactory.ru

MATEO
дизайнерское стекло и фарфор



тел: +7 926 904 37 35
+7 985 130 86 12
тел/факс: +7495 609 04 83

www.mateo-glass.com

РЕКЛАМА в РЕГИОНАХ

6500 изданий
9500 конструкций
7700 промоутеров
1300 телеканалов
1000 радиостанций

КОМПАНИЯ
Реклама Онлайн

(383) 227-64-64
(495) 737-54-64

ВЫБЕРИ СВОЙ ГОРОД

www.reklama-online.ru

НОВИНКИ ИТАЛЬЯНСКИХ КОЛЛЕКЦИЙ: СИМВОЛ 2012 ГОДА - ДРАКОН!

Драконы – мифические животные, которыми восхищались, которых боялись и о которых слагали легенды во все времена. Дракон символизирует начало нового, являясь одним из четырех существ, обозначающих стороны света, и главной фигурой в фэн-шуй. Помимо того, Дракон сам по себе символ непрерывного успеха, больших достижений и процветания, равных по популярности которому нет.





Поскольку наступающий 2012 год – год Дракона, шоу-рум «Moda Argenti» подготовил новую коллекцию сувенирных Драконов, которые будут представлены итальянскими фабриками «Moda Argenti», «Exetera Argenti» и «Chinelli».

Издавна считается, что каждый, кто приобрёл символ года, будет особенно удачлив в предстоящие двенадцать месяцев года. Исходя из древних религий, символ года также обладает свойствами амулета и оберега. Находясь в квартире или на рабочем месте, такой сувенир несёт в себе энергетику, направленную на укрепление здоровья и улучшение самочувствия его владельца. Как талисман Дракон способствует карьерному росту, финансовым успехам, охраняет человека от недобросовестных партнеров, конкурентов и вообще от недобрых людей. Живя внутри дома, Дракон «приносит» в него деньги.

Когда до Нового года остается пара недель, нам становится всё сложнее сделать хороший выбор. Мы начинаем нервно просматривать всевозможные журналы и странички Интернета, мучаясь одним вопросом: что подарить жене, мужу, маме, подруге, сотрудникам, которых ни при каких условиях нельзя оставить без внимания. Поэтому шоу-рум «Moda Argenti» начинает знакомить Вас с новинками итальянских коллекций сувениров уже сегодня.

Наш шоу-рум предлагает Вам широкий выбор сувениров, выполненных в виде символа 2012 года, который, без сомнения, сможет легко удовлетворить любой, даже самый изысканный каприз. Покрытые серебром, золотом, а также выполненные из хрусталя Драконы дизайна коллекций итальянских фабрик – это стильные талисманы и оригинальные подарки, способствующие повышению настроения на праздновании самого масштабного и всеми любимого праздника на земле.

Все коллекции Драконов дизайна итальянских фабрик уже в наличии на складе шоу-рума «Moda Argenti» в достаточном количестве.

Также приглашаем к сотрудничеству рекламные агентства, интернет-магазины и оптовых покупателей. Для данной категории потребителей предусмотрена система скидок.

Кузнецова Василиса,
ведущий менеджер
Show-room MODA ARGENTI

SHOW-ROOM MODA ARGENTI
МОСКВА, 1-Я ДУБРОВСКАЯ УЛ., Д.6А
+7-495-674-29-55
MODARGENTI@MAIL.RU
WWW.BELM.RU






НОВОСТИ КОМПАНИЙ

«ПРОЕКТ 111»: ВПЕРЕД — В БУДУЩЕЕ!



Стартовал обновленный сайт «Проекта 111» www.gifts.ru в версии 2.0. с интеллектуальной системой поиска, хорошими картинками, ориентированный на пользователя. Это логичный шаг для компании, известной своей страстью к высокотехнологичным и полезным решениям. Еще в 1997 году «Проект 111» первым в российской промоиндустрии создал веб-сайт, первым же организовал на нем прием заказов и вот теперь первым в отрасли запускает портал нового поколения.

В версии 2.0 существенно переработан каталог товаров, его интерфейс стал по-настоящему «дружелюбным» по отношению к пользователям. Продукция интуитивно понятным образом разложена по основным категориям. Сами картинки с товарами стали больше и ярче.

На новом сайте работает интеллектуальный поиск и удобная система фильтров. Задавая поиск по какому-либо одному параметру или листая каталог товаров, можно с помощью фильтров сузить или расширить выдачу поиска, что позволяет подобрать подарки с конкретными параметрами и под конкретные задачи.

Калькулятор стоимости продукции и нанесения позволяет от начала до конца рассчитать и оформить заказ на промопродукцию с печатью. Информация о наличии товаров на складе демонстрируется в режиме реального времени.

НОВИНКИ ОТ КОМПАНИИ «ГЛАВСЮРПРИЗ»



Компания «ГлавСюрприз» представила этой осенью новинки – эксклюзивные на российском рынке сувениры (под нанесение логотипа).

Во-первых, это футляр для кредитных карт. Карточка выдвигается посредством нажатия определенной клавиши. Подходит для кредитных и скидочных карт, водительских удостоверений. В комплекте: футляр для 6 карт, клип для денег или визитных карточек, 18 сменных кнопок для создания индивидуального футляра. Различные виды персонализации. Размер: 10,2х6,3х1,2 см.

Другая новинка – уникальный пульт дистанционного управления без кнопок. С помощью жестов выключает, включает, увеличивает звук, переключает с канала на канал электронику (TV, DVD, музыкальный центр) с инфрокрасным портом. В подарочной упаковке.



Еще одна новинка – календарь с комнатным жидкокристаллическим термометром. Уникальная запатентованная формула микрокапсулирования делает термометр вечным, он не бьется и не ломается. Исследования показали, что на календарь с термометром смотрят чаще, а значит, реклама на таком календаре более эффективна.



НОВЫЕ ДОРОЖНЫЕ НАБОРЫ ОТ КОМПАНИИ «АКСО»

Расширен ассортимент дорожных наборов, выпускаемых в сумочках из натуральной кожи. На свет появился необычный набор в виде офицерского планшета «Командир». Впервые изготовлен набор, ориентированный на увлекающихся путешествиями женщин. Он получил название «Леди».



НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ ОТ ДИЗАЙНЕРА DANON (ИЗРАИЛЬ)



Израильский дизайнер DANON представляет новую коллекцию сувениров ручной работы. Каждое изделие сочетает модные тенденции, уникальность и создается исключительно по самым инновационным технологиям. Все сувениры DANON сделаны из сплава на основе латуни с прочным гальваническим покрытием.

Сувениры DANON пользуются большой популярностью и спросом в странах Европы и США

Продажу продукции DANON в России осуществляет компания «Амерго». Приоритетом в подборе коллекций является ручная работа, высокое качество, актуальные дизайны и приемлемое соотношение цена-качество для российского потребителя.

ЛЕГЕНДА О ДРАКОНЕ ОТ КОМПАНИИ «ПОЛИСТАР ГЛОБАЛ АРТ»



Символ наступающего 2012 года по восточному календарю – черный дракон.

К приближающимся новогодним праздникам компания «Полистар Глобал Арт» разработала новые эксклюзивные дизайны кружек серии «Девушка и Дракон». Новая коллекция отличается яркими завораживающими цветами, сказочными узорами, легкостью композиции рисунка и проверенным высоким качеством продукции.

Также компания подготовила к грядущим праздникам целую серию милых, забавных и уморительных драконичков-фигурок.

Новинки и новогодний ассортимент марки Polystar Collection доступны на сайте компании.

«ШАДРИНСКАЯ БЕРЕСТЯНАЯ МАСТЕРСКАЯ «ЧЕСТА» ПОДВЕЛА ИТОГИ ГОДА



«Шадринская берестяная мастерская «Честа», специализирующаяся на выпуске высокохудожественных изделий из бересты в стиле «Берестяное барокко», к окончанию очередного года подошла с двумя значительными результатами: первое – закончено оборудование новой мастерской, где значительно увеличено число рабочих мест; второе – завершена работа над принципиально новым изделием берестяной пластики – столовым набором для напитков «Футбольный фанат», состоящим из емкости для любых напитков в форме футбольного мяча, объемом 4 литра, 6 кружек (0,5 л.), подноса, в форме футбольного поля и упаковочной емкости, сплетенной из лозы. По желанию заказчика возможно нанесение логотипов любимой команды. Мастерская по-прежнему позиционирует себя как изготовителя эксклюзивной столовой бересты.

ЯПОНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ СВЕЧЕЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ VOLUSPA



Компания «Кэнделс» и интернет-магазин «Сияние и аромат» представляют обновленную японскую коллекцию ароматических свечей класса люкс торговой марки VOLUSPA.

В коллекции обновилась не только цветовая гамма, но и появилась новая специально разработанная серия стеклянных подсвечников. Из ароматов представлены как полюбившиеся всем 4 аромата из старой коллекции («Балтийский янтарь», «Черника Сантьяго», «Китайская ягода и красный апельсин», «Французский можевельник и лаванда»), так и три новых аромата: « Персиковый крем», «Прекрасная Сукре», «Райский сад и груша».

КОМПАНИЯ MATEO ПРЕДСТАВИЛА НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ ФАРФОРА



Дизайнерский бренд MATEO выпустил новые коллекции фарфоровой посуды.

Комплекты тарелок украшены великолепными авторскими принтами — роскошными орнаментами, навеянными национальными мотивами и сюжетами.

Авторский принт наносится методом деколирования, благодаря которому рисунок очень прочен и экологически безопасен в использовании.

Выполненные из фарфора высшего качества, блюда и тарелки MATEO могут стать настоящим украшением интерьера, с легкостью превратившись в объекты интерьерного дизайна.

УРБАНИКА УВЕЛИЧИЛА АССОРТИМЕНТ ЧАСОВ NEXTIME



В преддверии зимних праздников компания Урбаника, ведущий поставщик дизайнерских предметов интерьера и товаров для дома из Европы и Америки, приготовила приятный подарок своим оптовым клиентам, увеличив ассортимент интерьерных часов NeXtime, представленных на складе в Москве.

Интерьерные часы от NeXtime выполнены в современной стилистике и отличаются оригинальным дизайном, признанным во всем мире (в том числе и на российском рынке). Модели с маятниками; с барометрами и термометрами; с несколькими циферблатами; электронные и кварцевые; настенные, напольные, будильники; из стекла, металла, дерева. Эффектный и функциональный декор для современного жилого и офисного пространства.



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ КОМПОЗИЦИЙ ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ СПЕЦИЙ ОТ GIFT TRADE

Компания «Gift Trade. Сувениры и подарки оптом» представила новую серию австрийских букетов и декоративных композиций торговой марки Rasp (Зальцбург, Австрия). Изделия выполнены вручную с использованием высококачественных материалов и натуральных специй.

Приятная атмосфера в магазине располагает к покупкам, обеспечивая до 50% продаж, утверждают менеджеры дорогих магазинов. На долю запаха, по некоторым оценкам, приходится до 10-15% эффекта. Легкие пряные ароматы композиций создадут ту самую неповторимую атмосферу в магазине, которая будет притягивать покупателей, располагать к общению и, конечно, способствовать продажам. Не менее привлекательно использование композиций для оформления интерьера офиса, кафе или ресторана.

Ассортимент продукции включает рождественские венки и букеты в лучших традициях Старой Европы, декорированные специями и лентами акриловые зверюшки, которыми можно украсить елку, свадебную коллекцию, очаровательные сувениры на рождение ребенка, ультрамодную линию «модерн».

Политика Gift Trade направлена на поставку необычной, качественной продукции, популярной в Европе. На сегодняшний день букеты и композиции из натуральных специй Rasp не имеют аналогов в России.

ВЫГОДНЫЕ НОВИНКИ ОТ КОМПАНИИ «ДЖИ-ЛИАН»



Компания «Джи-Лиан» в ноябре ожидает новые коллекции посуды Star Festival и Auratic . Абсолютно новые деколи, нарисованные талантливыми дизайнерами, на данный момент не имеющие аналогов в России, уже были анонсированы на выставке «Консумэкспо Осень 2011». Они произвели яркое впечатление на всех посетителей стенда компании и собрали большое количество позитивных отзывов. На предварительные заказы компания объявляет скидку 10%.



БЕЛОСНЕЖНАЯ КЛАССИКА ОТ «МИРОВИК ПЛЮС»



Компания «МиРоВик плюс», крупнейший поставщик фарфора, стекла, керамики, представляет новую коллекцию изысканной белоснежной посуды.

Белый фарфор всегда выглядит стильно и торжественно. К тому же благодаря своему цвету он прекрасно впишется в любой интерьер, а цветные скатерти и салфетки подчеркнут его нежность и красоту, помогут создать нужное настроение. На нем любое блюдо будет выглядеть аппетитнее и красивее. Он очень универсален, ведь его можно использовать для любых случаев, как для большого торжества, так и для повседневной трапезы. Он прекрасно подходит для сервировки блюд национальных кухонь.

Ассортимент новой коллекции от «МиРоВик плюс» включает в себя все необходимое, от солонок, подставок для яиц до больших блюд и супниц. В коллекции представлено большое разнообразие форм и размеров. Комплекты можно формировать по желанию покупателя.

НОВИНКИ ОТ КОМПАНИИ «ОБЪЕКТ МЕЧТЫ»



Виртуоз элегантности, привносящий романтизм в мир подарка, «Объект мечты», подобно волшебнику, не первый год совершенствует естественные формы, соединяя в своих работах реальность и мечту.

Орхидея и роза – два цветка, не раз воспетые «Объектом мечты». В этом сезоне компания спешит порадовать всех поклонников прекрасного саше для гурманов с нежнейшими цветками розы и орхидеи под названием «Цветочный перфоманс». Для любителей сладкого компания предлагает абсолютный визуальный аттракцион: кекс «Орхидея с малиной» и кекс «Орхидея с шоколадом» – это не что иное, как вспененное мыло с фантазийным цветочным ароматом. Ещё одна новинка на российском рынке – настольные часы, замаскированные под упаковку для конфитюра.

Эти и другие новинки «Объект мечты» готов предложить уже в ноябре 2011 года. Вся упаковка подарочной продукции «Объект Мечты» предусматривает нанесение логотипа при минимальном тираже.

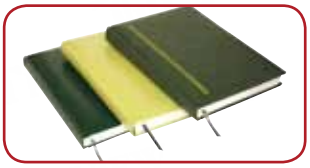
АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ДОБРАЛАСЬ И ДО СУВЕНИРНОЙ ОТРАСЛИ

Компания «Гифт Ресерч» разработала базу данных для профессионалов, работающих в сфере бизнес-сувениров. К работе над проектом были привлечены опытнейшие IT-специалисты, разработчики и контент-менеджеры. Не обошлось без помощи самих рекламщиков и поставщиков.

Единый каталог бизнес-сувениров объединил себе более 60 000 товаров и 30 поставщиков с актуальными ценами и складскими остатками. Идея каталога проста – продукция всех поставщиков на одном портале www.giftb2b.ru, в единой базе, которую можно отфильтровать по нужным параметрам.

Создание проекта стало возможным в результате обмена опытом профессионалов двух отраслей – IT и корпоративных сувениров. Именно обмен знаниями позволяет развиваться не только компании, но и отрасли в целом.

ЕЖИ ПОЛЗУТ В СИБИРЬ!



Московская компания Ёzh style открывает свою первую франчайзинговую торговую точку. Она будет располагаться в центре Томска и начнет работу в конце ноября. Подарочный ассортимент франчайзингового магазина будет направлен на 3 основные категории покупателей: 1) Подарки для самой обширной целевой группы – «офисный планктон», произведенные под брендом «Ёzh style». 2) Креативные и необычные подарки от молодых дизайнерских компаний со всего мира, попадающие под формат «Ёzh style». 3) Милая канцелярия и трогательные подарки для женской целевой аудитории 12-25 лет.

Эта проверенная комбинация подарочного ассортимента позволит магазину в кратчайшие сроки выйти в прибыль, уверены в компании.



АКЦИЯ ОТ «КНИЖНОГО БУТИКА ELITE»

Компания «Книжный Бутик Elite», специализирующаяся на производстве и реализации книжной и сувенирной продукции, а также тематических подарочных наборов, в преддверии праздничных дней объявляет о существенном снижении цен на книги в уникальном медном переплёте и в кожаном переплёте конгревного тиснения с параллельным русско-английским текстом. Цены снижены более чем на 20%!

Обладатели клубной карты имеют дополнительную скидку 5%, а также в компании обещают фирменные подарки от Книжного Бутика всем покупателям!

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ОТ «ПРАВИЛА УСПЕХА ГРУПП» – «УПАКУЙ И ЗАРАБОТАЙ!»



Компания «Правила успеха Групп» анонсировала новую программу работы с партнерами - рекламными и сувенирными компаниями.

Цель проекта – дать возможность партнерам заработать максимум прибыли на упаковке, предложив своим клиентам востребованную подарочную упаковку.

Особенности программы – «прайс-считалка» в экселе, скидки до 20%, оперативность изготовления, готовые шаблоны этикеток, бесплатная проверка макетов, обучение и консультации, пакеты, коробки, новогодняя и подарочная готовая упаковка со скидкой от производителя, бесплатные образцы, выгодные условия оплаты.

НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ В СТУДИЯХ «ФАМИЛЬНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ»



В студиях «Фамильные Коллекции» появились рождественские коллекции подарков и предметов интерьера лучших европейских брендов. Разнообразные ёлочные игрушки ручной работы в виде мухоморов от голландского бренда Kaeming, декоративные цветы, стеклянные игрушки в виде пирожных от итальянского бренда EDG, фигурки Санта-Клауса, статуэтки ангелочков от Boltz. Праздничный стол украсят свечи старинной итальянской мануфактуры Pernici и аксессуары для сервировки с рождественским декором Fitz and Floyd.

Дополнительный перечень новогоднего ассортимента: феи, балерины, свечи для ёлки, стеклянные пингвины и медведи, ангелочки, деревянные шкатулки, олени, ретро-телевизоры с рождественской композицией, детские карусели, шары, гирлянды и пр. Предметы сервировки: салфетницы со снежным узором, конфетницы в виде саней Деда Мороза, подсвечники с хвоей и рождественскими колокольчиками и другие аксессуары.

НОВИНКИ ОТ KOREAN ART



Компания Korean Art представляет на российском рынке новинку – уникальную коллекцию закладок для книг производства Южной Кореи.

Изготовленные из тончайшей стали с безопасным аннодированием и лазерной гравировкой, с использованием натурального перламутра, лака, шелка, вышивки и традиционного корейского плетения. Каждая закладка в индивидуальной красочной упаковке. Не портит книгу, хорошо держится между страницами и прекрасно подходит для подарка. Не имеет аналогов на российском рынке нет. Цена от 45 рублей.

Christmas Time
ВЫСТАВКА НОВОГОДНЕЙ И ПРАЗДНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

10 – 13 АПРЕЛЯ 2012

04 – 07 СЕНТЯБРЯ 2012

ЕЛИ / **ПРАЗДНИЧНЫЙ СВЕТ** / **ЕЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ** / КАРНАВАЛЬНЫЕ АКСЕССУАРЫ / **костюмы карнавальные** / **маски** / хлопушки / **ТОВАРЫ ДЛЯ ВЕЧЕРИНОК И ПРАЗДНИКОВ** / **флористические украшения** / декор стола / **ИГРУШКИ И СУВЕНИРЫ** / **гастрономические подарки** / товары для творчества / **коллекционные куклы** / этнические и фольклорные подарки / УСЛУГИ / **оформление витрин и торговых помещений** / **аэродизайн** / комплексное новогоднее оформление / услуги декораторов и флористов ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА / **МАСТЕР-КЛАССЫ** / **ПРЕЗЕНТАЦИИ**

Реклама

Москва, ЦДХ, Крымский вал, 10 WWW.CHRISTMASTIME.RU ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ EXPO-PARK

БИЗНЕС ЗА ЧАШКОЙ ЧАЯ

С приближением Нового года во всех компаниях наступает горячая пора — время выбирать и дарить корпоративные подарки. Иногда это, на первый взгляд, приятное занятие, вызывает у сотрудников настоящую головную боль, ведь идеального подарка еще никто не придумал, а с каждым годом люди становятся все более искушенными, и угодить с подарком все сложнее. Компания «Фьюр. Бутик подарков ручной работы» учитывает именно эту особенность и предлагает решение – корпоративные подарки на основе горячих напитков (чая, кофе, специй и пряностей для глинтвейна и грога, горячего шоколада), сладостей и шоколада ручной работы, эксклюзивной посуды и текстиля в оригинальной упаковке. О душевном подходе к изготовлению подарка, о том, как заказчики и адресаты относятся к такому нестандартному виду презента, а также о чае, кофе и вкусах редакция GR побеседовала с руководителем отдела маркетинга Зинаидой Ионовой и руководителем отдела по работе с клиентами Шахнозой Маматкуловой.

Gift Review: Как возникла идея предложить чай и кофе в качестве корпоративного подарка?

Шахноза Маматкулова: С самого начала мы видели «наш» корпоративный подарок не как безликий набор различных дорогих составляющих. Мы хотели сделать акцент на чем-то одном и выбрали чай в силу нескольких причин. Во-первых, чайный подарок представлялся эстетически верным решением. Это изысканный напиток, культура которого пришла к нам из Китая и Индии. Приятно осознавать, что на сегодняшний день и в России культура чаепития поднялась на качественно новый уровень. Наши соотечественники стали проявлять больше интереса к «чайной» теме, лучше разбираться в сортах и видах этого ароматного и полезного напитка. Ощущение домашнего тепла и уюта, которого так часто не хватает в стандартных бизнес-сувенирах, также объясняет, почему чай стал основной нотой в наших подарках. Ко всему перечисленному стоит добавить тот факт, что чай является очень полезным напитком, и стремление людей к здоровому образу жизни дало нам повод сделать и такой акцент при создании корпоративного подарка. И, наконец, немаловажно, что основатели компании – большие любители и знатоки чая – хотели поделиться своей страстью к этому напитку с другими. В результате именно чай стал (и остается) главным локомотивом среди составляющих наших подарков во всех категориях, от приятных «комплиментов» секретарям до вип-презентов.



Зинаида Ионова и Шахноза Маматкулова

Зинаида Ионова: Кроме того, было желание внести в область корпоративных подарков что-то новое, свежее. К тому моменту рынок был полон различных решений, но им не хватало оригинальности. Мы искренне верим, что среди многих компаний нам удалось изменить стереотип, будто любимая тема «дорогая бутылка плюс календарь» всегда пройдет. На самом деле мало кто помнит, кто именно подарил ту или иную бутылку, если только это не что-то выдающееся. Мы же хотели показать, что у подарка может быть лицо, индивидуальность, а ручная работа, обычно применяемая при изготовлении штучных подарков, может стать целым бизнес-направлением. Кофе продолжил красивую историю чая и стал следующим главным героем наших корпоративных подарков. На сегодняшний день, несмотря на большой ассортимент нашего каталога, чайные и кофейные подарки продолжают лидировать как самые востребованные. В этом году к ним присоединился шоколад ручной работы... Мы еще об этом расскажем.

GR: В чем специфика вашей продукции по сравнению с другими предложениями на рынке корпоративных подарков?

Ш.М.: Когда речь идет о «съедобных» подарках, почти каждому клиенту на ум приходят стандартные продуктовые наборы с фуа-гра, шоколадкой и шампанским в корзине с лентами. Мы же предлагаем философию «подарка с характером», отражая миссию компании-заказчика. Получатель должен почувствовать, что его поздравили лично от Дарителя, принявшего непосредственное участие в создании подарка, а не закупившего оптом подарки в универмаге. У нас нет готовых, шаблонных решений. Не бывает и одинаковых подарков, так как у каждого клиента разные вкусы и предпочтения. Используя «арсенал» нашего каталога, мы индивидуально производим *тот самый*

ОЩУЩЕНИЕ ДОМАШНЕГО ТЕПЛА И УЮТА, КОТОРОГО ТАК ЧАСТО НЕ ХВАТАЕТ В СТАНДАРТНЫХ БИЗНЕС-СУВЕНИРАХ, ОБЪЯСНЯЕТ, ПОЧЕМУ ЧАЙ СТАЛ ОСНОВНОЙ НОТОЙ В НАШИХ ПОДАРКАХ.





подарок, при этом предлагая варианты, как можно креативно развернуть ту или иную идею, связав ее с деятельностью компании.

З.И.: Замечу, что мы практически никогда не конкурируем с продуктовыми наборами. Скорее, мы бы назвали конкурентами разного рода сувенирную продукцию. Ведь часто клиент стоит перед непростым выбором: купить что-то съедобное или все же выбрать презент из разряда сувенирки. Но если заглянуть глубже, окажется, что съедобное – не значит бесполезное и «не надолго» (мол, после ничего не останется). Приведу пример: есть 1500 рублей. На эту сумму можно купить красивую флешку в подарочной упаковке с логотипом. Мы на эту сумму можем предложить набор для приготовления глинтвейна из цельных специй с сушеными апельсинами, с оригинальным бокалом, персональной книжкой с логотипом и правилами приготовления этого напитка, войлочным шариком, сладостью, все это будет упаковано в оригинальную коробочку в корпоративных цветах, с логотипом и ленточками. Флешку можно заказать за углом в магазине, а наш подарок словно собран у камина накануне Рождества.



GR: Недавно в названии вашей компании произошли изменения, Чайный бутик «Фьюр» стал «Фьюр. Бутик подарков ручной работы. Производственная компания». Что означает «фьюр»?

З.И.: Слово «фьюр» – это красивое созвучие, которое родилось вместе с изначальной идеей создавать подарки на основе чая. Мы хотели вложить свой смысл в название, не используя какие-либо стереотипы и шаблоны. Собственно, наш подход в названии отражает нашу философию в работе над подарочными проектами: мы не используем шаблонные решения, а стараемся вложить в них характер и дух компании-заказчика. Именно этот факт, в сочетании с высоким качеством и оптимальными сроками поставки, является главным при выборе подарка для наших постоянных клиентов, которых на сегодняшний день только в Москве более 270. Спасибо им за это.

Что касается изменений в названии, это связано с расширением деятельности компании. В общей сложности сегодня мы покрыли почти все направления, которые планировали в этом году: чай, кофе, глинтвейн и специи для горячих напитков, посуда из фарфора и металла, текстиль и пледы, елочные украшения, войлочные игрушки, шоколад ручной работы и, конечно же, упаковка. А поскольку вся представленная продукция поставляется и производится исключительно нами, то мы четко отразили в названии нашу сегодняшнюю деятельность – Бутик подарков ручной работы. Производственная компания.

GR: Вы обещали рассказать об одном из новых продуктов в вашем каталоге – шоколаде ручной работы.

Ш.М.: К открытию линии шоколада ручной работы мы шли 4 года. Такой же изысканный, как и чай, этот востребованный гурманами вкусный и красивый продукт стал важной составляющей в наших подарках в этом году. Нас привлекло то, что в области шоколадного производства можно воплотить почти любые идеи. В Европе очень популярны небольшие шоколадные бутики, иногда семейные, где можно найти настоящие вкусные шедевры! Мы сразу решили, что будем работать на бельгийском сырье, так как эта страна – один из признанных лидеров в области шоколада. Сегодня в линейке у нас несколько видов конфет и шоколадных изделий. В дальнейшем планируем расширять линейку, находя новые нестандартные вкусы





МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ ТОЛЬКО 100% НАТУРАЛЬНОЕ СЫРЬЕ И НЕ ДОБАВЛЯЕМ НИЧЕГО, ЧТО МОГЛО БЫ ХОТЬ НЕМНОГО ИСКАЗИТЬ ИСТИННЫЙ ВКУС ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ПОЛЕЗНЫЕ СВОЙСТВА.

и формы. Уже в феврале мы представим линию конфет и трюфелей с чайной начинкой, созданной нашим шоколатье.

Несмотря на то, что это совсем новое направление, клиенты сразу узнают нашу продукцию. И это приятно. Мы «скрестили», если можно так выразиться, нашу линию сухофруктов «органик», которые сами отбираем и привозим, с шоколадом.

З.И.: Сегодня рынок шоколадных конфет насыщен, и шоколад часто используют в качестве корпоративного подарка. Но мы не побоялись конкуренции, так как считаем нашу продукцию качественной, вкусной, а в составе брендированного подарка - еще и эксклюзивной! Очень часто шоколадом сейчас называют большое количество разных масел, смешанных с небольшим количеством шоколада. Настоящий шоколад хранится не более 2 месяцев, тот, что с начинками – еще меньше. Мы используем только 100% натуральное сырье и не добавляем в него ничего, что могло бы хоть немного исказить истинный вкус продукции и ее полезные свойства. Ведь шоколад – это гормон радости. Особой популярностью у нас пользуются миксы: королевские финики в шоколаде с орешками, медальоны из марципана, инжир в шоколаде. Это не только вкусно, но и полезно.

GR: Если говорить о тенденциях, что модно в этом сезоне? Чему отдает предпочтение клиент, выбирая корпоративный подарок?

Ш.М.: В последнее время слово «органик» часто встречается на телевидении, в модных журналах и, наконец, в супермаркетах, где под натуральные продукты выделены отдельные полки. Как показывает опыт, многие клиенты выбирают нас благодаря именно этой тенденции, ведь наши подарки состоят исключительно из органических продуктов. Стремление к здоровому образу жизни мы превратили в лозунг нашей компании, и он присутствует практически в каждом подарочном наборе.

З.И.: Сейчас все больше внимания в концепциях (текстах, которые мы пишем к каждому подарку) уделяется не столько прямой рекламе компании, которая преподносит подарок, сколько взаимоотношениям между людьми, человеческому фактору. Современный бизнес невозможен без этого. В частности, недавно мы реализовывали подарки на экологический форум для одной крупной ком-









пании. Использовали 100% перерабатываемую упаковку, органик чай и сухофрукты.

GR: Теплые и уютные подарки – это хорошо, но если у компании жесткий хай-тек стиль?

З.И.: Для нас это тоже не проблема, а скорее креативный вызов. В целом, когда мы создаем коллекцию упаковки, то заранее предусматриваем различные пожелания клиентов. Мы можем делать как наборы в стиле «handmade», так и четкие и лаконичные хай-тек подарки. Наши частые клиенты – это компании из области ай-ти технологий. У них, как правило, как раз жесткий хай-тек, но он никак не мешает нам работать вместе. В этом году наш тренд – белый цвет, а далее уже в качестве акцента мы используем корпоративный цвет компании-заказчика.



GR: Есть ли какие-то новинки в упаковке?

Ш.М.: В прошлом году на волне посткризиных сокращений бюджетов все больше клиентов отдавало предпочтение упаковке из картона. Картон дешевле, соответственно больше средств остается на внутреннее наполнение. К тому же, используя разные технологии нанесения рисунка, из картона можно сделать очень оригинальные вещи. Но был один существенный минус, почему такая упаковка уступала деревянным шкатулкам, – плотность. В этом году мы выпустили коллекцию картонной упаковки, по плотности не уступающую деревянной.

GR: Как правило, когда у компании идет градация «эконом», «бизнес» и «вип», сложнее всего сделать по-настоящему хорошее предложение именно для эконом категории. Какой у вас диапазон цен?

З.И.: Что касается нашей ценовой политики, мы готовы предложить клиенту подарок любой категории: от промо-подарков любой тиражности до супер-вип подарков. Обычно мы выполняем подарки в одном концепте по всем категориям. Полноценные подарки (упаковка + несколько составляющих) у нас начинаются от 450 рублей. Приведу пример: допустим, зеленый китайский чай «Водный дракон» в фирменном пакете с сургучной печатью с логотипом заказчика и ленточками в корпоративных цветах, сито для заваривания чая, еловая веточка с шишкой, поздравительный буклет. Все это упаковано в индивидуальную коробочку новогоднего дизайна с логотипом клиента.

В этом году у нас очень много решений в этой области. Могут быть и «комплименты», цена которых от 200 руб.

GR: Уже совсем немного времени осталось до Нового года. До какого числа вы принимаете заказы?

Ш.М.: «Готовь сани летом» – это как раз про нас. Летом мы заранее делаем все заготовки, так что остается финальная сборка, которая занимает не так много времени. Многие клиенты заказывают подарки заблаговременно, так что на нашем производстве устанавливается линейка заказов, и по ней мы ставим сроки. Обычно это 21 день с момента подписания договора. Но с октября мы ориентируемся уже по линейке сдачи заказов, и сроки могут быть намного короче или длинней – все зависит от заказчика.

В прошлом году мы получили заказ от одной западной компании только в середине ноября, а сдали в первых числах декабря. Это был сложнейший проект, более 15 000 подарков, но все прошло отлично.

GR: Чего вы сами ждете от Нового года?

ЗИ: Несмотря, на то, что сейчас только приближается зима, мы уже думаем о весне и 8 марта. Готовим новые идеи. И, конечно же, мы будем рады всем клиентам, даже тем, которые, как говорится, спешат вбежать в уходящий поезд. Мы принимаем заказы до 10 декабря и будем рады предложить что-то необычное и интересное!

БРЕНДИРОВАНИЕ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

На сегодняшний день на рынке существует огромный выбор сувенирной продукции, которая может различаться по назначению, функциональности, тематике, форме и размеру. Варьирование материалов изготовления сувениров и технологий брендирования позволяет выбрать подарок, подчеркивающий индивидуальность той или иной торговой марки. О тонкостях этого процесса рассказывает постоянный автор рубрики «Корпоративный подарок» Светлана Кудрявцева, директор по развитию Sphera Promotion Group.



СВЕТЛАНА КУДРЯВЦЕВА

Сувенирная продукция ценна не столько своей функциональностью, сколько возможностью реализации имиджа той или иной компании. Каким бы практическим целям ни служил сувенир, это, прежде всего, подарок, который ваш партнер будет вольно или невольно демонстрировать окружающим, поэтому важно какая информация о вас будет на нем размещена и каким образом.

В этой статье мы поговорим о различных видах и технологиях брендирования, которые помогают из стандартного предмета сделать запоминающийся аксессуар.

В зависимости от материала изготовления сувениров для нанесения логотипа могут быть использованы различные способы.

МАТЕРИАЛ	ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ	СПОСОБ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ	СРЕДНИЙ СРОК ИЗГОТОВЛЕНИЯ ТИРАЖА
ПЛАСТИК	Брелоки, ручки, папки, открывашки, настольные часы и т.д.	Тампопечать Шелкография Уф-печать	3-5 дней 3-5 дней 1-3 дня
МЕТАЛЛ	Открывашки, брелоки, настольные аксессуары, кухонные таймеры, ручки и т.д.	Тампопечать Лазерная гравировка	3-5 дней 3-5 дней
ДЕРЕВО	Наборы для вина, настольные наборы, часы и т.д.	Лазерная гравировка Шильд Тампопечать	3-5 дней 3-5 дней 3-5 дней
СТЕКЛО, КЕРАМИКА	Чашки, бокалы, менажницы, тарелочки для снеков и т.д.	Надглазурная деколь Лазерная гравировка Тонирование стекла	1-2 недели 3-5 дней 5-7 дней
КОЖА	Брелоки, портмоне, визитницы, ежедневники, папки и т.д.	Тиснение Лазерная гравировка	5-7 дней 3-5 дней
ТЕКСТИЛЬ	Футболки, кепки, ветровки и т.д.	Вышивка Шелкография Термоперенос Шелкотрансфер Термофлок Сублимация FC-печать	1-2 недели 3-5 дней 1-3 дня 3-5 дней 1-3 дня 1-3 дня 1-3 дня

Так, для предметов из пластика, таких как ручки, брелоки, открывашки, настольные часы и т.д. преимущественно используют тампонную печать (тампопечать). Для персонализации сувенирной продукции с большим полем для печати (блокноты с пластиковой обложкой, фоторамки) чаще используется метод шелкографии или уф-печать.

Тампопечать также используется и при брендировании металлических изделий: в таких случаях для печати используются специальные краски по металлу. Все же наиболее распространенным способом брендирования изделий с металлизированной поверхностью является лазерная гравировка. Лазерная гравировка применяется и при брендировании изделий из дерева, кожи, стекла. При лазерной гравировке лучше стараться избегать очень больших размеров нанесения. Также следует учесть, что каждая поверхность гравируется по-своему: в каждом конкретном случае цвет гравировки будет разным.

Для персонализации изделий из стекла и керамики чаще всего используют метод надглазурной деколи. С помощью этого метода цветное изображение по принципу переводных картинок наносится на керамическую или стеклянную поверхность со специальной предварительно лакированной и размоченной в воде бумаги. Затем ваша кружка, супница, чайник или другой предмет обжи-









гается в печи. Под воздействием высокой температуры краска впекается в поверхность изделия, образуя твердую однородную массу. При деколировании следует учесть, что далеко не каждый керамический или стеклянный предмет подходит для этого способа нанесения – уточните у производителя возможность обжига.

Все чаще компании стали задумываться о направлении VIP подарков – подарков топ-менеджерам или руководству. Данная категория сувениров и значительно дороже и требует более тщательного подбора методов персонализации. Очень часто выбор подарков падает на изделия из дерева: настольные наборы, часы, наборы для вина и т.д. Для подобных дорогих подарков важно подобрать неброский и элегантный вид персонализации. Здесь можно использовать и лазерную гравировку, и аккуратную, небольшую по размерам тампопечать. Но чаще всего прибегают к использованию шильда. Это металлическая пластина с гравировкой логотипа компании или другой информации, имеющая с обратной стороны клейкий слой для крепежа к изделию. Такой вид нанесения подчеркнет элегантность подарка и не навредит дереву.



При изготовлении имиджевой сувенирной продукции очень важно учесть сроки на брендирование. Стандартные сроки на брендирование различными методами в среднем составляет от 3-5 дней (тампопечать, шелкография, лаазеерная гравировка) до 1,5-2 недель (деколь). Сфера сувениров – сезонный бизнес. И не стоит это забывать. Основной спрос на поставку и изготовление имиджевых подарков приходится на период подготовки к Новому году. С октября стандартные сроки на брендирование продукции увеличиваются в 1,5 раза, с ноября – в 2, если же вы решите брендировать продукцию в декабре, есть вероятность, что производство вам откажет из-за большой загруженности и потока заказов. Либо вы получите ваши подарки уже после новогодних праздников.

Центральную роль в персонализации продукции играет макет нанесения на продукцию. Некорректно подготовленный макет может привести к браку всего тиража. Макет нанесения подготавливается либо самой компанией (дизайнер, маркетинговый или PR-отдел), либо подрядчиком по производству, чаще всего им выступает рекламное агентство. Есть ряд основных правил для подготовки макета:

• Макет должен быть выполнен в векторном формате (.cdr, .ai, .eps).

• При изготовлении макета необходимо учитывать соответствие размера места под нанесение на сувенирной продукции с размером логотипа компании либо той информации, которую вы собираетесь нанести.

• Для тампопечати и шелкографии важно учитывать минимальный размер одного элемента для нанесения. Так, если у вас в нанесении планируется текстовая информация (логотип, адрес сайта или телефон) высота одной буквы не должна быть менее 2 мм. То же касается и графических элементов. Иначе есть вероятность того, что информация будет плохо читаться.

Чтобы избежать возможного брака или несоответствия ожиданиям при персонализации продукции, следует прислушиваться к советам производителей / поставщиков по брендированию продукции. Если позволяет возможность, лучше выполнить сигнальный образец с нанесением. Правда, с этим будут связаны дополнительные расходы, и не очень маленькие, поскольку изготовление сигнального образца обычно рассчитывается по прейскуранту изготовления минимального тиража. Чтобы избежать возможных нюансов, лучше при заказе сувенирной продукции увеличивать тираж на 1-2 штуки – на приладку.

При выборе информации для брендирования стоит задаться вопросом, в первую очередь, кому и с какой целью вы дарите подарок. Если это небольшой подарок посетителям вашего стенда на выставке, то имеет смысл к логотипу или названию компании добавить информацию об адресе сайта и сфере деятельности компании. Если это полезный сувенир (брелок для ключей, открывашка и т.д.), то данная информация будет работать как дополнительный канал рекламы, напоминая посетителю о вас. Функциональный подарок имеет значительно более долгую жизнь, как и ассоциации с компанией, подарившей его.

В рекламном бизнесе именно форма определяет содержание: главное не то, что вы рекламируете, а то, как вы собираетесь это делать. Вы сможете заинтересовать партнера только тогда, когда представитесь ему необычным образом. А сувенирная продукция есть способ как прямого, так и косвенного представления фирмы, которое может исходить даже от лиц, с вами никак не связанных: просто ваш сувенир попал к ним в руки, а его увидел еще кто-то и т.д. Поэтому при выборе подарка и способа его персонализации важно помнить: это – ваш имидж!

Светлана Кудрявцева
www.sphera-gifts.com
Фото предоставлены: каталог We love Xmas 2012

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ОТ КОМПАНИИ «ДЖИ-ЛИАН»

Во многих компаниях принято делать подарки деловым партнерам, начальникам, коллегам, постоянным заказчикам. Перед вами стоит нелегкая задача, ведь бизнес-презент – это знак особого внимания, возможность выразить признательность, показать значимость сотрудничества и оставить положительные эмоции. В бизнес-среде действуют особые правила этикета, которые распространяются и на поздравления, и на корпоративные подарки. Корпоративный подарок не должен быть пустой безделицей, он должен быть наделен практичностью и смыслом.

Компания «ДЖИ-ЛИАН» представляет Вам линию высококачественного фарфора торговых марок Star Festival и Auratic!

Сотрудники нашей компании четко отслеживают тенденции в сегменте дорогого фарфора, благодаря этому наша посуда является уникальным предложением. Ценность нашего товара состоит в сочетании цены, качества, новизны, разнообразии цветовых решений и форм. Высококачественный китайский фарфор всегда был и остается символом обеспеченности, роскоши и комфорта, поэтому будет уместен и на самых торжественных событиях.

Наш товар разбит на подарочные наборы, что позволит Вам сформировать как сервиз, так и купить, например, красивую чайную пару. Вся продукция имеет отдельную подарочную упаковку премиум класса.







Чайные и столовые сервизы подходят для приема важных гостей, рабочих встреч, дегустаций эксклюзивных сортов чая, кофе и блюд.

Чайные пары и наборы кружек могут стать отличным подарком сотрудникам на Новый Год, 23 февраля, 8 Марта или День рождения компании.









Также в нашем ассортименте есть уникальный бизнес сувенир - набор для чайной церемонии. По китайской традиции гость не может уйти, не выпив хотя бы 7 чашечек чая, а за это время можно провести любые, даже самые сложные и длительные переговоры. Наборы «Чайная церемония» могут стать для Вас лучшим помощником в ведении бизнеса.





Подробнее ознакомиться с нашим ассортиментом и ценами можно на сайте www.ji-lian.ru, а также в офисе продаж по адресу ул. Сельскохозяйственная, д. 7/1, стр. 2. Тел. (495) 617-41-53

НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ НИКА

С ВАШЕЙ СИМВОЛИКОЙ – С ЛЮБОВЬЮ К КАЖДОМУ КЛИЕНТУ!

Приближается Новый год – замечательное время, искрящееся праздничным весельем, наполненное заботой и вниманием к окружающим. Сделанные с душой, новогодние сувениры с корпоративной символикой станут отличным подарком для ваших деловых партнеров или сотрудников. Оставьте в прошлом банальные календари и ручки, преподнесите вашим уважаемым партнерам действительно оригинальные, а главное, уникальные новогодние подарки, созданные специально для них.

Ценные деловые партнеры достойны особого внимания – таково непреложное правило компании НИКА. Именно поэтому мы предлагаем вам необычные бизнес-подарки – ювелирные часы и аксессуары НИКА с корпоративной символикой. Как никакие другие новогодние подарки, уникальные бизнес-сувениры от НИКИ неизменно привлекут внимание к вашей компании, подчеркнут ее статус и создадут у партнеров и клиентов позитивное впечатление.



Зрекайкина Надежда, руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами

Золотые, серебряные и керамические часы, ювелирные аксессуары, ювелирные письменные принадлежности и сувенирные монеты от НИКИ – лидера российского рынка ювелирных часов – всегда отличаются первоклассным качеством и актуальным дизайном. А нанесение логотипов и надписей на циферблат часов, разработка индивидуального дизайна изделия, различные гравировки на крышке или корпусе часов, на ручках и монетах с учетом вашего вкуса и пожеланий позволят создать изысканный драгоценный подарок, который будет выгодно отличаться от любых других своей неповторимостью и изяществом.

Оригинальность и эффективность корпоративных подарков от НИКИ уже оценили в Госдуме, ФСБ, ВЭБ МВД, Олимпийском комитете, Министерстве туризма, спорта и молодежной политики, Правительстве и Госсобрании Республики Саха (Якутия), авиакомпании UTair, косметической компании Avon, дилерском центре Infinity, страховой компании «НСГ страхование жизни» и многих других.

К наступающему Новому году, который по восточной мифологии является годом Дракона, мы подготовили для вас целый ряд новых корпоративных подарков - памятных монет с новогодней символикой, часов с гравировкой и др. – воплощающих самые теплые новогодние поздравления и искренние пожелания успехов в следующем году.

Важно отметить, что вы сами можете создать ваш новогодний подарок вместе с нами, ведь наша задача заключается лишь в том, чтобы воплотить ваши замыслы в жизнь и сделать ваш драгоценный подарок индивидуальным и запоминающимся.

Для особо важных клиентов и партнеров в нашей компании теперь появилась возможность сделать заказ на изготовление по-настоящему восхитительных подарков – роскошных часов ручной работы НИКА Exclusive, чья художественная ценность ставит их в один ряд с шедеврами ювелирного и часового искусства. Часы-скелетоны из золота 750 пробы с резными узорчатыми механизмами и часы с витражными эмалевыми циферблатами – это действительно уникальные часы, поскольку изготовлены вручную по авторским эскизам, инкрустированы драгоценными камнями и декорированы благородной эмалью.

Наступающий год Дракона отмечен знаком небесного могущества и самого благоприятного астрономического влияния, он считается годом удачи и процветания. Пусть этот год принесет вам и вашим деловым партнерам благополучие, богатство и долголетие. А новогодний бизнес-подарок от НИКИ станет олицетворением высокого положения, счастья и бесконечной удачи. С наступающим!

«НИКА – Подарки VIP-класса».
Созданы, чтобы удивлять!

http://co.nikawatches.biz







ВЫБОР КОРПОРАТИВНОГО ПОДАРКА – ЗА НИМИ

Можно строить много предположений, какое из ваших ноу-хау станет бестселлером в качестве корпоративного подарка. Но это все будут предположения. Точный ответ на вопрос, что подарят боссу, партнеру или нескольким тысячам сотрудников и клиентов, знают только они – маркетологи и PR-менеджеры, которые и занимаются выбором фирменной сувенирки и адресных презентов от лица компании. Именно поэтому GR решил получить информацию из первых рук и опросил специалистов из совершенно разных сфер бизнеса, представителей компаний разного формата и масштаба.

ПО ПОВОДУ И БЕЗ

Рынок корпоративных подарков своей сезонностью не сильно отличается от остального рынка подарочной продукции. Основные «удары» спроса приходятся на периоды Нового года, 23 февраля и 8 марта. Это основные даты, которые требуют подготовки презентов практически во всех компаниях. Однако нам часто называли и другие, не менее важные поводы для подарков: день рождения компании, профессиональные праздники, дни рождения стратегически важных партнеров и клиентов, юбилеи сотрудников, закрытие важной сделки, запуск нового продукта/услуги и даже обнародование финрезультатов деятельности компании. В результате, сезонность размывается, и для производителей это только плюс – компания может быть обеспечена заказами независимо от календаря государственных праздников. Но предвидеть заранее все возможные случаи, по которым маркетологам понадобится сувенирная продукции, практически невозможно. Только типичные ситуации поддаются предварительному планированию, а значит, выбор сувенирной продукции относительно широк только по общепринятым «красным» датам. Для частных случаев маркетологи вынуждены самостоятельно искать варианты и идеи. «Ощущается явная нехватка креативного подхода как у тех, кто предлагает продукцию, так и у тех, кто ее заказывает», – констатирует **Виталия Львова, генеральный директор Promotion Realty.** «Я редко ищу подарки в Интернете в каталогах поставщиков, потому что, как правило, кроме ручек и дорогих зонтов там мало, что есть, соглашается **маркетолог компании Nicko Travel Group Ольга Вепрецкая.** – Я стараюсь придумать подарок сама, а потом уже найти, кто мне может его обеспечить. Не хватает достойных предложений, это правда».



ФОТО: NICKO TRAVEL GROUP

В условиях такого дефицита маркетологи вынуждены сами работать над идеей подарка, что, согласитесь, не совсем правильно. На самом деле такое положение вещей не на руку в первую очередь тем, кто специализируется на корпоративных подарках. Вы просто-напросто упускаете своего клиента. Рынок стабильно развивается, только если компании-производители и компании-исполнители работают на опережение: актуальное предложение появляется прежде дефицита товара. Пролистав каталоги и просмотрев добрый десяток интернет-сайтов компаний, которые предлагают подарки для бизнеса, действительно, убеждаешься, что ассортимент не так уж и велик. Можно, конечно, сослаться на то, что это заказчики выбирают именно ручки-ежедневники-календари. Но посмотрим на это с другой стороны. Многие специалисты зачастую совмещают в себе сразу несколько специальностей и обязанностей – маркетолог, рекламщик, пиарщик, менеджер по развитию и пр. Таким заказчикам просто некогда ломать голову над оригинальным подарком и он вынужден брать стандартное предложение рынка. Однако если бы ему предложили что-то еще «вне стандартной программы», сложно представить, что покупатель бы отказался!

ЦЕЛИ ОПРАВДЫВАЮТ СРЕДСТВА

Но пока в плане корпоративных сувениров оригинально – значит дорого. Хотя средний, самый массовый, рынок находится в диапазоне 1000-3000 рублей за подарок. Меньше – для многочисленных сотрудников, больше – для избранных менеджеров и партнеров. Сейчас именно эта срединная ниша не насыщена предложением. Мы имеем множество бюджетных вариантов брендированных безделушек и едва ли не такой же объем элитных, роскошных, люксовых, VIP подарков, стоимость которых стремится к бесконечности. Бюджет на подарки вип-персонам колеблется в диапазоне от 5000 до 20 000 руб., считает **Анастасия Хрисанфова, HR-консультант,**






ФОТО: NICKO TRAVEL GROUP

Ювелирные ручки ручной работы



Компания „Ювелирная коллекция" выпустила новую серию авторских ручек ручной работы. Коллекция выполнена из серебра высочайшей 960 пробы с вставками из драгоценных и полудрагоценных камней и украшена горячей эмалью. Вся серия выпущена лимитированным тиражом.



Ювелирная ручка может быть исполнена на заказ. По Вашему желанию в дизайне возможно использование логотипа компании, монограммы, фирменных надписей. Широкая палитра цветов эмали и богатый выбор драгоценных камней сделают Вашу ручку неповторимой и запоминающейся.

Ручка, выполненная по старинной технике - это настоящее произведение искусства, которое будет прекрасным и неординарным подарком.

Реклама

ЮВЕЛИРНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Москва, ул. Гиляровского, дом 65, оф. 1205
www.24-karat.ru, тел.: 8(495)364-0204

руководитель HR-подразделений в компаниях fashion retail. Нередко такие подарки не брендируют, рассчитывая прежде всего на импозантность сувенира. И лишь немногие коллективы способны при минимальных финансовых затратах подготовить эффективные подарки и поздравления даже для «топов».

«Средний бюджет для сотрудников у нас 3 000 - 5 000 руб., однако мы редко дарим материальные подарки. Мы дарим эмоции, – рассказывает **Александр Старостин, управляющий партнер компании «Технология Игр».** – Например, мне на День рождения прекрасная половина нашего коллектива преподнесла в подарок календарь, изданный в единичном экземпляре. На страницах календаря сотрудницы Т-Игр одеты в черные вечерние платья с ярко-оранжевыми аксессуарами (герберы, апельсины, ежедневники, кружки, ленты и пр., оранжевый – наш корпоративный цвет). Это было попадание «в десятку», по-настоящему персонифицированный и с душой приготовленный подарок. Мне было очень приятно!» К слову опыт сотрудников этой компании – настоящий кладезь оригинальных идей и способов их воплощения. «Наши Дни рождения превращаются всегда в настоящие праздники, – рассказывает Александр Старостин. – Для руководителя отдела программ Анны Ефимовой сделали тематическую Hippie Birthday вечеринку. Был объявлен специальный дресс-код: яркая свободная одежда, повязки, большие украшения. И помимо вещественного подарка, ей гуашью разукрасили машину основными слоганами хиппи, цветами и прочей атрибутикой. Для бизнес-директора «Технологии Игр» Алены Нестеровой специально заказывали футболки и сделали на них нанесение ее портрета в стиле Энди Уорхола. Креативный отдел две ночи мастерил пиньяту с конфетами, а в день поздравления - разукрасил асфальт под окнами офиса. Завершением поздравления стала исполненная под электрогитару песня. Именно такие подарки мы стараемся дарить - яркие, запоминающиеся, эмоциональные».



ФОТО: ТЕХНОЛОГИЯ ИГР

Конечно, такие персонифицированные подарки не универсальны и подходят лишь для компаний с соответствующей стилистикой внутренних коммуникаций. Однако именно нематериальные поощрения работают лучше других. Маркетологи называют в числе наиболее эффективных, мотивирующих подарков – программы обучения, культурные мероприятия, сертификаты, соответствующие увлечениям адресата. Кроме того, многие компании продолжают искать оригинальные и необычные реализации для собственной фирменной атрибутики. «Логотип нашей компании в виде земного шара, который может вращаться за счет солнечной энергии и магнитного поля земли, т.е. без использования электроэнергии, – описывает **Ольга Штода, директор по развитию и маркетингу УК BlackStone Keeping Company, наиболее удачный вариант из своей практики.** – Шар вращается на любой поверхности (на подставке, ладони, столе) и в любом месте (на улице и в помещении) и, главное, никогда не останавливается (проверено уже более 2 лет)».

ВСТРЕЧАЮТ НЕ ПО ОДЕЖКЕ

Грамотные маркетологи и пиарщики знают цену ошибке при выборе производителя и поставщика сувенирки. Мне рассказывали о катастрофической ситуации, когда на брендированной продукции, заказанной к важной корпоративной дате для акционеров компании (по весьма щедрой цене), обнаружились грамматические ошибки, которых не было в согласованном варианте на образце! Сувениры должны были раздавать на мероприятии, и в оставшееся до него время уже не было возможности переделать партию. Пришлось срочно покупать «безликие» аналоги, чтобы уж совсем не оставлять без внимания акционеров... Такая ситуация, пожалуй, страшный сон для любого маркетолога. Именно поэтому сезонность корпоративных подарков значительно более размыта по временным границам. Многие компании еще летом начинают готовить серьезные запасы корпоративных подарков к новому году. А к выбору компании-исполнителя в этом случае заказчики подходят с особенной серьезностью.

«Во главу угла мы ставим уникальность предложения и гибкость подрядчика, – поясняет свой подход **Виталия Львова.** – Например, когда нам требуются «такие же, но с перламутровыми пуговицами». Второй критерий – это баланс 3-х составляющих: качество соответствующее цене и срок изготовления (соответствующий запросу клиента)». Не удивительно, что сроки и качество назвали в числе первоочередных критериев все опрошенные GR специалисты. «Выбирая поставщика, главным критерием является, несомненно, качество сувенирной продукции. Потому что это наше «лицо», – уверен **Александр Старостин.** – Если расставлять по приоритетам дальше – то уникальность предложения, цена и сроки изготовления».

Обобщая мнения опрошенных GR специалистов, мы получаем такую формулу успеха на рынке корпоративных подарков: **оригинальность + эмоции + персонификация + доступная цена + пунктуальность + качество = востребованный корпоративный подарок.**

Причем недостаточно просто сказать «у нас оригинальные корпоративные подарки по суперценам». Поверьте, большинство предложений в этой сфере сопровождается именно таким утверждением с небольшими вариациями. Это не выделит ваш ассортимент, не добавит вам баллов и, тем более, не станет конкурентным преимуществом. Важнее сделать предложение вовремя, адресно и в соответствии со своими техническими возможностями. В этом случае маркетолог высоко оценит компетентность потенциального подрядчика и с большей долей вероятности не станет тратить свое драгоценное время на изобретение велосипеда, а примет актуальное предложение. GR

Дарья Балаян

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ КОРПОРАТИВНОГО ПОДАРКА:
МОТИВАЦИЯ, ЛОЯЛЬНОСТЬ, ПООЩРЕНИЕ, ИМИДЖ, ПРОМОУШН.

ipsa

Institute
of Professionals
in Specialty
Advertising

Рекламные СУВЕНИРЫ ВЕСНА 2012

21-я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРКОВ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМОУШН



7-9 февраля 2012

МОСКВА

МВЦ КРОКУС ЭКСПО

павильон 2
зал 9



Организатор:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры»
(IPSA)

Координаты оргкомитета:
тел.: (495) 228 1335, 228 1336
факс: (495) 228 1337

www.ipsa-russia.ru

VI ВСЕРОССИЙСКИЙ
ФОРУМ
ПОСТАВЩИКОВ И РИТЕЙЛЕРОВ

товаров для дома, посуды, подарков и сувениров

«ЭФФЕКТИВНЫЕ ЗАКУПКИ, ПОСТАВКИ, ПРОДАЖИ-2012»

Consumexpo 2011

В ПРОГРАММЕ ФОРУМА

5 тематических секций

25 выступлений и мастер-классов

ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™



Переговоры о поставках
с участием коммерческих директоров
и руководителей отделов закупок
25 розничных сетей России

17-18 ЯНВАРЯ

Москва, Экспоцентр

КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ:
Тел: (495) 730-79-06, (812) 327-49-18
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
http://consumexpo.imperiaforum.ru

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ
КОНСУМЭКСПО-2012. ЗИМА

Организатор
forum imperia

Генеральный партнер
ЭКСПОЦЕНТР

Реклама

Приключения вместо сувениров!

подарки со смыслом P.S. BOX

Мир меняется стремительно. Так же стремительно меняется индустрия подарков: помните, раньше мы скупали тоннами фотоальбомы или скучные кружки. Потом настало время «оригинальных» дизайнерских подарков. Сейчас отходит и эта волна – все уже знакомы с ассортиментом и довольно сильно утомлены им. Индустрии срочно требовался глоток свежего воздуха, который не заставил себя ждать: несколько лет назад на российский рынок вышли подарки-впечатления. Как и любой абсолютно новый на рынке продукт, впечатления начали пользоваться спросом не сразу. Но сейчас мировая тенденция победила российскую инертность: у людей начинает пропадать интерес к материальным благам, и повышается интерес к впечатлениям и новым экспериментам.



Удобный формат подарков-впечатлений.

Компания P.S.BOX обладает широким опытом работы с впечатлениями – только в официальном каталоге компании насчитывается более 500 впечатлений. А как признаются сотрудники «приключенческой» фирмы в неофициальных беседах, на самом деле возможности P.S.BOX не ограничены никакими рамками. Хотя придумать что-то, чего еще нет в ассортименте компании, довольно сложно.



Это не значит, что на магазинных полках подарки от P.S.BOX должны занимать целые стеллажи: весь ассортимент впечатлений умещается всего на одном стенде. Упакованные в удобные и красивые подарочные коробки, сертификаты P.S.BOX готовы в любой момент радовать именинников или молодоженов. В каждой коробочке получатель найдет более 20 услуг на выбор. Это избавляет от главного страха: когда мы ищем для любимых подарки, больше всего мы боимся, что презент не понравится. Здесь ситуация иная: вместо конкретной вещи вы дарите выбор, а это почти 100% гарантия удачи. Благодаря развитию региональной сети активация подарка почти не ограничена географически: подарки от P.S.BOX удобно дарить человеку в любом городе России.

Оказывается, даже приключения поддаются структуризации – все подарки делятся на несколько лини, по цене и по тематике. Что касается тематического распределения, то подарки от P.S.BOX можно разделить на несколько основных направлений: экстремальный спорт, различные хобби и программы ухода за собой, которые включают SPA-процедуры. Каждый тематический сегмент разделен на ценовые категории – от совсем недорогих вариантов, которые приглянутся студентам, до услуг класса «люкс», которые отлично подойдут в качестве подарка для босса. Также в ассортименте P.S.BOX покупатели найдут подарки для детей и для влюбленных пар – эта линия продукции называется «Для двоих».

О компании:
-Компания P.S.BOX основана в 2009 году
-Провайдерская сеть компании охватывает более 50 городов России
-Европейские инвестиции и успешный западный опыт

www.ps-box.ru, info-contact@ps-box.ru,
телефон: 8 (495) 229-13-00, 8 (800) 555-55-19

БУДУЩЕЕ ЗА РЕГИОНАМИ – ВОПРОС ИЛИ ОТВЕТ?

В этом номере мы неспроста решили поговорить о региональном рынке подарочной и сувенирной продукции. В прошлый раз, рассуждая о выгодах и сложностях импорта продукции, мы не раз задавались вопросом, почему на нашем рынке великое множество импортеров и не так много российских производителей. Теперь же мы обнаружили, что если в вопросах производства регионы пока не готовы конкурировать с другими странами, то в качестве рынков сбыта у российских нестоличных городов очень радужные перспективы.

ПОДВИЖКИ В НЕДВИЖИМОСТИ

Как правило, разговор о ритейле, независимо от сегмента, начинается с обсуждения торговой недвижимости. Это, что называется, о наболевшем. Действительно, в результате кризиса коммерческая недвижимость сильно просела в своих темпах развития. Теперь предложение по торговым площадям идет вразрез со скоростью наращивания оборотов торговыми компаниями. В результате, для многих главное препятствие в расширении сети сбыта – это нехватка торговых помещений. Особенно остро вопрос стоит для товаров из ценового сегмента «средний+» и «премиум». Для дорогих, элитных подарков требуется соответствующее помещение в качественном торговом центре или же на центральной торговой улице города рядом с солидными витринами других компаний, ориентированных на состоятельную аудиторию. Именно таких помещений сейчас не хватает в большинстве регионов.

Впрочем, в городах с населением более 500 тысяч жителей сейчас активно продолжают строиться торговые центры, зачастую столичными компаниями, которые создают качественные объекты как для среднего, так и для премиального сегмента ритейла. О том, что спрос на эти помещения сейчас как никогда гарантирован, говорят и аналитики. По данным Colliers International, в планы развития ритейлеров входит открытие новых торговых точек в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Астрахани, Ростове-на-Дону, Самаре, Владимире, Екатеринбурге, Челябинске, Уфе, Вологде, Барнауле, Рязани, Новосибирске, Воронеже и Краснодаре.

По ощущениям **Александра Суворова, руководителя отдела развития компании «Махровые сладости»,** Новосибирск не испытывает нехватки в торговых объектах. Однако если речь идет о менее крупных городах, то здесь пока ситуация без существенных изменений. «В областном центре в Нижнем Новгороде довольно много современных красивых торговых центров, – подтверждает **коммерческий директор компании «АКСО» Антон Афанасьев.** – В других городах области торговых площадей такого формата немного, для продажи дорогих подарков – подходящих зачастую просто нет».

ФАВОРИТЫ

В лидеры городов, интересных для компаний, специализирующихся на подарках и сувенирах, по результатам опроса GR, попали такие города, как Новосибирск, Краснодар и Самара. Вообще, складывается впечатление, что географических ограничений для сегмента подарочной продукции не существует. Как прокомментировал нам **Владимир Краснобаев, руководитель компании «Правила Успеха Групп»,** работать с компаниями не из Москвы или Петербурга иногда даже интереснее.

И многие столичные компании работают не зависимо от географии, ориентируясь на конкретные потребности партнеров из конкретных регионов. «Мы не выделяем какой-то отдельный федеральный округ или город, так как политика компании базируется на идее, что любая территория имеет большой потенциал, если отвечать ее потребностям, – поясняет **Виктор Алекса, генеральный директор ООО «Урбаника».** – Поэтому мы активно сотрудничаем с нашими партнерами, предлагая широкий ассортимент разнообразных категорий товара и ценовой диапазон в рамках выбранного среднего сегмента. Это дает им возможность самостоятельно выстраивать ассортиментную политику «на местах», которая соответствует возможностям и потребностям конкретной территориальной единицы». Да и региональные компании готовы работать за пределами своего субъекта федерации, несмотря на высокую конкуренцию со стороны крупных игроков рынка. «На мой взгляд, рынок везде развивается одинаково и перспективы есть во всех регионах, – уве-

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ГОРОДА ДЛЯ РЫНКА ПОДАРКОВ

(по результатам опроса GR, по частоте упоминаний)

- НОВОСИБИРСК
- КРАСНОДАР
- САМАРА
- КУРСК
- НИЖНИЙ НОВГОРОД
- ЕКАТЕРИНБУРГ

а также БРЯНСК, КАЛУГА, ЛИПЕЦК, УФА, КРАСНОЯРСК, КАЗАНЬ, СОЧИ.

РЕЙТИНГ FORBES «ЛУЧШИЕ РЕГИОНЫ ДЛЯ БИЗНЕСА – 2011»

(без учета Москвы и области, Петербурга и области, Кавказского региона)

МЕСТО	НАЗВАНИЕ	ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ
1	Республика Татарстан	3 800 000
2	Свердловская область	4 300 000
3	Краснодарский край	5 200 000
4	Тюменская область	3 400 000
5	Самарская область	3 200 000
6	Нижегородская область	3 300 000
7	Новосибирская область	2 700 000
8	Пермский край	2 600 000
9	Челябинская область	3 500 000
10	Ростовская область	4 300 000

Источник: Forbes

рен **Сергей Красавцев, генеральный директор компании «Полезные Подарки».** – Единственное, что центральные регионы, крупные города в развитии подарочного бизнеса идут на полшага вперед».

В числе регионов нон-грата, о которых, кстати, участники рынка упоминали очень редко, оказались относительно удаленные от склада регионы (например, Зауралье для компании «Коралл»), автономный и близкий к высоко конкурентной Европе Калининград и нестабильный во всех отношениях Кавказский регион.

ДАЛЬНИЕ ДАЛИ

Для некоторых компаний, правда, сложности доставки делают невыгодным развитие за определенными пределами досягаемости. Так, сеть «Коралл» считает целесообразным экспансию только в пределах 1000 км от центрального офиса. Впрочем, это получаются тоже не малые масштабы – 18 регионов в ЦФО, ПФО и СЗФО.

Проблемы с доставкой в регионы зачастую связаны и со спецификой товара. «Мы продаем и керамику, и стекло, и дерево, и еще множество всего легко бьющегося. И покупателю приходится зачастую отдавать треть суммы от заказа транспортным компаниям, чтобы товар дошел в сохранности, – рассказывает **Сергей Красавцев («Полезные Подарки»).** – Поэтому некоторые предпочитают сами закупаться в ближайших оптовых базах и довольствоваться местным ассортиментом и ценами».

Добавляет проблем и цена доставки на дальние расстояния. «При сотрудничестве с региональными компаниями самой большой проблемой, с которой мы сталкиваемся, – это стоимость доставки товара, – поясняет **Екатерина Козаченко, директор ООО «2К КОРЗИНА».** – Получается, что регионы вынуждены покупать корзины в Москве и закладывать в стоимость продукта еще и доставку. Для тех, кто занимается оптом, это становится непреодолимым препятствием, так как дать конечному покупателю, и более того, еще и перекупщику, приличную цену, в которой заложена доставка и хотя бы минимальный интерес, невозможно».

ВАРИАЦИИ НА ТЕМУ

Итак, интерес к подарочной продукции не зависит от климата, часового пояса или положения на карте. Но в то же время в каждом регионе есть свои нюансы. В первую очередь, на активности развития этого сегмента ритейла сказывается покупательская способность. В этом, увы, большинство регионов пока проигрывают столице. В результате, в менее благополучных с точки зрения экономики городах спрос выше на дешевую продукцию. С другой стороны, в регионах, где с финансами у покупателей все более-менее хорошо, очень активно развиваются серьезные конкуренты из той же столицы. «Рынок сувенирной продукции в Костромском регионе широко представлен как изделиями народно-художественных промыслов местных производителей, так и сувенирами из Китая, – рассказывает про свой регион **Олег Травин, руководитель сети сувенирных лавок в Костроме «Костромской подарок».** – В городе присутствуют многие федеральные игроки. Например, «Календарь подарков», «Коралл», «Интерьерная лавка» и др. Доминируют крупные компании».

А вот как комментирует ситуацию столичный игрок, компания **Retail idea:** «Хотя в регионах развиваются местные «подарочные» компании, их географический рынок,



как правило, ограничен регионом местонахождения компании и соседними регионами. Для того чтобы конкурировать с нами, как минимум по цене, у них должны быть соответствующие объемы, а большие объемы может позволить себе только столичная компания, работая со всей Россией. К тому же, если рассматривать вопрос поставок из стран Азии, на сегодняшний день все логистические схемы в основном построены на доставку в Москву/Петербург, и доставка до любого региона будет обходиться дороже. Дальний Восток, хотя и близок к странам Азии, имеет ряд существенных недостаток: долгая транспортировка заказов и часовая разница». «Наиболее сильными конкурентами в регионах всё-таки являются московские компании», – соглашается **Галина Сухова, директор по продажам компании ENS group.**

На таком высоко конкурентном рынке компаниям приходится постоянно следить за балансом ассортимента, цены и качества. А пресловутая удаленность может в некоторых случаях быть даже полезна для укрепления позиций местных компаний. «Новосибирск – достаточно крупный и развитый в этом плане город, появляется все больше компаний, позиционирующих себя в сегменте «Сувениры и подарки». В нашем городе присутствует одна из крупнейших в России сеть магазинов подарков «Красный Куб», сеть фирменных магазинов «Экспедиция», – рассказывает **Александр Суворов («Махровые сладости»).** – Доминирующее положение занимают местные игроки, сети магазинов, например, «Тотал Лук» или «Галерея подарков D'A.R». Также очень большое количество маленьких магазинов и отделов с сувенирной продукцией».

А вот крупный и не столь удаленный от Москвы Нижний Новгород, по мнению местных игроков, все еще находится в стадии нераскрытого потенциала. «Рынок сувенирки и подарков в Нижнем Новгороде нельзя назвать сильно развитым, – считает **Антон Афанасьев («АКСО»).** – Магазины подарков есть, но их не очень много и между собой они зачастую не конкурируют из-за разного ассортимента. За последние два года в этих магазинах появлялось мало новинок, которыми можно удивить клиента. В больших торговых центрах доминируют крупные сетевые компании («Саквояж Подарков», «Красный куб»), в центре города есть несколько небольших частных магазинов с ассортиментом дорогого товара, на окраинах – мелкие оптовые фирмы и магазинчики, занимающиеся недорогой сувениркой. «Семейного» бизнеса, пожалуй, чуть больше, чем крупного».

НЕ В СЕТИ

О возможностях Интернета для рынка подарков и сувениров мы подробного говорили в одном из прошлых номеров («Сеть расставила сети», GR, №2/2011). С тех пор ситуация существенно не изменилась – регионы существенно отстают, в частности, в развитии онлайн-продаж сувениров и подарков. По словам **Антона Афанасьева («АКСО», Нижний Новгород),** темпы роста в десятки раз ниже, чем в столице: «Думаю, что формат традиционной торговли остаётся более востребованным».

Однако динамика в этом вопросе явно положительная. «Могу сказать по своей компании – количество заказов, совершенных посредством Интернета, с каждым годом растет», – утверждает **Сергей Красавцев («Полезные Подарки», Санкт-Петербург).** – Основной проблемой, с которой сталкиваешься во время работы с регионами, это необходимость убеждать клиентов, например, из Саратова заказать товар через наш интернет-магазин, так как существует некое недоверие к интернету, скажем, что качество товара не будет соответствовать или что товар вовсе не будет доставлен...»

У самих продавцов доверия к относительно новому каналу продаж гораздо больше. «Могу с уверенностью сказать, что интернет-торговля в последнее время приобретает все более массовый характер. Данный формат удобен как продавцу (экономия на аренде, зарплате продавцов), так и покупателю (можно выбрать товар, не выходя из дома), – констатирует **Александр Суворов («Махровые сладости»).** – Но, конечно же, интернет-магазины уступают традиционным форматам продаж – для многих покупателей очень важен сам процесс общения с продавцом, важно подержать вещь в руках, увидеть подарок вживую».

Похоже, что интернет-магазины как ниша для подарков и сувениров в регионах – очень лакомый кусок. Ведь, если провинция и отстает от столицы, то все равно маршрут движения тот же. Значит, чуть позже региональные и районные центры ожидает такой же бум интернет-магазинов подарков, какой мы сейчас наблюдаем в Москве и Питере. Оптовые продажи через онлайн-кабинеты клиентов тоже будут все более востребованы по мере «привыкания» клиентов к новой среде для бизнеса.

ПЕРСПЕКТИВЫ

Многие опрошенные GR компании, как ритейлеры, так и поставщики, очень позитивно оценивают перспективы регионального рынка для сбыта сувенирной продукции. И дело не только в том, что в регионах люди становятся более состоятельными. Дело скорее в том, что до сих пор география многих компаний была сильно ограничена. «Наши продажи на 50% и более – это Россия за исключением Москвы и Петербурга, а наш охват рынка составляет пока не более 20-30%, – подсчитывает **Владимир Краснобаев («Правила Успеха Групп»).** – Тем более развитие регионов подчас идет более высокими темпами». Кроме того, не без помощи технологий, которые облегчают и финансовую, и формальную сторону дистанционного партнерства, компаниям, разделенным тысячами километров, теперь гораздо проще сотрудничать.

«Подарки и сувениры будут востребованы всегда, не сомневается **Александр Суворов («Махровые сладости»).** – Особенность регионов – это преобладающий спрос на подарочную продукцию в нижнем и среднем ценовом сегменте. Также могу сказать, что в различных регионах присутствуют местные производители, предлагающие довольно интересные и достойные внимания сувениры. Необходимо как можно чаще обмениваться опытом, информацией, новинками непосредственно между регионами. Исходя из этого, нужно строить дальнейшие планы по развитию любой компании».

Готовность компаний работать вне зависимости от географии говорит о том, что уже в ближайшем будущем ритейл сегмента подарков и сувениров будет активно развиваться в формате межрегиональных торговых сетей, партнерских проектов и онлайн-проектах с доставкой по всей России. Когда такая обстановка закрепится, пожалуй, появится смысл снова поговорить об импорте и экспорте, но уже в ключе реальных перспектив международной экспансии российских компаний. GR

Дарья Балаян

«МиРоВик плюс» –
ПОСТАВЩИК ПОСУДЫ ИЗ ФАРФОРА, СТЕКЛА, КЕРАМИКИ
www.mirovik.ru



Посуда – это символ домашнего уюта, комфорта и семейных традиций. Оригинальная, стильная, удобная, она не оставит равнодушными ни хозяйку, ни хозяина дома. Посуда – это неиссякаемый источник для вдохновения при поиске подарка. Всевозможные чайные и столовые сервизы, оригинальные сувениры, детские наборы, чайники, изящные вазы для фруктов и десертов, разнообразные блюда для сервировки стола, менажницы, наборы для торта... Это далеко не весь список.
У нас есть чем удивить , порадовать и сделать чуть счастливее вас и ваших клиентов!
В преддверии наступающих праздников компания «МиРоВик плюс» предлагает множество изысканных, оригинальных, но в тоже время полезных вещей.

С нами выгодно работать!

Россия, Владимирская область,
г. Гусь-Хрустальный, ул. Курловская, 50
Тел.: +7 (49241) 2-73-34, +7 (49241)2-29-47,
+7 (4922)37-39-19
E-mail: info@mirovik.ru
www.mirovik.ru

Наши представительства:
г. Нижний Новгород, ул. Федосеенко, 57
Тел./факс: +7 (831) 225-73-91
E-mail: keramika_stil@mail.ru

г. Липецк, Универсальный проезд, 2
Тел.: +7 (4742) 34-52-47. Факс: +7 (4742) 34-72-51
E-mail: mirovik-plus@mail.ru

ООО «МиРоВик плюс» – официальный дилер Опытного Стекольного Завода в Нижегородской, Липецкой областях, в Дальневосточном регионе и Республике Беларусь.



ИЗ ЕВРОПЫ С ЛЮБОВЬЮ. «ФОЛИАНТ ДЕКОР»

Компания «ФОЛИАНТ ДЕКОР» была основана в 1997 году. Деятельность компании – продажа подарков, сувениров и предметов интерьера на российском рынке. Мы предлагаем богатый выбор таких товаров как подарки, сувениры, предметы интерьера, картины, аксессуары для дома и кабинета, удивительные парфюмированные свечи из Англии, гобелены из Франции, коллекционные фарфоровые статуэтки из Ирландии от лучших фабрик, прекрасно сочетающие в себе элегантность и классический стиль. Мы уверены, что любая вещь, купленная Вами у нас, доставит Вам много приятных минут. Внесите дополнительный штрих элегантности и разнообразия в Ваш кабинет на работе и дома.



ХОЛСТЫ И БАГЕТЫ ИЗ АНГЛИИ

Наши сюжеты – это копии художественных произведений, мировых шедевров, оригиналы которых можно наблюдать во многих музеях мира. Более 400 сюжетов, 6 размеров, 20 разновидностей багетов, удовлетворят запросы самого требовательного покупателя. В производстве постеров используется новая технология – олеография, которая заключается в нанесении машинным способом: более десятка цветов и более сотни цветовых оттенков кладутся слой за слоем, что позволяет очень точно воспроизвести изображение. Поверхность картины покрывается специальным лаком, при помощи которого создается эффект старинного антикварного полотна. Багет выполнен из натурального дерева, с элементами лепнины (гипса) в качестве декора. Наши картины созданы таким образом, чтобы Вы, находясь в помещении, украшенном ими, почувствовали себя в музее.

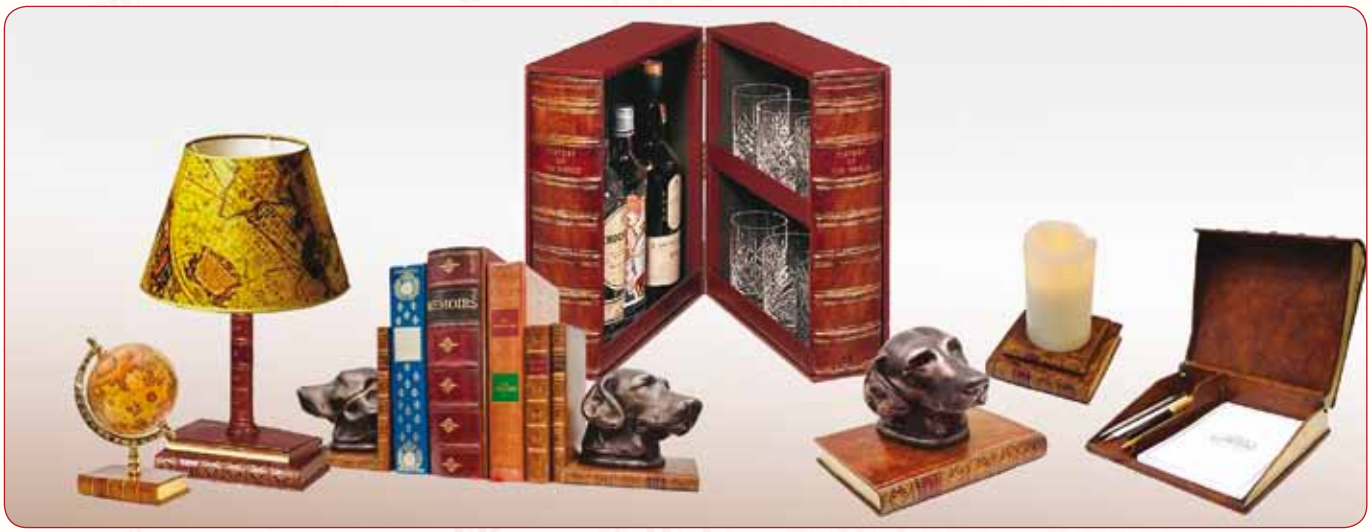


МОЛЬБЕРТЫ

Мольберты (подставки под картины) можно использовать в тех случаях, когда нет возможности повесить картину на стену, это дает больше возможностей для использования пространства в интерьере помещения. Кроме картин на них можно размещать другие предметы интерьера, например часы, плоские телевизоры. Мольберты изготовлены из латуни и представлены в различных размерах (от 25 до 180 см) и в 3-х цветах (золото, серебро, античная бронза). Мольберты малых размеров часто можно использовать как сопутствующий товар, на них можно выставлять рамки для фотографий, дипломы, гравюры, тарелки и опять же картины.

ФОЛИАНТ. Английская классика

Коллекция «Фолиант» – это большой ассортимент подарков для любых праздников: оригинальные вещи, выполненные в виде старинных книг, а также коллекции аксессуаров, посвященные другим темам. Некоторые предметы выполнены под старинные антикварные книги в кожаных переплетах, заимствованные из библиотек и частных коллекций. Процесс производства позволяет делать предметы и аксессуары очень похожими на оригинал. Каждая вещь изготавливается и окрашивается вручную. Внимание к деталям делает продукцию уникальной. Все предметы произведены из искусственного камня, а отдельные элементы выполнены из дорогих пород дерева с применением отделки кожей и бронзовыми элементами. Наша компания является российским представителем фирмы Original Book Works.





ПРЕДМЕТЫ И АКСЕССУАРЫ ИЗ ЛАТУНИ

Фабрика «Арго» находится в Италии и производит широкий ассортимент изделий из латуни: от принадлежностей для ванных комнат до кабинетных аксессуаров, в том числе электрические лампы «Банкир». Все изделия могут быть выполнены в 4-х цветах (золотой, античная бронза, серебряный, червленый металл). Изделия «Арго» копировались с антикварных вещей античного периода, подделки которых и поныне можно встретить на блошиных рынках Италии.



ФАРФОР

Добро пожаловать в мир фарфора – мир изящества, красоты и элегантности! У нас представлен большой и разнообразный ассортимент: фарфоровые фигурки и статуэтки, подарки и сувениры, посуда, фарфоровые куклы и другие предметы интерьера. Продукция производится вручную на частных фабриках Англии. Изделия из фарфора пользуются популярностью у жителей нашей страны, о чем свидетельствует высокий спрос на них.

Все коллекции регулярно обновляются.
Отслеживать новые поступления вы можете на сайте www.foliantdecor.ru

Продукция компании «Фолиант Декор» создана специально для Вас, с учетом всех Ваших желаний и возможностей. Мы надеемся, что Вы не будете разочарованы, а напротив, получите массу приятных впечатлений!

ООО «Фолиант Декор»
Москва, Ленинградский пр-т, д.31, стр.3
Тел.(495) 940-87-31 www.foliantdecor.ru





КАДРОВЫЙ ГОЛОД: ОБУЧЕНИЕ РЕШАЕТ ПРОБЛЕМЫ

Настоящий профи с узкой специализацией в любое время был и остается на вес золота. Таким кадрам в любой компании рады. Но полноценный коллектив состоит не только из гуру. Уровень профессионализма рядовых сотрудников зачастую напрямую отражается на динамике всего бизнеса. Как создать успешный коллектив в компании, рассказывает Наталья Аншина, председатель Совета директоров Группы компаний «Круг», заведующая кафедрой «Коммуникаций в индустрии бизнес-сувениров» Института Маркетинговых Коммуникаций МГУИЭ.



Наталья Аншина

Наталья Аншина, председатель Совета директоров Группы компаний «Круг», заведующая кафедрой «Коммуникаций в индустрии бизнес-сувениров» Института Маркетинговых Коммуникаций МГУИЭ:

Вопрос профессионализма сотрудников сувенирных компаний и рекламных агентств очень серьезно стоит для всей отрасли бизнес-сувениров и подарков, однако в региональных фирмах нехватка квалифицированного персонала ощущается наиболее остро. В первую очередь, это касается менеджеров отделов продаж, сотрудников, отвечающих за закупки и планирование ассортимента, и технических специалистов по персонализации сувенирной продукции. То есть тех людей, от профессионализма которых главным образом зависит успех бизнеса любой фирмы, работающей в сегменте бизнес-сувениров и подарков.

При этом в сегодняшних условиях становится очевидным, что для успешной работы сотрудникам сувенирных компаний необходимы знания не только ассортимента подарочной продукции и ее особенностей, но и основ рекламы и маркетинга. Причем в результате кризиса этот вопрос встал еще более остро: сейчас российский рынок бизнес-сувениров и подарков практически полностью сформирован и четко структурирован; в последние годы он становится все более профессиональным, в связи с чем в ближайшее время успешно работать на нем смогут только те компании, персонал которых будет обладать этими знаниями.

Однако, активно сотрудничая с рекламными агентствами и сувенирными фирмами из регионов, мы с сожалением видим, что глубокие знания ассортимента, инструментов продаж, принципов продвижения продукции имеют сотрудники лишь небольшого количества региональных компаний (хотя, конечно, есть в провинции и очень профессиональные агентства). Порой к нам, в ГК «Круг», поступают звонки из региональных фирм, менеджеры которых не могут даже грамотно сформулировать запрос, не знают особенностей того или иного вида продукции и технологий нанесения.

Среди причин такого положения вещей можно было бы назвать неверную кадровую политику, однако мы понимаем, что рынок труда в регионах крайне узок, и при этом наблюдается отток квалифицированных специалистов в столицу (размер заработной платы в провинции часто не отвечает их ожиданиям), в связи с этим региональным компаниям действительно крайне сложно найти и привлечь высоко профессиональных и опытных сотрудников.

Решить эту проблему могла бы четко организованная система внутреннего и внешнего обучения персонала. Необходимость этого понимают практически все компании, работающие на рынке бизнес-сувениров и подарков: многие из них решают этот вопрос, проводя собственные семинары и тренинги или привлекая специалистов тренинговых компаний. Однако у небольших региональных фирм для этого часто просто не хватает ресурсов – как человеческих, так и финансовых: агентству, в котором работает, скажем, всего пять человек, сложно организовать полноценное обучение новых менеджеров.

Существенную помощь региональным фирмам в вопросе подготовки персонала оказывают вендоры и поставщики сувенирной продукции. Например, наша компания регулярно проводит в регионах семинары для менеджеров рекламных агентств и сувенирных компаний. В рамках этих мероприятий сотрудники и руководители ГК «Круг» рассказывают об особенностях ассортимента бизнес-сувениров и подарков, о принципах построения продаж и эффективных инструментах продвижения товаров и услуг, то есть делятся знаниями и опытом, необходимыми для успешной работы на рекламно-сувенирном рынке.

Также решить вопрос подготовки квалифицированных кадров для рекламно-сувенирной отрасли помогает стартовавший несколько месяцев назад в Институте Маркетинговых Коммуникаций первый в России образовательный проект для специалистов нашего рынка – бизнес-курс «Сувениры как эффективное средство маркетинговых коммуникаций». Его программа включает в себя лекции ведущих специалистов в области маркетинга и рекламы, а также занятия, которые проводят лучшие практики, работающие в отрасли бизнес-сувениров и подарков. Пока обучение прошла всего одна группа, но мы видим большой интерес к проекту со стороны участников рынка. Это свидетельствует о том, что над повышением профессионализма своих сотрудников работают очень многие компании, в том числе и в регионах. Причем все больше региональных фирм воспринимают ресурсы, потраченные на подготовку персонала, не как расходы, а как инвестиции в развитие своего бизнеса. Что, безусловно, очень положительная тенденция. GR

ЛОГИСТИКА ВНУТРИ БОЛЬШОЙ СТРАНЫ

Доставка товаров по нашей необъятной Родине – задачка со многими переменными. Чтобы оптимально организовать логистику подарочной продукции, недостаточно знать расстояния и географические названия. Между некоторыми российскими регионами, пожалуй, наладить транспортную связь даже сложнее, чем с соседними странами. Особенно, если речь идет о некрупных грузах, небольших партиях или хрупких товарах. Обо всех нюансах, которые необходимо учесть, организуя доставку продукции из категории подарки и сувениры, расскажет Дмитрий Зюзгин, руководитель логистического комплекса ООО «Медиа Логистикс».

РЕЛЬСЫ, КРЫЛЬЯ, КОЛЕСА

Территория нашей страны широка и многогранна. И требования, предъявляемые к транспорту, не ограничиваются только стойкостью к преодолению дальних расстояний. Важны и такие параметры, как устойчивость к температуре, влажности и другим климатическим изменениям на протяжении пути. Наиболее интересными каналами доставки грузов для перевозки сувенирной и подарочной продукции являются авиационные, автомобильные и железнодорожные. Быстрее всего груз будет доставлен авиаперевозкой, но это самый затратный канал доставки грузов.



Железнодорожный транспорт применяется при отправке на расстояния более тысячи километров. Перевозки контейнерами позволяют добиться максимальной сохранности товара, так как получателю в конечной точке будет доставлен товар в том виде, в котором отправитель загрузил его у себя на складе. Но требуется объем отгрузки, позволяющий наполнить хотя бы трехтонный контейнер. Только в таком случае можно говорить об экономической выгоде такого транспорта. Также необходимо учитывать, что контейнеры – это оборотная тара, и после использования её нужно вернуть на контейнерный терминал или ж/д станцию. Но есть населенные пункты, откуда вернуть порожний контейнер может оказаться очень дорого, в таком случае к стоимости доставки прибавится стоимость контейнера.

Железнодорожные перевозки сборными грузами в ж/д вагонах имеют свои положительные и отрицательные стороны. Готовы принять минимальный объем товара, но не гарантируют обеспечение сохранности. Всем известно «качество» ручной погрузки и разгрузки хрупкого товара в ж/д вагоны и «соблюдение порядка» при укладке его в вагон относительно других тяжелых грузов.

В некоторых случаях скорость доставки ж/д транспортом может оказаться выше, чем автомобильным. Например, при отправке по маршруту Москва – Санкт-Петербург разница в сроках отправки в почтовом вагоне по сравнению с автоперевозкой достигает от 12 часов до суток.

Оптимальным решением в европейской части страны, особенно при доставке «до двери», может оказаться автомобильная перевозка сборными грузами. За соблюдение условий по доставке хрупких грузов небольшими заказами, скорее всего, потребуется доплатить, но при отправке сформированным паллетом можно сэкономить. В таком случае на него ничего не поставят, и груз доставят нераздавленным. Для пущей надежности предлагаются такие дополнительные услуги, как жесткая упаковка из картона или деревянная обивка.

ЛЕСА, СУГРОБЫ, БОЛОТА

Проблемными регионами принято считать населенные пункты, значительно удаленные от основных транспортных магистралей страны. Они являются проблемными не только в плане доставки грузов, но и в целом в экономическом отношении.

Таких мест много не только в районах Сибири, Забайкалья или на Дальнем Востоке. Есть они и в европейской части страны. Проблемность таких территорий заключается в том, что автомобильный транспорт не сможет найти заказ на обратный рейс и перевозчику придется оплачивать дорогу в оба конца. Сборные ж/д грузы туда не отправляются из-за минимальных объемов потребления, а при контейнерной перевозке нужно быть готовым к дополнительным расходам на возврат контейнера до узловой станции. Есть регионы, куда в теплое время года доставка возможна только авиацией. Даже если транспортная компания обслуживает какой-то проблемный регион, но ваши объемы отгрузки не велики, то серьезную проблему создает нестабильный график отгрузок. То есть пока не наберется груз на полную машину, транспорт ожидает.

УПАКУЮТ, ЗАСТРАХУЮТ, ДОСТАВЯТ

Услуги транспортных компаний в нашей стране очень востребованы, это подтверждает большое количество крупных, средних и мелких компаний перевозчиков. Даже после значительного падения объема грузоперевозок – более 20% во время кризиса, – большая часть перевозчиков продолжает работать. По предварительным итогам за 2010 год, внутренний грузооборот автомобильного и железнодорожного транспорта страны вырос более чем на 5%. Конечно, основными направлениями деятельности крупных транспортных компаний являются

грузоперевозки между областными центрами или крупными городами. В малых населенных пунктах до сих пор широко распространены грузоперевозки мелкими собственниками транспорта. Например, внутрироссийские междугородние автоперевозки осуществляет в большей степени крупнотоннажный транспорт крупных транспортных компаний, а областными и внутригородскими перевозками занимаются малотоннажный автотранспорт, работающий в основном через диспетчерские компании. Только лишь в пределах очень крупных городов работают серьезные профессиональные транспортные компании. Службы доставки грузов, в свою очередь, представлены на территории страны незначительным списком компаний. Их услуги востребованы, но из-за достаточно высокой стоимости ими пользуются для эксклюзивных отправок с высоким процентом рентабельности. А для плановых перевозок службы доставки используются очень редко.



Основной услугой транспортных компаний, конечно же, является сама перевозка груза, как до распределительного центра компании, так и до двери клиента. Кроме того, есть и сопутствующие услуги, такие как дополнительная упаковка и пломбирование груза, формирование различных видов жесткой тары для обеспечения целостности груза при длительной перевозке, страхование груза и т.д.

Стоимость услуги складывается из следующих затрат: на топливо (25-30%) и заработную плату персонала (15-20%), на лизинговые и налоговые платежи, на амортизацию, ремонт и обслуживание транспорта. Рентабельность большегрузных перевозок невысока и в период высокой конкуренции колеблется от 5% до 10%.



Ответственность за доставляемый груз несет перевозчик перед своим заказчиком согласно Гражданскому кодексу РФ. Часто применяется система страхования грузов. В нашей стране пока только планируется ввести обязательное страхование груза грузоперевозчиком, но уже сейчас есть компании на внутрироссийском рынке, страхующие каждую грузоперевозку без дополнительной платы. В большинстве же случаев за страхование груза приходится доплачивать. При отправке сборным грузом хрупкий товар во избежание повреждений необходимо обязательно фиксировать - он должен обязательно располагаться либо только сверху, либо на отдельном грузовом месте. Для минимизации внутренних повреждений товара большое значение имеет упаковка.

АВТОПАРК, ОТДЕЛ, СОТРУДНИК

Отличительными особенностями сувенирной продукции от других видов товаров является хрупкость, большой ассортимент и, в основном, малогабаритность. Если рассматривать возможности собственного транспорта, то можно говорить только о средне- и малотоннажном автомобильном транспорте и о доставке на расстояния не более 1000 километров. Это рентабельно для компаний с широкой сетью магазинов или клиентов по стране, с достаточным объемом товара и стабильным графиком отгрузок, что обеспечит занятость собственного автопарка. Другими словами, если компания имеет объемы, позволяющие заполнить транспортное средство не менее чем на 80% и график поставок будет расписан на всю рабочую неделю, то имеет смысл организовать собственную службу доставки. В противном случае гораздо выгоднее воспользоваться услугами сборных грузов или контейнерных перевозок. Содержание собственного транспортного подразделения влечет за собой расходы на ремонт и обслуживание техники, на периодическое обновление парка. Необходимо учитывать и человеческий фактор (болезни, отпуска, отгулы, увольнение водителей), необходимость срочного поиска дополнительного транспорта при поломках основного и многое другое, чего можно легко избежать, воспользовавшись услугами профессиональной транспортной компании.

Чаще всего при разговоре об отделе логистики речь идет о подразделении, в обязанности которого входит именно контроль за всей цепочкой поставок, а не осуществление перевозки как таковой. Логисты следят за готовностью заказов к отправке, правильной и своевременной доставкой заказов транспортной компанией в регионы, разбирают претензии по нарушению условий перевозки товара, а также мониторят рынок перевозок и разрабатывают более оптимальные варианты доставки. Такое подразделение или такого сотрудника желательно иметь при активной транспортной деятельности компании. Тогда не стоит нагружать вопросами логистики менеджеров по продажам или закупкам, чей непрофессионализм в вопросах перевозок может, в конечном счете, привести к серьезным незапланированных расходам.

Если речь заходит о собственных складах... Организация собственного регионального склада должна иметь четкую экономическую целесообразность. Складские помещения в удаленных регионах предназначены для хранения определенного запаса продукции на некоторый

срок реализации, а также для консолидации и сортировки возвратов для дальнейшей отправки на основной склад или поставщикам. При организации регионального склада необходимо учитывать, что любой запас продукции является замороженными финансовыми активами. То есть чем больше запас продукции на складах компании, тем больше денег, потраченных на его закупку, замораживаются до его реализации, что отрицательно влияет на финансовое состояние организации. Тем более что товар может со временем терять свою рыночную стоимость. Также учитываем необходимость иметь постоянный штат сотрудников, складское оборудование и т.д. Но с другой стороны, при большом количестве магазинов в регионе и нестабильных поставках от производителей, особенно зарубежных, необходимо обеспечивать каждую торговую точку или клиентов объемом и ассортиментом товара. Тогда без склада, действительно, не обойтись. Затраты на аренду склада в удаленных регионах небольшие, а перевозить крупные партии на дальние расстояния на склад на единицу товара экономичнее, чем доставлять товар часто мелкими партиями. В идеале, запас на одну-две недели хранится в самом магазине, а поставки новой и ассортиментной продукции производятся партиями. При выявлении застоявшегося товара по нему принимается оперативное решение о возврате поставщику или о срочной реализации. Вопрос рентабельности возврата товара из дальнего региона на основной склад компании решается путем сопоставления его возвратной стоимости и затрат на дальнюю транспортировку.



Есть и другой вариант – воспользоваться услугой ответственного хранения, правда, такой вид услуг слабо развит в удаленных регионах. Переходя на аутсорсинг складских услуг, вы получите прозрачность логистических затрат, что позволит оптимизировать расходы, исключит человеческий фактор (риски ошибок, хищений) и организационные затраты на ведение складского хозяйства.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что к решению логистических вопросов необходимо подходить профессионально, взвешивая все за и против, чтобы принять оптимальное решение с учетом всех нюансов бизнеса. Для этого нужно создать свою команду высококлассных специалистов или доверить логистику профессиональной компании.

Дмитрий Зюзгин



Доверь логистику профессионалам



Компания МЕДИАЛОГИСТИКС предлагает широкий спектр логистических услуг. Наша уникальность заключается в быстрой обработке большого количества номенклатуры — время реакции склада менее 12 часов. Мы предлагаем выгодные условия и оптимальные цены для клиентов с мелко и среднегабаритным товаром и широким его ассортиментом.



Современный склад



Уникальная скорость обработки заказов



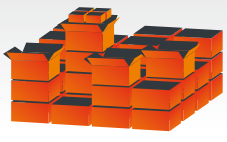
Оперативная обработка возвратов



Большой опыт работы со всеми крупными сетями



Более **300 000** активных артикулов



Высокая производительность сбора и обработки заказов

- Прием товара от поставщиков
- Прием и обработка возвратов от клиентов (магазинов)
- Переупаковка товара, восстановление брака
- Ответственное хранение
- Сбор заказов
- Оклейка стикерами, обмотка пачками, предпродажная подготовка
- Сортировка по категориям, наименованиям, ценам
- Упаковка в различные виды конечной тары, паллетирование грузов
- Доставка своим транспортом по Москве и области
- Доставка в регионы через собственные распределительные центры
- Мерчендайзинг

Переход на аутсорсинг позволит Вам оптимизировать складскую и транспортную логистику, что позволит существенно повысить уровень логистического сервиса в Вашей компании и, как результат, снизить расходы.

www.MediaLogistics.ru

+7 (916) 025-73-80
info@medialogistics.ru

МЕДИАЛОГИСТИКС
ДОВЕРЬ ЛОГИСТИКУ ПРОФЕССИОНАЛАМ

Реклама

ТОВАР ДОЛЖЕН БЫТЬ ТАМ, ГДЕ ОН НУЖЕН, В НУЖНОЕ ВРЕМЯ И В НУЖНОМ КОЛИЧЕСТВЕ

Авторская колонка от компании Brav.



В нашей статье мы опишем логистику, проводимую компанией, на примере импортируемой продукции FI'ORA. Отметим сразу, что для другого товара будут существовать иные отличительные условия поставки и это может значительно повлиять на направление развития логистики. Специфика построения такого бизнеса, как подарки, предусматривает периодичность повышенного спроса, приходящегося на массовые праздники (в зависимости от представляемой группы товаров). Для большинства компаний таким праздником является Новый год. Для компании Brav к нему добавляется 8 марта, так как продукция FI'ORA включает в себя натуральные цветы. С учетом того, что эти два праздника имеют интервал всего в два месяца, планирование на 8 марта в компании ведется сразу же после планирования на Новый год. В бизнесе компания Brav значительную роль отводит логистике товарных запасов.

КОМПАНИЯ BRAV ЯВЛЯЕТСЯ ИМПОРТЕРОМ И РАБОТАЕТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В СФЕРЕ ПОДАРКОВ И ПРЕДМЕ-ТОВ ИНТЕРЬЕРА С 2008 ГОДА. НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КОМПАНИЯ ВЫСТУПАЕТ ЭКСКЛЮЗИВНЫМ ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ ТРЕХ БРЕНДОВ – FI'ORA, CHUAN, TEM'RTE.

Главная цель компании в сфере логистики – обеспечить наличие товара в том месте, где он нужен, в том количестве, которое нужно, и в то время, когда это актуально. Компания уделяет большое внимание минимизации затрат, позволяя предоставить покупателям минимальную цену.

ПЛАНИРОВАНИЕ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ЛОГИСТИКИ

Учитывая специфику импорта товара из Таиланда и представление этого товара на широкой территории России, главной задачей компании является эффективное по затратам и времени управление товаропотоком в субъекты РФ.



Одним из важных составляющих системы логистики в компании является планирование, а также управление запасами в тесной связи с продажами.

Такое планирование показывает оптимальную картину, которую мы называем географической моделью продаж, то есть мы видим где, сколько и когда нужен товар. С такими данными мы уже можем рассчитать экономическую эффективность при выборе того или иного способа доставки до склада, пункта таможенного оформления груза, само расположение складов с учетом затрат на хранение, перевалку, вторичную логистику при доставке до склада наших покупателей.

Если задуматься, то все люди в повседневной жизни постоянно занимаются планированием. Отсутствие планирования – это то же самое, что ходить с закрытыми глазами. Вы можете управлять своим телом и передвигаться в ту или иную сторону, но вы не знаете, куда вы идете и с какой целью или хватит ли у вас вообще сил добраться до нужного места, преодолев все препятствия...



ТОВАР ДОЛЖЕН БЫТЬ В НУЖНОМ МЕСТЕ ПРИ ОПТИМАЛЬНЫХ ЗАТРАТАХ

Следует подчеркнуть, что именно не при минимальных, а при оптимальных затратах. Под этим мы понимаем, что, например, доставку товара можно организовать за 3 дня на 10% дороже, чем за неделю, но при этом дополнительный доход от продажи товара составит +30%. А при втором варианте клиент недополучит прибыль.

В решении этого вопроса ключевым является тот факт, что центральный склад компании занимает выгодное центральное географическое положение между поставщиками-экспортерами и различными регионами России.

Компания также осуществляет отгрузки, минуя свой склад, если это приводит к уменьшению затрат и сроков доставки.

На сегодняшний день отработана система доставки во многие города с использованием автомобильного, железнодорожного и авиатранспорта.

Учитывая пожелания наших клиентов, таких как срочность и стоимость перевозки, время доставки до региональных покупателей может составлять 1 день.

Среднее время доставки за 3 квартал 2011 года составило 7,35 дней.

Доставка ж/д транспортом от центрального склада до Москвы составляет порядка 5 дней.

ТОВАР ДОЛЖЕН БЫТЬ В НУЖНОМ КОЛИЧЕСТВЕ И В НУЖНОЕ ВРЕМЯ

Индивидуальный подход к каждому клиенту позволяет определить те способы и условия работы, которые будут оптимальными именно для него. Для компании является обязательным предоставить покупателям возможность выбора из нескольких вариантов, формируя наиболее оптимальные сроки и стоимость доставки.



Впереди Новый год и 8 марта, и система формирования товарных запасов планируется таким образом, чтобы максимально оптимизировать объем заказа для покупателей, чтобы исключить потерю упущенной прибыли из-за риска дефицита товара. Уже сегодня мы совместно планируем запасы и отправки, предлагаем, обсуждаем возможные варианты.

Повышение своей конкурентоспособности многие российские компании связывают с логистикой и управлением цепями поставок. Сейчас мы находимся на пути, где все больше и больше руководителей задумываются над стратегической направленностью логистики, формируя организационную структуру службы логистики компании, оптимизируя конфигурацию логистической сети, внедряя информационную поддержку и систему управления товарными запасами.



ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЕСА

Декорирование и дизайн интерьера с легкой руки СМИ и западных ритейлеров стали сферой интересов миллионов россиян, которые теперь следят за актуальными тенденциями в данной области наряду с практикующими специалистами. Эксклюзивные предметы домашнего декора уже прочно вошли в списки желанных подарков. Поэтому производителям и дистрибьюторам подарочной и сувенирной продукции просто необходимо быть в курсе интерьерной моды, которая по-прежнему приходит в Россию из-за рубежа. О том, что будет актуально в ближайшее время, GR рассказала Татьяна Алекса, руководитель компании «Урбаника».



Photo by Margo Pomelova

Татьяна Алекса, основатель компании «Урбаника» (www.urbanika.ru), одного из ведущих поставщиков на российский рынок дизайнерских предметов интерьера и декора из Европы и Америки. На протяжении последних пяти лет она руководит головным офисом компании в Нью-Йорке, сотрудники которого находятся в эпицентре модных событий, что дает им возможность ежегодно предлагать российскому потребителю самые актуальные предметы интерьера, аксессуары и подарки.

GR: Татьяна, расскажите о тенденциях в интерьерном дизайне 2012 года. Что нового и интересного ждет нас и наши дома?

Татьяна Алекса: Нас ждет яркое и эклектичное будущее. Современный интерьерный дизайн по-прежнему ценит смелые и нестандартные решения, играет контрастами и цитирует прошлое. При этом он больше не навязывает какое-то одно направление, один стиль, он многогранен и дает возможность каждому найти что-то по душе, выбрать новое и модное, исходя из собственного понимания уюта и стиля.

Детальный разговор о тенденциях хотелось бы начать с растущей популярности **стиля Heritage.** Перевод названия – «наследие» – очень точно его характеризует. В центре внимания здесь предметы интерьера, в оформлении которых использованы традиционные узоры и сюжеты далеких стран, реалии незнакомых и потому манящих культур, экзотические элементы декора. Они будто хранят на себе отпечатки времени и воспоминания о путешествиях, создают иллюзию аутентичного и интернационального пространства. Каждая деталь здесь не только несет эстетическую функцию, но и обрастает множеством смыслов, что позволяет открывать для себя один и тот же интерьер снова и снова.



В стилистику Heritage гармонично вписываются реалии племенной культуры **– тренд Tribal.** Текстиль, оформленный геометрическими узорами (декоративные подушки, покрывала, коврики, циновки). Отделка, будто вышитыми вручную, местными сюжетами и изображениями людей, использование бусин, монет, бисера и проч.

GR: А цвет?

Т.А.: В первую очередь – земляные оттенки, богатые и глубокие цвета. Нейтральная гамма в рамках этой тенденции более насыщенная: хаки, серо-коричневый, песочный. Особенно популярен здесь цвет camel (верблюжий). Коричневая палитра уходит в более красные и желтые оттенки (земляные, терракотовые). Для смелых интерьеров подойдут бирюзовые и сине-зеленые предметы интерьера, они «оживят» пространство. Более спокойный вариант – использовать оттенки индиго. Золотые и ярко-желтые цвета – должны быть более теплыми, чем обычно. Не забывайте про глубокий темно-красный.

GR: Какие еще оригинальные решения предлагает нам 2012 год?

Т.А.: Интересна тенденция, которая соединяет традиции ремесленного дела с современными методами и технологиями производства, дизайнеры называют ее **Craft Industry** (с англ. – «ремесло» и «промышленность»). Этот стиль – продолжение идей Heritage, только обращается он не к культуре далеких стран и экзотических племен, а к творчеству человека, создающего предметы своими руками – гончару, кузнецу, чеканщику...



Основное внимание приковано здесь к текстуре материала, которая в большинстве случаев становится сутью, основной дизайнерской идеей, создающей предмет. Она всегда активно выраженная, неравномерная и живая, имитирующая ручную работу. Керамическим вазам придаются ассиметричные, будто вылепленные формы, их края оставляют нарочито неровными, а прокрас – неоднородным. Создается иллюзия, что получившийся предмет только сошел с гончарного круга. Декор керамических подвесов и металлических абажуров часто имитирует кружево или чеканку.

Очень популярна отделка под грубую вязку, которая скорее напоминает кольчугу из крупных стежков, чем гладкое полотно. Таким способом декорируют не только текстиль, но и пуфы, подсвечники, контейнеры для мелочей и прочие предметы домашнего быта.

В декорировании текстиля в стиле Craft Industry активно использует рисунки в полоску и клетку, вышивку, имитацию заплаток и пэчворк.

GR: Татьяна, а как же насчет интерьеров, стремящихся к роскоши и светской эффектности?



T.A.: Безусловно, дизайнеры не могли обойти стороной популярную тему Luxury, которая актуальна всегда. В следующем году она окрасится в темные тона ночи, с её мистикой и магической изящностью. Отсюда и ее название **– Dark Lux** (с англ. – «темный» и «люкс»). Глубокий синий и черный цвета наиболее эффектно раскрываются в материалах с атласной и глянцевой поверхностью, являются доминантой при создании дизайнерами элементов декора и текстиля в данной стилистике.

Роскошь современного интерьера подчеркивается с помощью деталей цвета шампанского с эффектом металлик, покрытий под золото, темных насыщенных цветов, стилизованных под классику узоров и изображений великих кинодив в стиле ретро. В рамках этого стиля атлас и шелк соединяются с глянцевыми поверхностями и гладкими покрытиями предметов интерьера и декора, с лоснящимися шкурами животных или крупным ворсом однотонных ковров. Так жесткость и конкретность материалов наполняет «мягкий» текстиль современным звучанием.

Зеркальные фрагменты, блестки, паетки, стеклярус и стразы – все это создает удивительную и волнующую атмосферу женской тайны. Собственно, Dark Lux – это и есть гимн женщине, всегда загадочной, страстной и непостижимой.

GR: А что приготовил 2012 год для молодежи?

T.A.: Молодежь можно порадовать смелыми решениями и прогрессивными формами. Но в первую очередь, конечно, истинным бунтом цвета – трендом **Color Riot.** Цвет будто вырвался на свободу, чтобы показать, насколько безграничны возможности прогресса и насколько многогранно современное искусство! Безусловно, весь интерьер не может быть выполнен в ярких тонах. Тенденция Color Riot предлагает выбрать лишь пару эффектных, сочетающихся между собой деталей, к примеру, несколько кружек и поднос, блокнот и другие офисные принадлежности, которые без особых вложений сделают модным самый нейтральный и простой интерьер. Для созда-



ния декоративных элементов в этой стилистике широко используется digital art, принты и коллажи, выполненные с помощью компьютерных программ, неоновые и голографические покрытия, прозрачный пластик.
Среди наиболее популярных сюжетов здесь лабиринты, чертежи, схемы, географические карты и 3D модели.



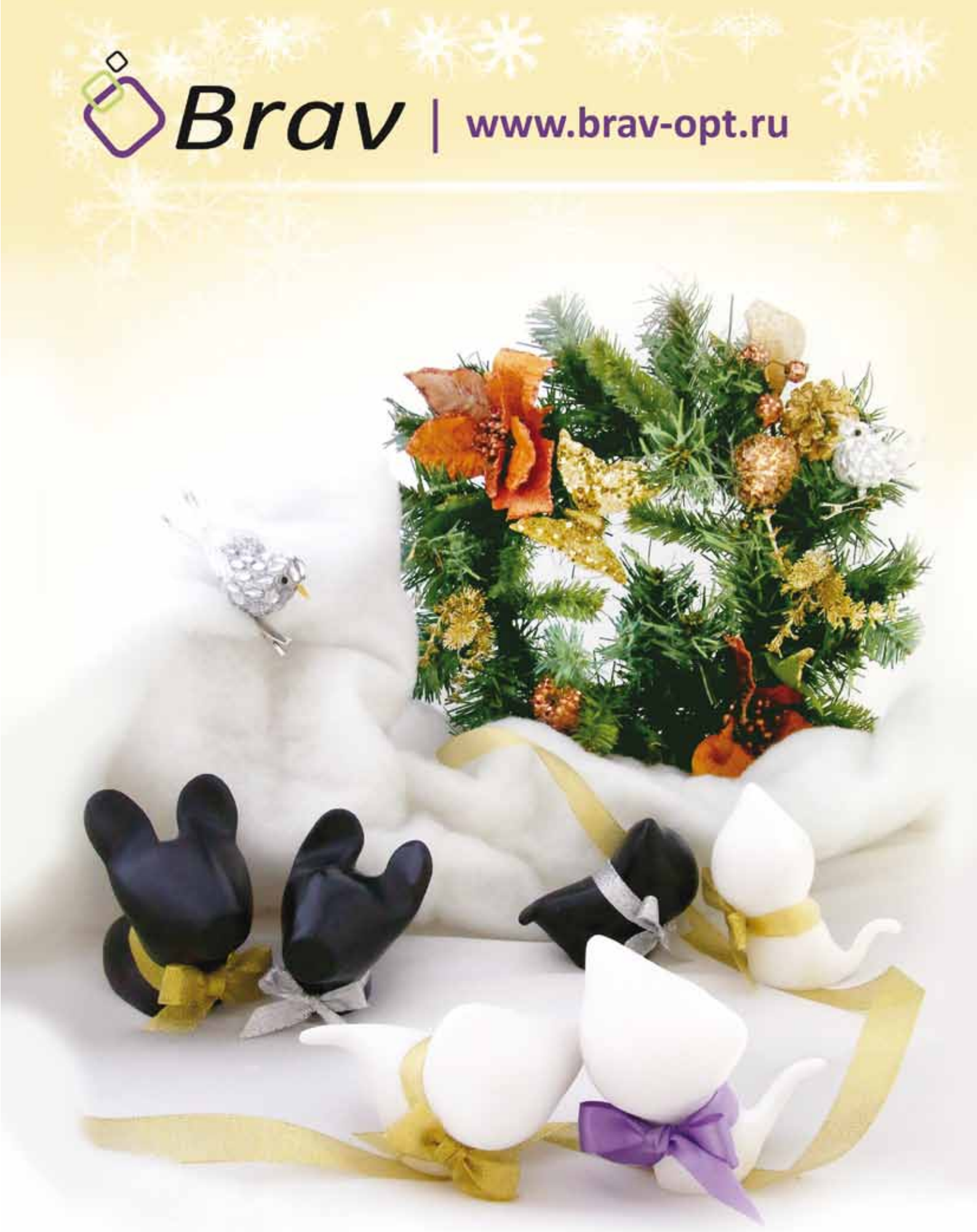
GR: Активное использование современных технологий отдаляет дизайн от природы?
Т.А.: Наоборот. Технологии сегодня идут **навстречу природе** – это тоже своеобразная тенденция. Она проявляется в заботе об экологичности продукта и его производства. А также в стремлении к технологиям, которые позволили бы сделать предметы интерьера более «природными». Так, благодаря современным растворам растения как бы консервируются и сохраняют свой внешний вид на долгие годы, не требуя полива и ухода. Из них создают панно и панели. Искусственные цветы продают зачастую уже в кашпо, они все больше напоминают живые и радуют глаз в помещениях, где невозможно организовать оранжерею. Соединение «даров природы» с высокими технологиями – это даже не тенденция, а сверхзадача, которую ставит время перед современным дизайном.

GR: Расскажите, что нового в стилистике минимализма, одной из ключевых для современного интерьерного дизайна?
Т.А.: Минимализм в следующем году будет увлечен каркасными, сетчатыми структурами, которые не загораживают собой перспективу и не лишают пространство воздуха, а выполняют свои функции (табурета, светильника или блюда), будто оставаясь в тени.
Эту тенденцию называют **Split Clarity** (с англ. – «расщепление» и «ясность»). В центре внимания здесь геометрия предметов интерьера лаконичных форм, высокое качество исполнения, использование современных материалов, «чистая» эстетика. Палитра Split Clarity разнообразна и включает в себя открытые базовые цвета. В большинстве случаев используется однотонный яркий акцент. Очень важна в Split Clarity исходная простота материала, помогающая акцентировать все внимание на форме. Прозрачное стекло, зеркальные и металлические покрытия не усложняются дополнительными, «искусственными» эффектами, а предоставляются во всей своей естественной, натуральной красоте.



GR: Татьяна, как бы Вы охарактеризовали современный интерьерный дизайн в целом? В каком направлении он развивается?
Т.А.: Современный дизайн – это прежде всего игра, смешение всего и вся. Новые предметы – лишь добавление к уже существующему. Мода не требует от вас переделывать всё, что уже есть в доме, а просто дополнить интерьер новыми деталями, подчеркнуть хорошо забытое старое, вернуться к корням, что-то убрать до времени. В периоды нестабильности люди не потеряли желания покупать и обновлять свою жизнь, но хотят это делать за счет малых вложений, за счет нюансов и деталей, обходясь «малой кровью». Поэтому индустрия предметов интерьера, аксессуаров и подарков чувствует себя сейчас очень уверенно, видит позитивную перспективу. GR

Brav | www.brav-opt.ru



GALLERY CHUAN

Новый взгляд на подарки...

от официального представителя производителя

Реклама

КЕРАМИКА НА СЛУЖБЕ ДОЛГОЛЕТИЯ

С каждым годом жизнь дорожает. И не только в прямом смысле – вследствие инфляции, подорожания продуктов питания и бытовых товаров. Дороже становится сама наша жизнь в принципе. Появляется потребность в повышении её качества и содержания, хочется комфорта и жить «не хуже», чтобы каждый день проходил ярче и насыщеннее. Год за годом готовясь к лучшему, мы не замечаем, как жизнь проходит. И в один день приходит понимание, что день сегодняшний – он и есть самый бесценный, и именно сегодня нужно думать о комфорте, здоровье и радости, не откладывая это на иллюзорное будущее и не полагаясь на неубедительную статистику средней продолжительности жизни в России.

Если Вы задумываетесь над такими вопросами, значит Вам, скорее всего, будет близка система ценностей компании Керано Продуционе СПА (Виа Дей Милле 40, 80121 Неаполь, Италия). Это небольшое семейное предприятие в 2005 году запустило производство антипригарной посуды нового поколения под собственной торговой маркой Pomi d'Oro с запатентованным керамическим покрытием Kerano™. Фабрика использует только экологически чистые технологии, активно участвует в защите окружающей среды и по праву носит название экологически чистой фабрики по аналогии с производителями органического питания.

Казалось бы, что в посуде может быть нового или инновационного? И как посуда может улучшить качество жизни? Конечно же, мы понимаем, что одной посудой жизнь не изменишь. Однако использование посуды Pomi d'Oro – это неотъемлемая часть того здорового образа жизни, о котором думают все умнейшие современные люди. В посуде Pomi d'Oro не используются токсичные или синтетические материалы, которые отравляют или изменяют состав готовящихся продуктов. Kerano™ – специальное нанотехнологическое керамическое покрытие, создающее непроницаемую плёнку из химически чистой керамики на поверхности металлической посуды. Покрытие Kerano™ производится без применения перфтороктановой кислоты PFOA, в результате чего поверхность посуды, покрытой Kerano™, не вступает в реакции с кислотами и щелочами готовящихся продуктов даже при очень высоких температурах. К тому же посуда с керамическим покрытием Kerano™ обеспечивает высокое качество жарки даже без использования жира, что в дополнение к экологичности самой посуды делает готовку максимально полезной для здоровья, так как уменьшает содержание холестерина в пище.

POMI D'ORO
Designed by Kerano Produzione SPA
Via Dei Mille 40, 80121 Napoli, ITALY
Pomi d'Oro and Kerano are registered trade marks of Kerano Produzione SPA.
All Rights reserved. Copying without permission is prohibited.
www.kerano.it/stoviglie
BIOLOGICO DI FATTORIA







Посуда под маркой Pomi d'Oro поставляется в 6 коллекциях, каждая из которых нацелена на определённые потребности покупателей. Все коллекции имеют трёхслойное бежевое или белое покрытие Kerano(SM), а в коллекции Diamante в средний слой добавлена алмазная крошка, делающая поверхность посуды практически вечной. Самая функциональная коллекция Comodita сделана с удобными прорезиненными ручками, а снаружи имеет немаркое керамическое вишнёвое покрытие. Коллекция Teracotta с супер прочным матовым внешним покрытием комплектуется специальными запатентованными съемными ручками, сняв которые, Вы можете использовать посуду для запекания в духовке. Коллекции Verano (кораллового цвета) и Rabesco (белое керамическое покрытие внутри с голубым традиционным орнаментом снаружи) поставляются с уникальными складными ручками, которые на треть уменьшают объём сковородок при хранении.

Коллекция Nero Naturale сделана из натуральной глины и покрыта снаружи чёрным, а внутри белым покрытием Kerano™.

Посуда Pomi d'Oro с покрытием Kerano™ – это лёгкий и безопасный для здоровья способ приготовления продуктов, отвечающий Вашим потребностям о лучшей жизни и здоровом питании. Дизайн Pomi d'Oro разрабатывается ведущими итальянскими промышленными дизайнерами в партнёрстве с шеф-поварами крупнейших ресторанов. Посуда Pomi d'Oro рекомендована к использованию Итальянской ассоциацией болезней сердца, Европейским Фондом «Экология для детей», Итальянским союзом йоги и Любительской ассоциацией «Меньше жира – меньше веса».

Для дилеров и оптовых покупателей:
Тел./факс: 8-495-514-16-16
od@tdkit.ru www.tdkit.ru





НОВЫЙ ГОД НА ПРИЛАВКЕ

Со дня на день начнется предновогодняя лихорадка. Покупатель начнет присматриваться к подаркам, затем постепенно покупать то одно, то другое, а потом – просто сметать все на своем пути. Зная, какой напряженный период ждет продавцов подарков и сувениров, мы решили побеспокоить их заранее и еще осенью выяснить, какие планы у российских магазинов на приближающийся пик сезона. На вопросы GR отвечали представители розничных магазинов.

	1 КАКОЙ АССОРТИМЕНТ ВЫ ПРИГОТОВИЛИ К ПРЕДСТОЯЩЕМУ НОВОГОДНЕМУ СЕЗОНУ?	2 КОГДА ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ НАЧАТЬ ВЫСТАВЛЯТЬ НОВОГОДНИЙ ТОВАР?	3 КАКИМ ОБРАЗОМ ВЫ МЕНЯЕТЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ ТОЧЕК К НОВОГОДНЕМУ СЕЗОНУ?	4 ГОТОВИТЕ ЛИ ВЫ СПЕЦИАЛЬНЫЕ АКЦИИ ИЛИ МЕРОПРИЯТИЯ К СЕЗОНУ НОВОГОДНИХ РАСПРОДАЖ?
Александра Павлова, помощник генерального директора группы компаний «ПАЛЛАДИУМ АРТ»	Новогодние игрушки, статуэтки и фигурки символа года, Деда Мороза, Снегурочки и т.д.	Уже выставили с 1 октября.	Мерчендайзер и дизайнер компании оформляют витрины и залы салонов в новогоднем стиле.	При покупке подарка упаковку мы предлагаем бесплатно.
Вячеслав Шуваев, коммерческий директор компании ZEBRA HOME 	Помимо классического символа года в разных его проявлениях (от брелоков/магнитов до драконов с кристаллами Сваровски) мы предложим драконов из суарового дерева с острова Бали. Ну и, конечно, традиционные для нашей компании новогодние украшения финской компании WEISTE.	Начало ноября.	Традиционно – стилизация под новогоднюю сказку с учетом специфики магазинов. Получается этакая новогодняя зебра.	Да. Но мы не практикуем распродажи в предновогодний период, а вот подарки покупателям дарим опять же традиционно. 
Мариана Соболева, управляющий бутиками GRANGE и Дилижанс (ТВК «Крокус-Сити»)	Ассортимент бренда Cadeaux de Noël – это более тысячи наименований: елки различных форм и размеров, рождественские венки, рождественская флористика, елочные игрушки различной тематики и украшения ручной работы с использованием кружева, тесьмы, бархата, имитации драгоценных камней и жемчуга. Также мы являемся эксклюзивными представителями на территории России бренда, выпускающего уникальные коллекционные куклы, в том числе в человеческий рост.	Новогодняя коллекция после выставки в ЦДХ будет сразу же представлена в шоуруме в одном из наших бутиков.	Концепция оформления новогодних витрин разрабатывается задолго до наступления Нового года, в конце октября начинается оформление всех витрин. В прошлом году наша витрина получила 1-е место в конкурсе, проводимом Департаментом потребительских услуг «За лучшую новогоднюю витрину».	У нас проводятся ежегодные акции во время сезона распродаж.

Лили Ивлиева, ведущий специалист по рекламе компании «МУЛЬТИ»



1. Мы предлагаем широкий ассортимент новогодних украшений (елки, шары, гирлянды, статуэтки, сувениры, свечи, подсвечники), а также посуду, в том числе новогоднюю, с символом года, бизнес-подарки, игрушки, товары для дома, домашний текстиль.



2. С 1 ноября.

3. Новый год - это всегда сказка, поэтому в этот период мы всегда стараемся как можно интересней и радостней украсить витрины и торговый зал. Обязательно в каждом магазине стоит ёлка, которую могут наряжать детки наших покупателей. Мы стараемся создать новогоднее и веселое настроение!

4. Конечно, к сезону новогодних распродаж мы каждый год тщательно готовимся. Мы делаем грандиозные скидки, акции, дарим подарки и устраиваем различные мероприятия.

Денис Быстрицкий, генеральный директор компании RETAIL IDEA



1. В первую очередь, это товар с символом Нового года. В этом сезоне помимо широкого ассортимента игрушек драконов мы готовим также большой ассортимент товаров с изображением (нанесенным принтом) на нашей продукции. Оригинальные наборы стаканов, необычные грелки, магниты на холодильник, обложки для документов и многое многое другое.



2. Новогодний товар поступает в магазины с середины ноября, к 1 декабря магазины будут полностью укомплектованы.

3. Обычно менеджмент торговых центров требует новогоднее оформление еще в ноябре.

4. В этом сезоне от стратегии «снятия сливок» и удерживания уровня розничных цен на высоком уровне в период стабильно высокого спроса мы воздержимся, а скорее будем привлекать потребителей скидками. Ожидаем, что это даст больший эффект в обороте компании.

Анна Баландина, руководитель отдела рекламы ТД «ГУДВИН»



1. Новогодние украшения для дома, в том числе и для новогодней елки; новогодний текстиль, сувениры «Символ года», в том числе копилки, магниты, статуэтки и пр. Карнавальные костюмы. Подарочные наборы. И конечно, в магазинах увеличен товарный запас всевозможной продукции, которая пользуется спросом в этот период: статуэтки, подарочные наборы и др.



2. Новогодний товар появляется на полках с середины октября и сразу же встречает спрос на рынке.

3. В основном РТТ украшаются новогодним товаром. И зал выглядит празднично, и покупатели видят, как будет смотреться то или иное украшение у них дома.

4. В ноябре-декабре обычно в сети акций не предусмотрено. Распродажи новогоднего ассортимента начинаются с конца января.

НОВОГОДНЯЯ ВИТРИНИСТИКА: СОВЕТЫ СПЕЦИАЛИСТА

Многие из наших читателей (те, у кого свои торговые точки) уже, наверняка, продумали, какими витринами они встретят покупателей с наступлением предновогодних дней. Кто-то придерживается традиций и отработанных схем, кто-то сделает ставку на оригинальность и эффектность... В любом случае нюансы, которые комплексно видит только специалист по витринистике, будут актуальны для всех. И, конечно, особенно пригодятся тем, кто в драйве рабочих будней еще не успел уделить внимания новогодним витринам. О том, как и что можно успеть в оставшееся до Нового года время, расскажет главный редактор онлайн-журнала «Витринистика.ру» Кирилл Олейниченко.

Рождество точно наступит...

Рождественская тема в оформлении витрин и магазинов обязательна. Иначе покупатели подумают, что вы просто забыли про приближающийся Новый Год и отстали от жизни. Это помешает созданию доверия. А без доверия, как известно, покупок не бывает.

... и ваша целевая аудитория тоже будет его праздновать

В период всеобщей беготни как никогда становится важным обратиться именно к своей целевой аудитории. Во-первых, вам не нужно в магазине столпотворение НЕваших клиентов, которые всё равно ничего не купят, а только будут отвлекать персонал. Во-вторых, вам критично не пропустить мимо того клиента, для которого у вас есть, что предложить. Важно, чтобы те, для кого вы делаете магазин, заметили его во всеобщем стремлении выделиться и привлечь внимание. Не забывайте о том, что если вы продаете статусные товары и/или дорогие марки, то не стоит ударяться в авангардизм и полный сюр. Вам больше подойдут консервативные оформительские решения.



Вечные приемы

Витрины бывают товарными, сюжетными и товарно-сюжетными. Хотя в европейских странах чаще вызывают эмоциональный отклик именно сложные и дорогие сюжетные рождественские витрины, я советую делать свои декабрьские витрины товарно-сюжетными. Ведь ваша основная задача — продажи. А для этого ваши витрины должны предлагать конкретные связки товаров, так называемые «офферы» по конкретной цене. Это будет работать в любом сегменте. И масс-маркет, и средний, и люкс.

Самый простой способ создать эффективную предновогоднюю витрину – это сделать рождественский «оффер» в праздничном антураже. То есть сделать так, чтобы на первом плане были конкретные товарные связки по конкретной, привлекательной цене. А фоном бы выступала вся новогодняя атрибутика.

Большинство подарков покупается для родных и близких, помните об этом. И старайтесь своим оформлением передавать эмоции, связанные с родным домом, теплотой близких людей, общего праздника, когда сказка превращается в реальность. Новогоднее оформление не заканчивается на фасаде и витрине. Оно обязательно должно быть продолжено в зале. Как минимум, в кассовой зоне.

Новые тренды

Основным трендом в оформлении витрин этого рождественского сезона станет «стилизация рождества». Поясню. На фоне усиливающейся конкуренции как никогда важным становится хорошее понимание своей целевой аудитории. А хорошая, продающая витрина, это именно та витрина, которая обращается к конкретной, узкой, своей целевой аудитории. Так что скоро мы увидим множество разных рождеств.

Рождество хипстеров, рождество сноубордистов, рождество гламурных девиц, рождество молодых мам, рождество топ-менеджеров, рождество врачей, рождество студентов...

Графика — неотъемлемая составляющая оформления витрин. Но она не должна быть банальной. Правило простое. Лучше не писать ничего, чем дежурное «С Новым Годом!». Привяжите вашу графику к месседжу и теме оформления. Например, если темой выбран фильм «Звездные войны», то послание может быть в стиле мастера Йоды, «Годом Поздравляю С Новым Тебя». Ну, вы поняли...



Те, кто покупает подарки в последний момент, на самом деле довольно многочисленная группа. Поэтому имеет смысл продумать месседж, который будет вывешен в ваших витринах в самые последние дни декабря. Буквально – 28-29-го числа. При правильном подходе последние дни и даже часы декабря могут стать для вас самыми прибыльными в этом году. Для этой группы нужно подготовить супер-заманчивые предложения в стиле «не заставляйте меня думать». Готовые подарочные решения по очень выгодной цене. И, конечно, ваши витрины должны ярко, громко и сочно сообщать бегущим мимо искателям подарков, что дальше бежать не нужно.

Эмоциональное состояние предновогоднего покупателя

Эмоциональное состояние предновогоднего покупателя меняется от ярко выраженного воодушевления в начале декабря до не менее очевидного равнодушия в последние дни. Потому, если есть возможность, заложите в проект витрины динамику – мелкие, но заметные изменения в течение всего периода. Предметы могут исчезать или добавляться, ёлка может обрастать иголками и украшениями. Новогодней атрибутики может, наоборот, становиться меньше с каждым днем. И мотивация покупателя меняется. В первые дни – посмотреть, неспешно повыбирать, понять, что вообще предлагает рынок в этом году. А в последние дни может сыграть принцип – у нас найдутся подарки сразу для всех.

Покупателям нужна не просто хорошо, оригинально оформленная витрина, а та, которая будет служить подсознательным сигналом к тому, что магазин отлично подготовлен к рождественским покупкам и может предложить скидки, подарки, дополнительные услуги и праздничную упаковку товаров.

Важно не потеряться на фоне соседей. Ведь абсолютно все будут как-то по-особенному оформлять свои витрины в этот период. Подумайте, чем и как вы можете выделиться на фоне соседей и конкурентов. Традиционно в предновогодний период основным становится красный цвет, так как он, считается, стимулирует к покупкам. Это, конечно, верно. Но имейте ввиду, что многие покупатели устали от «красного декабря». И выбрать себе в качестве основного цвета не красный – это возможность выделиться и привлечь внимание не только этой группы покупателей, но и остальных. Посмотрите, как делают все, и делайте наоборот – тоже стратегия.

Особенное внимание освещению

Свет – важный элемент в любой витрине. А в условиях декабря, да в наших широтах, он становится самым важным элементом витрины. Правильный свет создает акценты на товарах (по два луча на каждую фокусную точку), подсвечивает фон, не слепит покупателя, и настроен так, чтобы не создавать отблесков на витринных стеклах.

Сверхяркий свет, ещё ярче, чем у соседей, может стать вашей фишкой, вашим способом привлечь к себе ещё больше внимания. Но не переусердствуйте: ослеплять

СХЕМА РАЗРАБОТКИ НОВОГОДНЕГО ОФОРМЛЕНИЯ ВИТРИН

1. ВЫБЕРИТЕ ТОВАРЫ-ЛОКОМОТИВЫ: ТО, ЧТО ЛУЧШЕ ВСЕГО ПРОДАЕТСЯ
2. ПОДБЕРИТЕ ДОПОЛНЕНИЯ К ТОВАРАМ-ЛОКОМОТИВАМ
3. РАССЧИТАЙТЕ СКИДКУ, ПОСЧИТАЙТЕ ЦЕНУ «ОФФЕРОВ»
4. НАРИСУЙТЕ СХЕМУ РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ И ДЕКОРА
5. ПРОДУМАЙТЕ СВЕТ, ОПРОБУЙТЕ ЕГО ЗАРАНЕЕ
6. ПРИДУМАЙТЕ И НАРИСУЙТЕ ДЕКОРАЦИИ
7. ПРОВЕРЬТЕ СООТВЕТСТВИЕ ИДЕЙ БЮДЖЕТУ



покупателей тоже нельзя. Для этого устанавливайте свет ближе к стеклу витрины и направляйте его внутрь. Кстати, если все ваши соседи сделали себе супер-яркие витрины, то можно сыграть на контрасте и сделать тусклое освещение, привлекающее своим уютом и необычностью.

Зима – темное время. Поэтому освещать можно не только витрины, но и фасад, и примагазинную территорию. Например, можно украсить гирляндами либо подсветить цветными прожекторами деревья, которые стоят перед вашим магазином. Как правило, на украшение одного дерева уходит до пятидесяти метров гирлянд. Подойдите к этому творчески. Городская инфраструктура тоже может стать вашими декорациями при правильном использовании пары цветных прожекторов.

Гирлянды — один из самых эффективных инструментов в этот период. Они сравнительно недороги, и при этом делают ваш магазин заметным темными декабрьскими вечерами. Используйте световые шнуры для оформления фасада магазина и создания светящихся объемных букв в витринах.

Обычные и объёмные световые фигуры конечно хороши, но ещё лучше смотрятся движущиеся (светодинамические) световые объекты. Чаще всего они предназначены для наружного использования. Это объёмные фигуры, в которых при помощи многочисленных электрических гирлянд и огней создаётся великолепная и зрелищная имитация движения. Однако, несмотря на все преимущества, такие фигуры стоят недешево, имеют большой размер и по этой причине подходят преимущественно для установки на площадях перед крупными торговыми центрами.

Музыкальное сопровождение в магазине

Не про витрины, но уж очень наболело. Господа управляющие, кто сказал вам, что Jingle Bells и 35 других вариаций на тему рождества радуют ухо посетителя, создают новогоднее настроение и повышают продажи? Во всех магазинах играет одна и та же музыка ВЕСЬ предновогодний период. А это почти месяц! Первые дни – это прекрасно, да. Вспоминаешь, что «скоро же новый год!» и нужно готовиться. Но числу эдак к двадцатому от этого новогоднего нон-стопа в ушах начинает звенеть. Тут два варианта. Либо соблюдайте умеренность, разбавляя обычные треклисты новогодними песнями, либо проявите изобретательность и найдите редкие композиции, заказывайте ремиксы и кавер-версии.

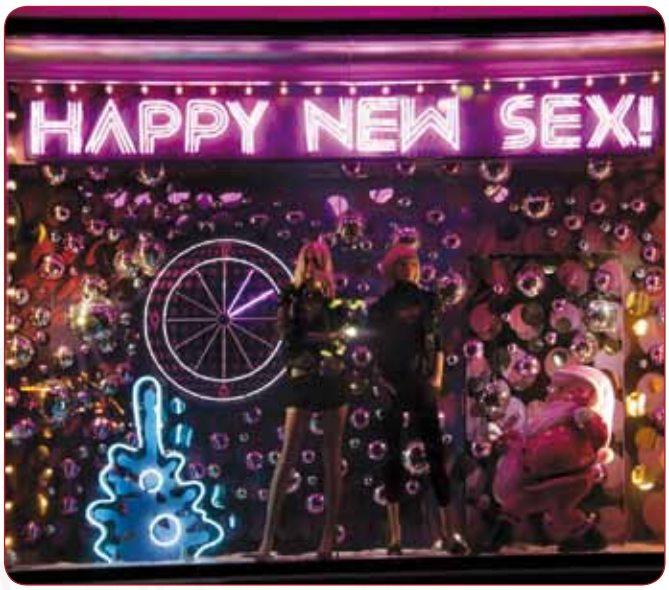
Какие материалы использовать для декора и где их взять?

Первым делом в ход идут классические и нестареющие аксессуары рождества. Елки, шары, ленты, колокольчики, свечи, корица, шишки и, конечно, искусственный снег. Материалы для декора можно закупить на оптовых цветочных базах, которые, традиционно, к декабрю привозят этого добра с избытком. Но учтите один важный момент – дешевые материалы выглядят дешево. Не скупитесь на качественные материалы и качественный декор. Пусть лучше его будет в три раза меньше, но он будет в три раза лучше.

Самоклеящиеся пленки прекрасно подходят для создания светотеневых акцентов, а также эффектов инея и заснеженности. Пленками также легко создавать эффект «замочной скважины», ограничивая угол обзора витрины, тем самым подогревая интерес и желание подойти и рассмотреть, что же там такое яркое внутри.

Можно отдельно купить дизайн-проект новогоднего оформления. Существуют фирмы, которые могут отдельно разработать дизайн-проект новогоднего оформления и передать его вам, чтобы оформить магазин силами штатных сотрудников. Это выгодно в том случае, если магазинов у вас уже довольно много, и нанимать сторонних декораторов получается слишком дорого. Такой подход, безусловно, накладывает ограничения на сложность украшения. Но кто сказал, что сложно = хорошо? Как раз наоборот – самые лучшие идеи, как правило, это самые простые идеи.

Кирилл Олейниченко



ЛОВИТЕ ПОКУПАТЕЛЯ С МОБИЛЬНЫМ ИНТЕРНЕТОМ!

При подготовке к сезону новогодних продаж аналитики советуют обратить внимание на то, как потребитель сейчас использует свои мобильные устройства... Сотрудники подразделения Google Mobile Ads ожидают, что около 15% поисковых запросов о подарках в этом сезоне будут сделаны через мобильные устройства. Данные показатели учтены по опыту США, однако сама тенденция актуальна и для нашей страны, пусть и в меньшем количественном выражении.

О чем это может говорить? О том, что стоит задуматься, как адаптировать возможности вашего сайта под возможности смартфонов и мобильных телефонов. Некоторые, вероятно, подготовят к новому году даже специальные приложения для iPhone, которые набирают в России все большую популярность и уже не являются диковинкой, по крайней мере, в столичном регионе и городах-миллионниках. А использование всяческих полезных, специализированных приложений становится все более привычным для обладателей модных гаджетов.

По данным Mobile Ads, еще больше – 44% - запросов о подарках и расположении магазинов, где их купить, в самый канун праздников будут сделаны именно через мобильные устройства. Об этом говорит динамика роста таких запросов. Существенные пики в последние годы происходят именно накануне Нового года и Рождества.

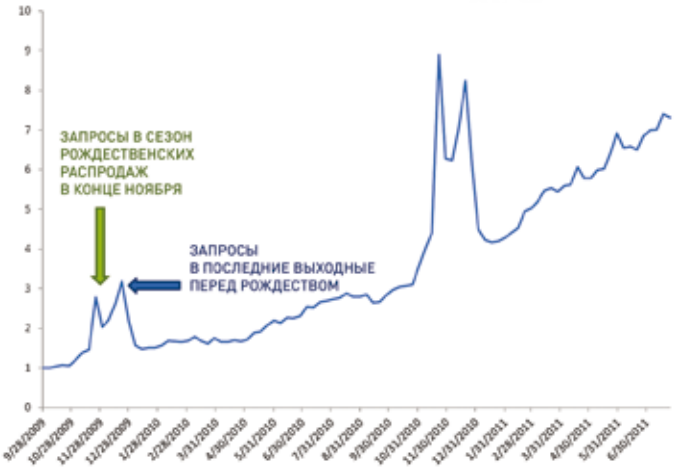
К слову, по последним данным компании ГФК-Русь, в России половина обладателей смартфонов пользуются Интернетом. При этом, треть всех, кто выходит в Интернет через мобильные устройства, совершают онлайн-покупки, а 75% - общаются в социальных сетях. Между тем, по наблюдениям GR, пока в русскоязычных социальных сетях магазины подарков пока не очень активны (в сравнении, скажем, с магазинами одежды). В основном возможностью выйти на покупателя через социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Livejournal) сейчас пользуются совсем небольшие компании или частные предприниматели с ограниченным ассортиментом, но индивидуализированным подходом к покупателю. Крупные компании, производители, дистрибьюторы и ритейлеры, пока в этом смысле отстают. Хотя эффективность затрат на качественное продвижение в социальных сетях сегодня не приходится доказывать – об этом говорят цифры, которых достигли мировые бренды. К примеру, у официальной англоязычной страницы Hallmark в Facebook более 277 тысяч поклонников, шесть тысяч из которых активно участвуют в обсуждениях публикаций на этой странице.

Стоит отметить и тот факт, что покупатель, пользующийся мобильным интернетом, является довольно перспективной частью целевой аудитории. Мобильные устройства с возможностью удобного пользования Всемирной Сетью все еще достаточно дороги в нашей стране, а значит, их могут позволить себе только достаточно состоятельные люди. Это ли не самая желанная аудитория для ритейлеров подарочной продукции?..

По материалам Google Mobile Ads Blog, GfK CEEMEA Telecom Industry Report 2011

Рис. 1

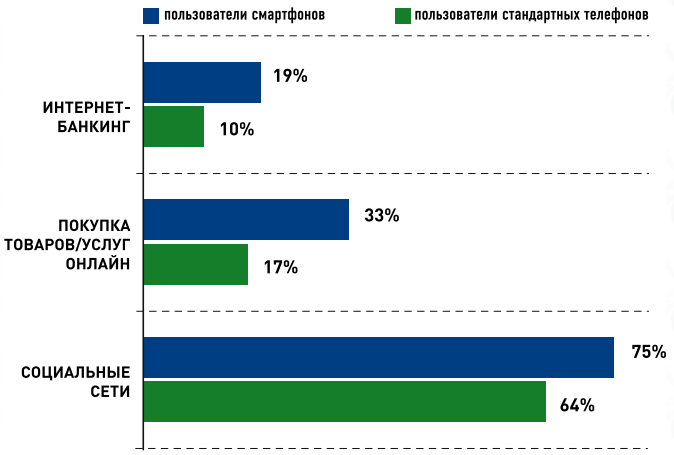
ЗАПРОСЫ С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ В КАНУН НОВОГОДНИХ ПРАЗДНИКОВ (ДАННЫЕ ПО США)



Источник: Mobile Ads

Рис. 2

ПОВЕДЕНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ В ИНТЕРНЕТЕ (РОССИЯ)



Источник: GfK CEEMEA Telecom Industry Report 2011

ТРАДИЦИИ В ПОДАРОК: ИТАЛИЯ

В этом номере мы открываем новую рубрику «Путешествуем к подаркам», в которой будем рассказывать о развитии подарочно-сувенирной отрасли других стран. Сразу оговоримся – вашему вниманию будут представлены не рыночные обзоры с экономическими показателями и рекомендациями по импорту той или иной продукции. Вместо изучения графиков и таблиц вы совершите путешествия в различные уголки мира, что позволит немного отвлечься от повседневных забот и вместе с тем узнать интересные факты о местных традициях производства подарков и сувениров.



На этот раз в центре нашего внимания – Италия, регион Кампания. Перед тем, как приступить непосредственно к рассказу о традиционных подарках и сувенирах, которыми славится область, предлагаем окунуться в атмосферу Кампании, обладающую богатым историческим и культурным наследием, которое не могло не повлиять на традиции местного бизнеса сувенирной продукции.

УВИДЕТЬ НЕАПОЛЬ И УМЕРЕТЬ!

Регион центральной Италии Кампания простирается вдоль побережья Тирренского моря от Лацио на севере до Базиликаты на юго-западе и включает в себя такие всемирно известные города, как Неаполь, Салерно, Сорренто, острова Капри и Искью, на его территории расположен действующий вулкан Везувий и развалины древнего города Помпеи.

Столица региона Неаполь в XVII веке был вторым по величине городом Европы после Парижа. Именно о нем впервые возникла крылатая фраза «Увидеть Неаполь и умереть!» (итал. Vedi Napoli e poi muori), которая позже распространилась по миру и стала использоваться по отношению к французской столице.

Самый посещаемый туристами порт Италии стал таковым из-за расположенных неподалеку раскопок Древних Помпей. Древнеримский город Помпеи был погребен под слоем вулканического пепла в результате извержения Везувия 24 августа 79 года. Под многометровой толщиной пепла были найдены улицы, дома с полной обстановкой, останки людей и животных. После многочисленных исследований археологов сегодня он открыт для посещения туристами. Интереснейшая экспозиция под открытым небом демонстрирует, как жили люди во времена Древнего Рима, остатки их домов, храмов, магазинов, театров, терм. В конце 19-го века руководивший раскопками Джузеппе Фиорелли обнаружил, что на месте тел людей и животных, погребённых под слоем вулканического пепла, образовались пустоты. Заливая эти пустоты гипсом, удалось реконструировать предсмертные позы жертв извержения. Теперь эти реальные скульптуры можно увидеть в местной археологической экспозиции. А полноцветные картины жизни древнего города – в уникальном шоу на стенах и в зданиях древнего города, проходящем на развалинах Древних Помпей по ночам.



Пока Везувий дремлет под внимательным наблюдением ученых, туристам представляется уникальная возможность посетить его вершину, при этом не только полюбоваться великолепной панорамой окружающих земель, моря и островов на много километров вокруг, но и заглянуть в сам кратер спящего вулкана.

Другой удивительный город Кампании Сорренто, стоящий на высоком скалистом берегу, в древности был портом, часто посещаемым греками для коммерческой деятельности. Именно этот город древние греки назвали «Сиреон», что означает «земля сирен», мифологических существ, о которых Гомер писал в своей знаменитой «Одиссее». Римляне высоко оценили красоту Сиреона, и он был выбран местом отдыха патрициев во время их периода правления.

Уникальное Амальфитанское побережье, которое простирается от Сорренто до Салерно, является одним из прекраснейших уголков мира: его изумительный природный ансамбль состоит из глубоких ущелий прихотливых форм, живописных бухт, террас с виноградниками, удобных пляжей, и все это великолепие сочетается с живописностью местных поселков.





Кампания целиком имеет территорию вулканического происхождения (здесь расположено порядка 40 кратеров вулканов). В связи с этим туристы имеют возможность объединить отдых на море с оздоровляющими и расслабляющими процедурами на термальных курортах. Целебные свойства горячих источников Кампании были признаны уже с древних времен. Археологические исследования показывают, что еще древние греки использовали их в терапевтических целях. Вода и пар из недр земли, считали они, способны укрепить ум и тело и даже излечивать военные раны.

В Кампании есть как специализированные медицинские комплексы, так и СПА-курорты, использующие целебные природные возможности: минеральные и термальные источники, лечебные грязи, великолепный воздух). На таких курортах вы можете искупаться в бассейне с теплой или горячей водой, согретой для вас самой природой, или посетить сауну, вырубленную в скале и нагреваемую этой скалой без участия человека.



Лучшие термальные курорты Кампании сосредоточены в основном на острове Искья, мекке СПА-отелей. Впечатляющая своими видами Искья, самый большой из трех островов региона Кампания, – вулканический остров, особые геологические особенности которого сделали его известным во всем мире. Он обладает одним из самых богатых гидротермальных ресурсов на планете. Здесь находится самый большой термальный парк во всей Европе «Сады Посейдона». На его живописной территории расположилось порядка двадцати термальных бассейнов с постоянно обновляющейся водой, сауна в природном гроте, японская баня. Температура воды в бассейнах парка колеблется от 20 до 40 градусов, соответственно различаются состав, концентрация и лечебные свойства воды.

Посещение Кампании может запомнится не только уникальной природой, но и великолепной кухней, которая отличается от гастрономии других мест Италии. Местная кухня, помимо пиццы (чьей родиной считается Неаполь), безе-мороженого и уникального итальянского кофе, предлагает множество других вкусных блюд. В Кампании около 300 типичных продуктов, среди которых, конечно же, сыры. И это, в первую очередь, Моццарелла — королева гастрономии Кампании.

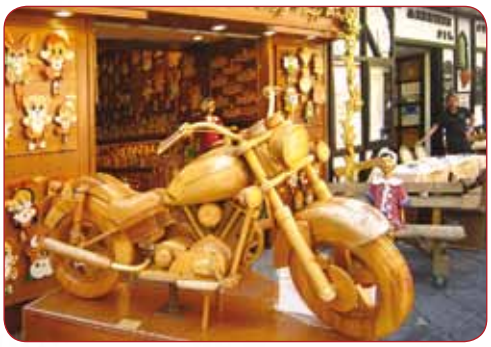
Природные богатства и богатое историческое наследие региона повлияли на развитие и формирование подарочно-сувенирной индустрии Кампании, о которой мы расскажем далее.

ПОДАРОЧНО-СУВЕНИРНАЯ ИНДУСТРИЯ КАМПАНИИ

Производство подарков и товаров для дома активно развивается в регионе Кампания, и его вклад в экономику области крайне важен. Конечно, по объему эта отрасль не может конкурировать с такими секторами экономики, как производство продуктов питания, вин, одежды и обуви. Но именно подарочно-сувенирная индустрия наиболее тесно связана с историей и культурой региона, оказывает положительное влияние на имидж области и способствует развитию туристического бизнеса. При этом надо отметить, что местные сувениры не только продаются в туристических магазинах, но и производятся на экспорт. Например, более чем 80% камей и изделий из кораллов, а также инкрустированные деревянные изделия экспортируются по всему миру. Самый крупный импортер коралла и камей – Япония. Основной рынок сбыта инкрустированного дерева – США. Керамика и рождественские подарки экспортируются в США и Европу. Некоторые товары экспортируются и в Россию, но здесь, к сожалению, еще немало ограничений для импорта.

Изделия производятся как в небольших, так и крупных мастерских, а также на специализированных фабриках. Большая часть продукции изготавливается вручную, с использованием традиционных приемов, но современные технологии сегодня используются все активнее. Подарочный ассортимент разнообразен, темы и материалы обусловлены культурой, искусством, историей и природой региона. Фигуры Рождественских сцен, изделия из лавы, фарфора, мрамора, кораллов, камеи, папье-маше,

изделия с инкрустацией по дереву, ручная вышивка – это все то, что вы обязательно встретите как в небольших лавочках, так и в крупных торговых центрах Неаполя и других городов и на международных выставках во Франкфурте, Париже, Милане.



Фигуры рождественских сцен

Итальянцы трепетно относятся к празднику Рождества Христова, поэтому фигуры из рождественских сцен стали традиционным украшением во время этого праздника в каждом доме. Рождественские сцены в фигурах начали производить в Неаполе с XV века и использовали сначала преимущественно для размещения в церквях. Ко второй половине XVII столетия сцены Рождества стали привычным зрелищем и в домах аристократии и богатой буржуазии. В XVIII веке деревянные статуэтки заменили фигурки, которые могли производить жесты. Изготавливались в основном такие рождественские сцены, как Рождество в хлеву, процессия мудрецов и др. В наше время эти сувениры активно экспортируются в США и Европу.



Изделия из лавы

Сегодня в производстве изделий из лавы активно используются технологии, позволяющие совмещать лаву с другими материалами. В результате получаются красивейшие изделия для отделки интерьера (мозаика, плитка, столешницы), а также ювелирные изделия и сувениры, пользующиеся огромным спросом у туристов, посещающих Везувий и Помпеи.

Фарфор

Традиция производства фарфора пришла в Европу из Китая. Импортируемые изделия изначально были очень дорогими, и редкий материал вдохновлял итальянских мастеров. Однако собственное производство фарфора в Кампании стало возможным только после открытия секрета его производства и подбора подходящих местных материалов в XVIII веке. До сегодняшнего дня искусство производства фарфора сохраняется в Неаполе, а фарфоровые вазы и столовые сервизы, изготовленные здесь, украшают дома во всем мире.



Папье-маше

Папье-маше – легко поддающаяся формовке масса, получаемая из смеси волокнистых материалов (бумаги, картона) с клеящими веществами, крахмалом, гипсом и т. п. В Италии изделия из папье-маше использовались в основном в театральных действиях: в Венеции – для изготовления карнавальных масок, в Неаполе – рождественских фигур. В городке Нола, расположенном недалеко от Неаполя, эта техника традиционно применялась при подготовке к празднованию «Festa del Giglio», одного из самых захватывающих фольклорных фестивалей в Италии. Из папье-маше готовились огромные фигуры, до 25 метров высотой, которые могли двигаться и танцевать. Сегодня мастера из Нолы также активно используют папье-маше для создания украшений, изделий для интерьера.

Изделия с инкрустацией по дереву

В первой половине XIX века искусство инкрустации по дереву начало завоевывать популярность благодаря работе мастеров из Сорренто. Этому способствовало то, что Сорренто, как известный туристический курорт, привлекал множество знаменитых политических и культурных деятелей, которые имели возможность оценить мастерство местных мастеров. Последних приглашали даже для реставрации королевской мебели. Для работы ими использовалась древесина грецкого ореха, туи, апельсинового дерева, маслины, каштана. Искусство инкрустации по дереву продолжает развиваться и в наши дни, сочетая современные технологии и традиционные приемы.

Изделия из кораллов и камеи

Еще древние римляне считали, что коралл увеличивает способность к деторождению у женщин и помогает защитить детей от неприятностей. Город Кампании Торре-дель-Греко уже на протяжении пяти столетий известен именно благодаря кораллам. Добывать и обрабатывать кораллы здесь начали еще в эпоху Возрождения, когда в Европе при дворе стали пользоваться большой популярностью коралловые ожерелья и другие украшения. Уникальное мастерство и элегантность исполнения изделий сделали этот город одним из основных центров обработки кораллов в Италии. В городе даже открыт музей кораллов. Торре-дель-Греко славится также производством камей и других украшений из морских раковин. GR

Надежда Крючкова

9-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
павильон 2, залы 10 и 11

3-6 АПРЕЛЯ ВЕСНА 2012



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

- Бизнес-форум **«Стратегия и тактика на Российском рынке товаров для дома в 2012 году»**
- Ежегодная международная премия в области товаров для дома **HouseHold Expo — «Новинка»**
- Специальный проект Посудная мода: **«Многоликая керамика. От традиционных гончарных изделий до прогрессивных керамических покрытий»**
- Презентации
- Семинары
- Мастер-классы
- Конференции

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

Столовая посуда, кухня
подарки, сувениры
хозяйственные товары
бытовая техника,
свет, текстиль

HOUSEHOLD OUTDOOR

На весенней выставке стартует новый выставочный проект **HouseHold Outdoor** – расширенная экспозиция товаров для обустройства дачи и коттеджа, загородного отдыха и садовых работ.

ВСЁ, ЧТО ДОМА ПРИГОДИТСЯ

Организаторы
«МОККА Экспо Групп»,
ГК «Майер Джей Групп»

Под патронатом
Торгово-промышленной палаты РФ
Правительства Москвы

Россия, 115093, Москва,
ул. Люсиновская, 36, стр. 1
+7 (495) 363-50-32/33
info@hhexpo.ru
www.hhexpo.ru

Реклама

БЛОШИНЫЙ РЫНОК – ИДЕИ БЕСПЛАТНО

GR рад представить своим читателям фоторепортаж Полины Нефидовой с блошиного рынка в Англии на Portobello road. Это едва ли не самый знаменитый блошиный рынок Европы. «Рынок сам можно разбить на несколько частей, – рассказывает Полина. – Одна часть - это магазинчики, которые тянутся вдоль всей улицы Portobello. Вторая часть это уже непосредственно лотки с всякими украшениями, столовым серебром, сервизами, старыми картами, картинами, в общем, со всем, что можно встретить, как мне кажется, на любом блошином рынке». По мнению редакции, походы на такие барахолки могут быть очень полезны для тех, кто занимается производством или продажей сувенирной продукции. Ведь новое, как говорится, это хорошо забытое старое!



Полина Нефидова, финансист, фотограф. Занимается фотографией 3 года, в основном, постановочными фотосессиями, иногда – репортажной съемкой.
polinef.livejournal.com
500px.com/Polinef
polinef@mail.ru



Аксессуары и украшения, декор ручной работы



Старинные коробки и упаковки от самых разных предметов



Бижутерия и ювелирные украшения «из бабушкиного сундука»



Столовое серебро когда-то ультрамодных форм



Винтажные жестяные таблички с именами брендов, названиями улиц или просто смешными картинками



Военная форма и аксессуары различных времен

КОМФОРТ В ПОДАРОК

Того, что делает нашу жизнь комфортнее, нам всегда будет не хватать. Всегда найдется такого рода приятная мелочь, которой у нас нет, но зато она есть у друга, в магазине, в рекламном ролике... В этот раз в рубрике Wishlist мы собрали именно такие варианты для подарков. Будь ваш клиент ленивым лежебокой или самым собранным трудоголиком, его обязательно порадует такое предложение.



САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ КРУЖКА

Кружка, в которой сахар размешивается без характерного звука чайной ложки, мечта не только любого офисного сотрудника, но и всех его коллег. Американский производитель предлагает Self stirring mug (дословно – «саморазмешивающая кружка»). Одним нажатием кнопки содержимое в чашке перемешается. Эта же кнопка помогает тщательно вымыть кружку. И никаких усилий со стороны владельца. Всю работу делают две батарейки AAA.

www.stirringmug.com

ДЫРОКОЛ ДЛЯ КРЕДИТКИ

Как избавиться от недействительной кредитки? Вопрос возникает у многих, кто не хочет просто так выкидывать пластиковую карту с персональными данными. Толка от нее нет, но многим неуютно представлять, что она вдруг попадет в нехорошие руки. Разрезать карту ножницами – слишком непростая задача, и об этом знают те, кто хоть раз пробовал расправиться с пластиком. Но теперь на этот случай есть Pickmaster Plectrum Cutter. Вещь нужная любому гитаристу, а также другу гитариста или его родственнику. Этот «дырокол» вырезает из пластиковой карты настоящий удобный медиатор. Кстати, подарить вторую жизнь куску пластика – это еще и забота о природе...



www.play.com



www.madebyhumans.net

ВСПОМНИТЬ ВСЕ... И СТЕРЕТЬ

Гениальный изобретатель крайне нужных дома и в офисе листков для записи Post-it-note Спенсер Сильвер не подумал лишь об одном. Что все эти бесчисленные расклеенные по кабинету или комнате напоминания рано или поздно нужно убирать. У самых забывчивых это займет немало времени, чтобы собрать все стикеры и донести до мусорной корзины. Такие люди мечтают, чтобы ненужные записочки исчезали одним движением руки. Канадская дизайнерская компания Made by Humans постаралась удовлетворить это желание, предложив для записей привычный желтый квадрат, но с необычными свойствами. Одновременно это и «бумага», и ластик. Убрать неактуальную запись можно, всего лишь потерев той же ручкой. Которая, кстати, не потеряется, потому что крепится в сам ластик.

ПОДУШКА ДУ

Что всегда под рукой, когда сидишь перед телевизором? А что всегда теряется, когда сидишь перед телевизором? Кажется, все догадались... А теперь представьте, что речь идет об одном предмете! Подушка с встроенным пультом дистанционного управления избавит всех любителей отдохнуть за просмотром фильма или выпуска новостей от ненужной суеты в самый неподходящий момент. Это тот случай, когда желаемое становится действительным – функциональность и комфорт в элементарных вещах. Ведь такой пульт не завалится между подушками – это же и есть подушка! GR



www.brookstone.com

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

АССОЦИАЦИЯ «НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

ЭКСПОЦЕНТР

XI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

ЗИМНЯЯ СКАЗКА

14-18 декабря 2011 г.

"Ладья" сегодня, это:

- более 900 экспонентов;
- 62 региона РФ;
- 7500 кв.м. выставочной площади;
- 34 коллективные региональные экспозиции;
- более 18000 посетителей;
- участие 23 профильных учебных заведений;
- 42 информационных партнера выставки;
- 11 семинаров и круглых столов;
- ежедневная работа специалистов-исскуствоведов;
- отдельная экспозиция уникальных высокохудожественных изделий;
- «Город мастеров»;
- проведение Фестиваля войлока: "ШЕРСТИВАЛЬ"

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
ст. метро «Выставочная»









Реклама

Адрес ЦВК "ЭКСПОЦЕНТР": ст.метро Выставочная, 1-й Красногвардейский пр-д
Тел. Ассоциации: (499)124-48-10,124-08-09, 124-25-44 факс: (499)124-63-79
www.nkhp.ru **nkhp@mail.ru**

АНОНСЫ

XI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ «ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА – 2011»



С 14 по 18 декабря в павильоне №7 ЦВК «Экспоцентр» пройдет XI специализированная выставка – ярмарка «Ладья. Зимняя сказка-2011». Организатор: Ассоциация «Народные художественные промыслы России». Соорганизатор: ЗАО «Экспоцентр». Проект направлен на решение важнейшей задачи по сохранению художественных промыслов России и является мощным маркетинговым инструментом в реализации государственной и региональной политики по поддержке российских товаропроизводителей и экспортеров. На площади 6500 м² представят свои экспозиции более 900 организаций промыслов и индивидуально работающих мастеров из 62 регионов Российской Федерации.

«Ладья» – единственная специализированная выставка в России, на которой столь широко представлены российские всемирно известные центры бытования народного искусства. В рамках выставки пройдут семинары и круглые столы с участием ведущих художников предприятий, от которых зависят перспективы дальнейшего развития народного искусства. **www.nkhp.ru**

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ВО ФРАНКФУРТЕ CHRISTMASWORLD 2012: БОЛЕЕ 90% ВЫСТАВОЧНЫХ ПЛОЩАДЕЙ УЖЕ ЗАБРОНИРОВАНО



Осталось менее 3 месяцев до открытия международной выставки Christmasworld 2012, являющейся одним из ведущих выставочных мероприятий в сегменте декоративных и праздничных украшений.

С 27 по 31 января 2012 года в шести павильонах участники Christmasworld из разных стран мира представят последние новинки и тренды для любого праздника.

Выставка полностью оправдывает свой слоган: «The World of the event decoration» («Мир праздника»). «Ни на одной другой выставке в мире декораторы, дизайнеры, специалисты розничной и оптовой торговли не найдут такого огромного спектра товаров для сезонного бизнеса», – говорит Ева Ольбрих, новый директор выставки.

В дополнение к праздничному декору Christmasworld предлагает всё для Дня Святого Валентина, Пасхи и Хэллоуина, а также для таких семейных мероприятий, как свадьба или день рождения.

Для байеров со всего мира Christmasworld – это возможность не только ознакомиться с обширным ассортиментом новых продуктов, но также оказаться в центре последних новинок и трендов.

Традиционно параллельно с Christmasworld пройдут международная выставка канцелярских товаров Paperworld и выставка товаров для хобби и творчества Creativeworld.

www.christmasworld.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.ru

«КОНСУМЭКСПО-2012.ЗИМА». ЧТО НОВЕНЬКОГО?



Не за горами Новый год. А это значит, что уже скоро – 17-20 января – специалисты индустрии подарков и сувениров встретятся на 25-й международной выставке «Консумэкспо-2012. Зима». Организаторы готовят много интересного! В Салоне «Подарки и сувениры», расположенном в павильоне 8, появится тематическая Интерактивная площадка, где выступят эксперты индустрии по вопросам маркетинговой политики, сезонного ассортимента и особенностей его продаж, оформления витрин и новых дизайнерских решений в корпоративной сувенирке. Проект «Новинки и инновации» соберет в своих витринах самые интересные новинки выставки. Анонс проекта будет представлен в декабре на сайте выставки, что позволит заранее спланировать посещение «Консумэкспо-2012.Зима».

www.consum-expo.ru

ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ WORLD OF GIFTS ПРИГЛАШАЕТ В КИЕВ!



Ведущее выставочное мероприятие подарочно-сувенирной отрасли Украины готовится отметить свою первую круглую дату: 1-4 февраля 2012 года в Киеве состоится X юбилейная международная выставка подарков World of Gifts.

По предварительным данным, посетители увидят новинки подарочной продукции от 114 компаний из 6 стран мира. Особое внимание в этот раз будет уделено показу сувенирно-подарочной продукции, приуроченной к чемпионату Европы по футболу Евро-2012.

В рамках выставки будет создан информационно-консультационный центр, основная задача которого заключается в оперативном предоставлении посетителям компетентных консультаций по вопросам конкурентоспособности подарочной продукции, ее качества, юридической поддержки бизнеса на высоком профессиональном уровне.

Среди наиболее интересных мероприятий деловой программы выставки – мастер-класс на тему «Управление магазином: ассортимент, запасы, продажи, мерчендайзинг, ценообразование», а также практический семинар «Создание эффективного формата розничной сети. Управление визитом покупателя как инструмент увеличения продаж».

Ежедневно на центральном подиуме будут проходить презентации, конкурсы, промо-акции ведущих компаний рынка подарков. Посетители выставки станут непосредственными участниками рождения настоящих произведений искусства, посетив необычные, яркие мастер-классы по изготовлению подарочно - сувенирной продукции.

www.pem.com.ua

ИТОГИ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ WORLD OF GIFTS



7-10 сентября 2011 в Киеве состоялась IX международная выставка подарков «World of Gifts». В выставке приняли участие 98 отечественных и зарубежных производителей и поставщиков подарочно-сувенирной продукции. На выставке было зарегистрировано 6768 посетителей из всех регионов Украины, Молдовы, России, Белоруссии, Польши, Италии. В рамках деловой программы состоялись практические семинары «Успешный бизнес в Интернете: миссия выполнима» и «Активные продажи в розничном магазине». Хедлайнером выставок стал перфоманс «Зозулица», которая стала лауреатом конкурса неофициальных талисманов Евро-2012. После проведения перфоманса был зафиксирован рекорд – Зозулица попала в Книгу рекордов Украины с дальнейшим внесением в Книгу рекордов Гинесса как самый большой свистунец – оберег. Большой популярностью у посетителей пользовался салон изделий ручной работы HandMade, а также экспозиция «Городок кузнецов», где ежедневно проходили мастер-классы по художественной ковке и чеканке, изготовлению подарков.

www.pem.com.ua

ИТОГИ HOUSEHOLD EXPO ОСЕНЬ - 2011



С 13-16 сентября 2011 в Москве, в МВЦ «Крокус Экспо» прошла 8-я Международная специализированная выставка HouseHold Expo. Общая площадь осенней экспозиции составила 17525 кв.м, в выставке приняли участие 418 компаний из России и зарубежных стран: Португалии, Турции, Германии, США, Гонконга, Египта, Чехии, Греции, Ирана, Японии, Словакии, Италии, Польши, Китая, Украины, Республики Беларусь. Выставку посетили 9284 специалиста, из них 2987 – представители предприятий оптовой и розничной торговли.

В рамках выставки стартовал новый проект «Салон Подарки», стратегическим партнером которого стала Торговая компания «Красный Куб». Чрезвычайно насыщенной и разносторонней была деловая программа выставки. Из наиболее итнтресных мероприятий стоит упомянуть мастер-класс партнеров Retail Training Group Дмитрия Левицкого и Елены Комковой «Перспективы и стратегии развития магазинов подарков и товаров для дома на российском рынке», цикл семинаров «Продажа подарков в интернете: примеры и опыт участников рынка», круглый стол «Безопасность посуды – важнейшая составляющая здоровья россиян». Директора крупнейших супермаркетов приняли участие в семинаре «Особенности работы с ассортиментом для гипермаркета товаров для дома». Консалтинговая группа «Супер-розница» провела традиционный цикл семинаров «От заключения договоров до торговой полки». В рамках выставки прошли и другие, не менее интересные мероприятия.

www.hhexpo.ru

ИТОГИ V ВСЕРОССИЙСКОГО ФОРУМА ПОСТАВЩИКОВ И РИТЕЙЛЕРОВ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА, ПОСУДЫ, ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ С ЦЕНТРОМ ЗАКУПОК СЕТЕЙ™

21-22 СЕНТЯБРЯ 2011. МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР, ВЫСТАВКА КОНСУМЭКСПО. ОСЕНЬ-2011



Форум, как и выставка «Консумэкспо», теперь проходит 2 раза в год, что говорит о возросшей активности участников рынка потребительских товаров. «Изюминка» форума – единственный в России специализированный Центр Закупок Сетей™ по товарам категории non-food. Более 100 делегатов из 15 городов России, СНГ и Европы приехали, чтобы договориться о поставках в 25 розничных сетей, узнать «горячие» новости отрасли и получить рекомендации от авторитетных экспертов.

По данным исследовательской компании РОМИР, представившей делегатам результаты своего последнего исследования, в 2011 году более 75% товаров для дома продается в розничных сетях (лидируют гипермаркеты). Лучшим качеством обслуживания покупателей среди сетей участников Форума отличаются Южный Двор, ТД Радов и Эссен. К таким результатам пришел Сергей Пашковский, директор по обслуживанию клиентов компании 4Service™, которая специально к Форуму «проинспектировала» сети методом «тайный покупатель». С закупщиками этих и других федеральных и региональных сетей поставщики провели более 1000 переговоров о поставках. Ассортимент товаров non-food на 2011-2012 подбирали закупщики SPAR, Красный Куб, Ашан-Радуга, Утконос и еще 20 розничных сетей.

Общей проблемой рынка, которую отметили многие выступающие на Форуме, является заметное снижение квалификации специалистов по продажам и по работе с сетями в компаниях-поставщиках.

www.consumexpo.imperiaforum.ru

ИТОГИ PAPERWORLD RUSSIA 2011 И FESTIVALWORLD RUSSIA 2011

27 – 30 сентября в Москве, ЦВК «Экспоцентр» состоялись международная выставка новогодней и праздничной индустрии Festivalworld Russia и международная выставка бумажной продукции, канцелярских и офисных товаров Paperworld Russia. Организатором мероприятий выступила международная выставочная компания Messe Frankfurt.

«В этом году мы впервые запустили Paperworld Russia 2011 и Festivalworld Russia 2011 на российский рынок выставочных



услуг, что, несомненно, создавало для нас определенные риски. Но отличные результаты по итогам выставок подтвердили абсолютную правильность сделанного нами шага и направления, в котором работает Мессе Франкфурт в России, – отметил генеральный директор компании Мессе Франкфурт РУС, г-н Ойген Аллес. На выставках свою продукцию представили более чем 120 компаний из 26 стран мира. 4 263 профессионала отрасли посетило мероприятия. В рамках выставок была организована деловая программа, которая освещала актуальные вопросы отрасли.

www.festivalworld.messefrankfurt.ru

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. НОЯБРЬ – ДЕКАБРЬ 2011

	Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
1	03.11 - 06.11 Россия, Москва, КВЦ Сокольники	КЛИНОК - 2011 24-я международная выставка: художественные, авторские, коллекционные и антикварные изделия, а также спортивные, туристические, охотничьи и столовые.	+7-495- 780-67-81. klinok-expo@yandex.ru http://exponica.ru/klinok
2	03.11 - 06.11 Россия, Москва, ВВЦ	ЮВЕЛИРНЫЙ ВЕРНИСАЖ - 2011 14-я выставка-ярмарка ювелирных изделий, бижутерии, элитных подарков, столового серебра, антиквариата и др.	+7-495- 640-08-29. 6400829@mail.ru www.jewer.ru
3	08.11 - 10.11 Украина, Киев, КиевЭкспоПлаза	МИР СТЕКЛА И ПОСУДЫ - 2011 5 специализированная выставка бытовой и профессиональной посуды.	+38-044-461-93-42. info@kmkya.kiev.ua www.tableware.kiev.ua
4	10.11 - 12.11 Украина, Одесса. ВЦ Одесский дом	ГАЛЕРЕЯ ПОДАРКОВ - 2011 VIII международная выставка подарков и украшений.	+38-0482-37-17-37. syurko@expohome.com.ua www. expohome.com.ua
5	10.11 - 13.11 Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо	ПОКУПАЙТЕ РОССИЙСКОЕ - 2011 15-я всероссийская выставка-форум.	+7-495-730-75-82. pokupayte@proexpo.ru www.pokupayte.ru
6	10.11 - 14.11 Россия, Санкт-Петербург, Экспоцентр ЕВРАЗИЯ	СУВЕНИРЫ. ПОДАРКИ. УКРАШЕНИЯ 26-я межрегиональная специализированная выставка-ярмарка произведений декоративно-прикладного искусства, изделий народных художественных промыслов, сувенирно-подарочной продукции.	+7-812-324-64-16. sivel@sivel.spb.ru www.sivel.spb.ru
7	15.11 - 20.11 Россия, Екатеринбург, КОСК	УРАЛЮВЕЛИР. ОСЕНЬ – 2011 XI межрегиональная ювелирная оптово-розничная выставка.	+7-343- 355-00-49. mail@unexpo.ru www.unexpo.ru
8	17.11 - 20.11 Украина, Киев, КиевЭкспоПлаза	ЮВЕЛИР ЭКСПО УКРАИНА - 2011 22-я международная выставка ювелирных изделий. Включает САЛОН АКСЕССУАРОВ И МОДНЫХ УКРАШЕНИЙ.	+38-044-461-93-42. jewel@kmkya.kiev.ua www.kmkya.kiev.ua www.jewellerexpo.kiev.ua
9	21.11 - 25.11 Россия, Москва, ЦВК Экспоцентр	МЕБЕЛЬ - 2011 23-я международная выставка мебели, интерьера, декора.	+7-499-795-37-36. samusevata@expocentr.ru www.meb-expo.ru
10	23.11 - 26.11 Россия, Москва, ЦВЗ Манеж	ИНТЕРЬЕР-ШОУ - 2011 Международная выставка мебели, предметов интерьера и декора.	+7 -495- 232-13-66
11	01.12-04.12 Россия, Москва, ВК Т-Модуль	HELLO TEDDY - 2011 Третья московская международная выставка коллекционных медведей.	+7-495-781-85-85. info@helloteddy.ru www.helloteddy.ru
12	01.12 - 04.12 Россия, Волгоград, Дворец спорта Профсоюзов	ТОВАРЫ XXI ВЕКА - 2011 16-я всероссийская специализированная выставка товаров народного потребления.	+7-8443-27-12-72. expovlz@mail.ru www.volgogradexpo.ru
13	01.12 - 05.12 Россия, Волгоград, ВЦ Экспоцентр	ЮВЕЛИРЭКСПО - 2011 12-я всероссийская специализированная выставка ювелирных изделий, бижутерии, часов, подарков и т.д.	+7-8442-55-13-16. masha@volgogradexpo.ru http://volgogradexpo.ru/exhibitions/3764
14	06.12 - 11.12 Россия, Иркутск, Сибэкспоцентр	УЮТНЫЙ ДОМ: МЕБЕЛЬ, ИНТЕРЬЕР, КОМФОРТ - 2011 НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК - 2011 Специализированные выставки мебели, предметов интерьера, подарков, посуды и др.	+7-3952-354-347. sibexpo@mail.ru www.sibexpo.ru
15	07.12 - 10.12 Россия, Уфа, ДК Нефтяник	ИНДУСТРИЯ ПРАЗДНИКА - НОВЫЙ ГОД - 2011 7-я специализированная выставка-ярмарка.	+7-347-253-38-00, 253-14-33. gosti@bvkexpo.ru www.bvkexpo.ru
16	08.12.-11.12 Россия, Красноярск, ВДЦ МіхМах	НОВОГОДНИЙ ПЕРЕПОЛОХ - 2011 Выставка-ярмарка новогодних и рождественских подарков, сувениров, елочных украшений и потребительских товаров.	+7-391- 2-911-108. svetlana_g@mixmax.ru www.mixmax.ru
17	14.12.-17.12 Россия, Белгород, БелЭкспоцентр	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА - 2011 16-я межрегиональная выставка-ярмарка.	+7-4722- 58-29-46 belexpo@mail.ru www.belexpocentr.ru
18	14.12 – 18.12 Россия, Москва, Экспоцентр на Красной Пресне	ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА – 2011 Специализированная выставка изделий народных художественных промыслов.	+7-499-124-25-44. nkhp@mail.ru www.nkhp.ru/ladya.htm
19	14.12 - 18.12 Россия, Татарстан, Казань, ВЦ Казанская Ярмарка	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА - 2011 18-я универсальная ярмарка товаров и услуг, в т.ч. ювелирных изделий, бижутерии, посуды и подарков.	+7-843- 570-51-27, 570-51-11. d1@expokazan.ru www.expokazan.ru
20	14.12 - 18.12 Россия, Ростов-на-Дону, ВЦ ВертолЭкспо	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА - 2011 Специализированная выставка подарочной и новогодней продукции.	+7-863-268-77-68. info@vertolexpo.ru www.vertolexpo.ru
22	14.12 - 18.12 Россия, Красноярск, МВДЦ Сибирь	РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА - 2011 Универсальная ярмарка товаров народного потребления.	+7-391-22-88-604, 22-88-606 christmas@krasfair.ru www.krasfair.ru
23	15.12 - 17.12 Украина, Киев, КиевЭкспоПлаза	ЮВЕЛИР ЭКСПО РОЖДЕСТВО - 2011 Международная выставка ювелирных изделий.	+38-044-461 9342 www.kmkya.kiev.ua
24	15.12 - 18.12 Россия, Санкт-Петербург, ФГУП Петербургский спортивно-концертный комплекс»	НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК - 2011 Выставка-ярмарка товаров народного потребления, праздничных и новогодних товаров.	+7-812-777-04-07, +7-499- 245-30-72 nb@orticon.com www.farexpo.ru
25	15.12 - 18.12 Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо	КРОКУС-ЮВЕЛИР. ЗИМА - 2011 Международная ювелирная выставка-продажа.	+7-495-980-48-85, 228-98-02 fest@j-r.ru, info@j-r.ru www.j-r.ru
26	16.12 - 18.12 Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо	TOP LINE - 2011 2-я международная выставка товаров и услуг класса «люкс».	+7-495-987-3138. budenkova@crocus-off.ru www.tl-topline.ru
27	20.12 - 23.12 Россия, Архангельск ОЦДО (Дворец пионеров)	НОВОГОДНИЙ СЮРПРИЗ - 2011 Выставка новогодних товаров, подарков и др.	+7-8182- 65-36-38, 65-47-83. kant@atknet.ru www.arhtpp.ru
28	21.12 - 25.12 Россия, Калининград, Балтик-Экспо	РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА - 2011 Специализированная выставка новогодних товаров, подарков и др.	+7-0112-34-10-95, 36-10. baltexpo@kaliningrad.ru www.balticfair.com
29	22.12 - 25.12 Россия, Челябинск	НАКАНУНЕ РОЖДЕСТВА Межрегиональная универсальная выставка - ярмарка.	+7-351-231-37-41, 215-88-77, 215-88-66 vystavky@gmail.com http://pvo74.ru
30	22.12 - 25.12 Россия, Хабаровск	НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК - 2012 Универсальная ярмарка новогодних товаров, подарков и др.	+7-4212-56-19-70. delo khabexpo.ru www.khabexpo.ru
31	22.12 - 26.12 Россия, Москва, ВВЦ	ЗОЛОТЫЕ РУКИ МАСТЕРОВ 11-я московская международная выставка-ярмарка.	+7-495-681-7625 remeslo-msk@inbox.ru, info@mosremesla.ru http://mosremesla.ru
32	22.12 - 29.12 Россия, Москва, ВВЦ	РОЖДЕСТВЕНСКИЙ ДАР - 2011 49-я православная выставка-ярмарка.	+7-495-780-67-81, 422-2952 zavet@pokrov-expo.ru www.pokrov-expo.ru
33	27.12 - 30.12 Россия, Архангельск, ВЦ Поморская ярмарка	НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА - 2011 Выставка-ярмарка товаров народного потребления (ювелирные украшения, сувениры, подарки и др.).	+7-8182-20-10-31, 21-46-16. nikonova@pomfair.ru www.pomfair.ru

World of GIFTS TRADE SHOW

X МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ





01–04 ФЕВРАЛЯ 2012





Международный выставочный центр, Киев, Украина

Реклама

Организатор:

PARUS ExpoMedia

Тел.: +38 (044) 484-68-91
E-mail: info@pem.com.ua

www.pem.com.ua

Генеральные медиа-партнеры:

EXCLUSIVE · lafemme

Генеральные информационные спонсоры:

PRO MAISON · Идеальный Дом

Информационная поддержка:

Ателье · GIFT REVIEW · АСС-Медіа · Д.Журнал · DECOR · Квартира · Совершенно · Ковальська майстерня

Журнал GIFT REVIEW распространяется по подписке, на специализированных выставках, а также в шоу-румах крупных оптовых компаний:

PALLADIUM ART, группа компаний, подарки на все случаи жизни.
105120, Москва, ул.Нижняя Сыромятническая, д.11, стр.52, центральная проходная завода «Плутон».
(495) 916-33-46/32-14/87-91
info@ podarki.biz www.podarki.biz

ENS GROUP, оптовые поставки посуды, подарков и предметов интерьера российским и зарубежным дистрибьюторам.
141009 МО г. Мытищи, Ярославский проезд, владение 120Б, строение 2
(495) 500-41-01, 513-14-39, 513-13-99, 543-32-42, 741-38-32
Бесплатная линия: 8-800-777-41-01
www.ens-group.com
Представительства ENS GROUP в регионах:

Новосибирск – «Чудодом поставки»
633004, Бердск, ул. Химзаводская, 11/7
(383) 325-08-10
info@chudopostavki.ru. https://chudopostavki.ru

Пятигорск – «Империя посуды»
Пятигорск, 3-й км Георгиевского шоссе , ТК «Привокзальный», магазин «Империя Посуды»
(8793) 31-36-38, 8-928-351-62-56
rita-imperiya@yandex.ru. www.imperia-posudy.ru

Курск – торговая сеть «Радуга»
(4712) 54-89-03
305001, Курск, ул. Пионеров, д. 20.
bag.07@bk.ru. www.radugakursk.ru

Челябинск – «Компания ТИС»
454038, Челябинск, ул. Строительная, д.11
(351) 735-39-10 / 35, +7-919-119-95-01
http://tis-group.net

ЛАМИРА, один из крупнейших в России оптовых поставщиков товаров для дома (подарки, посуда, люстры и др., всего более 10 000 наименований), на рынке с 1991 года.
Москва, ул. 5-я Магистральная, д. 15
(495) 972-32-42, 940-19-26, 940-21-26, 940-08-09
zainulina.e@lamira.ru. www.lamira.ru

АННА ЛАФАРГ, крупный оптовый поставщик посуды, предметов интерьера и подарков.
Москва, ул. 3-я Парковая, д. 41 а, офис ООО «Ал-Трейд»
(495) 234-61-64, 965-16-01, 965-06-74
info@lafarg.aha.ru
www.lafarg.ru

ПОЛНАЯ ЧАША, оптовая и розничная продажа: фарфор, керамика, эмалированная посуда, стекло, хрусталь известных мировых брендов.
Москва, Колодезный пер.3, стр.4
(495) 781-59-11
yarka99@rambler.ru
www.yarka.ru

ДЖИ-ЛИАН, фарфоровая посуда из твердого и костяного фарфора торговых марок Star Festival и Auratic в подарочной упаковке.
Москва, ул. Сельскохозяйственная, дом 7/1, стр. 2.
(495) 617-41-53
info@ji-lian.ru
www. Ji-lian.ru

АРТ МАРКЕТ ГРУПП, эксклюзивный представитель в России и СНГ чешского фарфорового завода Leander, производящего посуду, предметы интерьера, декора, подарки и сувениры.
115201, Москва, 2-й Котляковский пер., д.1
(499) 500-40-86
info@artmarketgroup.ru
www.leander-russia.ru

MODA ARGENTI, подарки, сувениры, предметы интерьера из Италии.
109044, Москва, ул.1-ая Дубровская, 6а
(495) 674-29-55
modargenti@mail.ru
www.belm.ru

ФРАТЕЛИ, оптовые поставки постеров, репродукций картин, гобеленов, зеркал, ключниц.
Москва, Складской комплекс ППП УД Президента РФ, 2-й Магистральный тупик, дом 7А, стр. №1, 2-й этаж.
(495) 788-52-88, (499) 256-84-82, (499) 259-20-85, (499) 256-33-93
www.frateli.ru

Если Ваша компания желает оказаться в этом списке, пожалуйста, свяжитесь с нами по телефону (495) 997-01-54, будем рады сотрудничеству с Вами!

Журнал GIFT REVIEW
№ 4 / 2011

Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru

Выпускающий редактор:
Дарья Балаян

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-45036 от 12.05.2011

Адрес редакции: 123557, Москва
ул. Климашкина, 8, стр.1
Тел.: (495) 997-01-54
info@gift-review.ru
www.gift-review.ru
Тираж: 3000 экз.
Распространяется бесплатно.

Перепечатка материалов журнала и использование их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции. Редакция не несет ответственности за содержание авторских и рекламных материалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Материалы, опубликованные на этом фоне, являются рекламой. Ответственность за их содержание несет рекламодатель.

РЕКЛАМА

КОНСУМ ЭКСПО

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

17—20 ЯНВАРЯ 2012 ЗИМА

HOMESTYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»
Россия, Москва

www.consum-expo.ru

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14
E-mail: centr@expocentr.ru
www.expocentr.ru

Коллекция корпоративных подарков ручной работы



От идеи...

...к воплощению.

ФЬЮР®
Бутик подарков ручной работы
производственная компания

Тел.: +7 (499) 272 0029, +7 (499) 199 6481 www.ftea.ru, info@ftea.ru

Нам доверяют: DHL, IBS, Атлант-Союз, Банк Петрокоммерц, Международный Аэропорт Внуково, Велес Капитал, Газпром, Евроцемент, Ингеоком, МТС, Лексус, Лакост, Мосводоканал, ОМК, ПГК, РайффайзенБанк, Россервис, Роснефть, Росбанк, Согаз, Северсталь, Связь Банк, Телеканал Домашний, Трансаэро, Тайота и многие другие.