



GIFT REVIEW

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 2(11)/2013

www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА

География подарков

АКТУАЛЬНО

Подарок на государственной службе

ВЫСТАВКИ

Британская выставка подарков: взгляд изнутри

ВЫСТАВКИ

Christmasworld: яркие идеи к любому празднику

Полноцветное нанесение
теперь и на IT гарнитурах

Mouse
White
wireless

3venta
A Desire for Novelty

Всегда в наличии
флеш-накопители
под нанесение Вашего логотипа

Tel: +7(495) 64 999 20

Email: sales@3venta.com

www.3venta.com

21-24 МАРТА 2013

Москва, МВЦ **КРОКУС ЭКСПО**

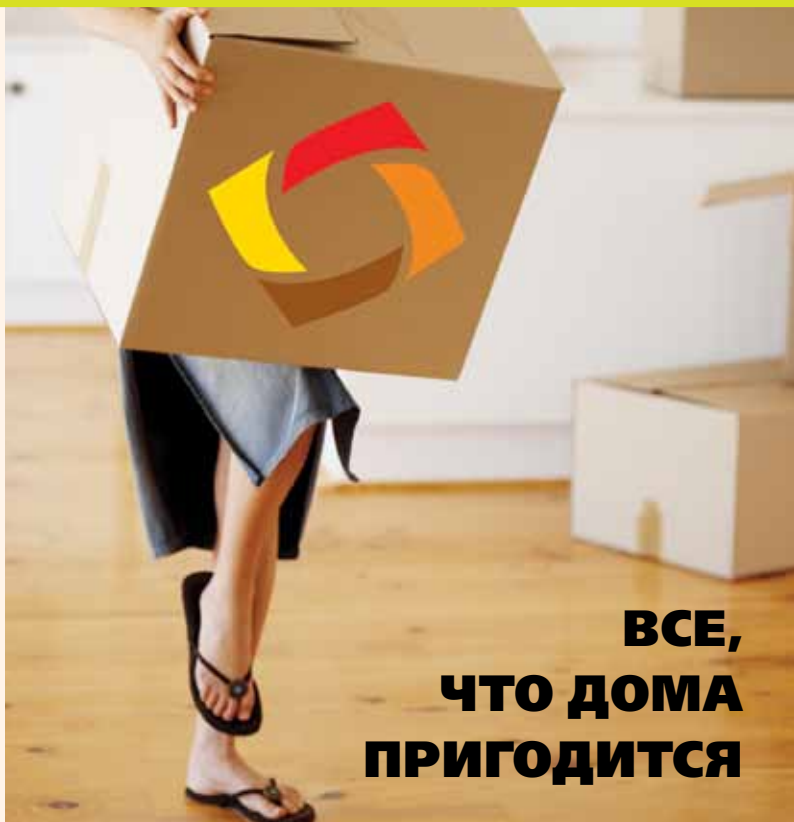
МЕЖДУНАРОДНЫЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ВЫСТАВКИ



Тематические разделы выставки

- Посуда: стекло, фарфор, хрусталь, столовые приборы и аксессуары
- Кухня: посуда для приготовления пищи, домашняя утварь, кухонные аксессуары
- Текстиль: скатерти и салфетки, банные полотенца и халаты, покрывала, гардины, занавески, постельное белье, декоративные подушки
- Пластик: аксессуары для дома и ванной комнаты, предметы для уборки помещений, пластмассовые изделия для дома
- Свет: люстры, торшеры, бра, настольные лампы
- Бытовая техника

www.hhexpo.ru



**ВСЕ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

CHRISTMAS BOX ПОДАРКИ

Тематические разделы выставки

- Новогодняя продукция: искусственные ели, изделия из синтетической хвои, игрушки, мишура, гирлянды, подарки, иллюминация и пиротехника, праздничный декор, все для карнавала
- Подарки: художественные, эксклюзивные
- Сувениры из серебра, керамики, фарфора
- Корпоративные, бизнес-сувениры
- Праздничные украшения
- Подарочная упаковка

www.christmasbox.ru



Реклама

Организаторы:
ГК Майер Джей Групп
МОККА Экспо Групп

Россия, 115093, Москва
ул. Люсиновская, д. 36/1
+7 (495) 363-50-32/33

ООО «Каммак» Керамические изделия от производителя



Тел: 8 (499) 189-12-65 Офис

8 (903) 013-42-23 Ольга (менеджер)

8 (495) 997-30-54 Алена (менеджер)

8 (916) 193-51-49 Игорь Алексеевич (директор)

8 (916) 136-80-44 Ирина Сергеевна (бухгалтер)

olga.bk@mail.ru kammak@bk.ru

www.kammak.myl.ru



3 **НОВИНКА**

6 **НОВОСТИ КОМПАНИЙ**

10 **БРЕНДЫ FINE DESIGN GROUP: ДОСТУПНЫЙ ДИЗАЙН – ОПТОМ**

12 **БРЕНДЫ СТЕКЛО ЧИСТЕЙШЕЙ ВОДЫ**

16 **БРЕНДЫ ПРОСТО, ВКУСНО И ЕСТЕСТВЕННО**

17 **БРЕНДЫ ВЕСНА ПРИШЛА**

18 **БРЕНДЫ ТОЧНОСТЬ - ВЕЖЛИВОСТЬ ЧАСОВ**

22 **СЕКТОР ВЗРОСЛЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЕТСКОГО ГАДЖЕТА**

28 **АКТУАЛЬНО ПОДАРОК НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ**

32 **ТЕМА НОМЕРА ГЕОГРАФИЯ ПОДАРКОВ. ЧАСТЬ II**

36 **БРЕНДЫ ВЕСНА - ПОДАРОК ДЛЯ КРАСОТЫ**

39 **ФРАНЧАЙЗИНГ ВРЕМЯ ОТКРЫВАТЬ МАГАЗИН - ЛЕТОМ**

40 **ВЫСТАВКИ ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКАМ МИРА**

42 **ВЫСТАВКИ CHRISTMASWORLD: ЯРКИЕ ИДЕИ К ЛЮБОМУ ПРАЗДНИКУ**

48 **ВЫСТАВКИ БРИТАНСКАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ**

52 **ВЫБОР РЕДАКЦИИ БРИТАНСКИЙ СТИЛЬ**

53 **WISHLIST СО ВСЕХ КОНЦОВ СВЕТА**

54 **БРЕНДЫ ПОДАРКИ С ФРАНЦУЗСКИМ ШИКОМ**

58 **ПУЛЬС РЫНКА РОССИЙСКИЙ РЫНОК КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ**

60 **КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. АПРЕЛЬ-МАЙ 2013**

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

ENS GROUP, оптовые поставки посуды, подарков и предметов интерьера российским и зарубежным дистрибьюторам.
141039 МО г. Мытищи, Ясеневоцкий проезд, владение 1206, строение 2. (495) 500-41-01, 513-14-39, 513-13-89, 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
Патригорск – «Империум посуда» Патригорск, 3-й км Георгиевского шоссе, ТК «Привокзальный», магазин «Империум Посуды». (8793) 31-36-38, 8-928-351-62-56. nta-impennya@yandex.ru. www.imperia-posudy.ru
Курск – торговая сеть «Радуга» 353001, Курск, ул. Пилнерова, д. 20. (4712) 54-89-03, баг.07@btk.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, лампы и др., всего более 10 000 наименований), на рынке с 1991 года.
Москва, ул. 3-я Магистральная, д. 15. (495) 972-32-42, 340-19-26, 940-21-26, 940-08-09 zainulina.e@lamira.ru www.lamira.ru

АННА ЛАФАРАГ, крупный оптовый поставщик посуды, предметов интерьера и подарков.
Москва, ул. 3-я Парковая, д. 41 а, офис ООО «Ап-Трейд». (495) 234-61-64, 965-16-01, 965-06-74 info@lafarg.aha.ru www.lafarg.ru
ПОЛНЯЯ ЧАША, оптовая и розничная продажа: фарфор, керамика, эмалированная посуда, стекло, хрусталь известных мировых брендов.
Москва, Колодезный пер.3, стр.4. (495) 761-59-11, yarka99@rambler.ru www.yarka.ru
УРБАНИКА, один из ведущих поставщиков на российский рынок дизайнерских предметов интерьера и аксессуаров для дома из Европы и Америки, эксклюзивный дистрибьютор брендов Nextime, Moitec, Bianini, Casalta, Modern Twist и др.
Москва, ул. Вешние вод. д. 21, стр. 1. +7 (495) 988-18-29. info@urbanika.ru www.urbanika.ru
ФРАТЕЛЛИ, оптовые поставки постеров, репродукций картин, gobеленов, 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.fratelli.ru
ПОЛЕЗНЫЕ ПОДАРКИ, поставщик сувениров и подарков на всей территории России. С 1998 года занимается оптовыми поставками и снабжением розничных магазинов и оптовых организаций подарочной и сувенирной продукцией по доступным ценам.
Санкт-Петербург, пр. Обуховской обороны д.70, корп.2 (812) 380-76-82, 8-800-100-39-85. podarkispb@mail.ru www.podarkispb.ru

Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW можно совершенно бесплатно!

- На сайте в разделе «Подписка» www.gift-review.ru/podpiska.html
- Или по телефону: +7-495- 997-01-54



Журнал GIFT REVIEW № 2(11)/2013
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.

segezha ПАСКАБИНО ООО "МИРУПАК" МИРУПАК (495) 221-05-11 www.mirupac.ru официальный дилер

ПАКЕТЫ БУМАЖНЫЕ

ПОМНИТЕ! УПАКОВКА ПРОДАЕТ ТОВАР



ГАРАНТИЯ НАШЕЙ НАДЕЖНОСТИ - 15 ЛЕТ ОПЫТА

**ВАШ
ЛОГОТИП**



- ✓ РАЗРАБОТКА ОРИГИНАЛ-МАКЕТА
- ✓ ИЗГОТОВЛЕНИЕ ФЛЕКСОФОРМ
- ✓ ПРОИЗВОДСТВО И ПЕЧАТЬ
- ✓ ШИРОКАЯ СЕТЬ СКЛАДОВ
- ✓ ДОСТАВКА ПО РОССИИ

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ ПАКЕТОВ



РАБОТАЕМ КРУГЛОСУТОЧНО, БЕЗ ПРАЗДНИКОВ И ВЫХОДНЫХ!

Москва 109203 ул. Басовская 16/1 www.mirupac.ru
Тел.: +7 (495) 920-30-02, 221-05-11 e-mail: mirupac@mail.ru

Лучший подарок — полезный подарок!



OMEGA TOOL

+7 495 234 5092
omegatool.ru



ЗАО КПК "Хрустальный звон" г. Гусь-Хрустальный

www.glasszvon.ru, glasszvon@mail.ru, +7 (49241) 24790, 31744

25р., 112р., 53р., 42р., 113р., 32р., 110р., 39р., 75р., 490р., 42р., 557р.

Предлагаем вазы для цветов, штофы, графины со стеклянной пробкой, кувшины и наборы с ними в подарочной коробке, по самым низким ценам с НДС от Производителя. Оптовые скидки до 22%. Формокомплекты и посуда по дизайну заказчика



LIGHTFLOWERS.RU
продает красоту

Добро пожаловать
в мир красоты,
в мир ЛайтФлауэрс™.



ЛайтФлауэрс™ – это эксклюзивные, оригинальные цветы-светильники из Королевства Таиланд, сделанные вручную специально для Вас.



Сотрудничая как с торговыми компаниями, работающими в областях продаж подарков и сувениров, предметов интерьера и мебели, цветов и аксессуаров, а также со студиями дизайна и специалистами по оформлению помещений, мы можем говорить об устойчивом спросе и незабываемом эффекте, который производит наша продукция, изменяя окружающую реальность.



Ознакомьтесь с ассортиментом и сделать заказ Вы можете на нашем сайте www.LightFlowers.ru. По всем возникшим вопросам Вы можете связаться по электронной почте office@lightflowers.ru или телефону: +7(495) 763-76-67

GIFT REVIEW Издательская группа «Гифт Ревью»



Юбилей компании?

Подготовка к сделке?

Встреча с акционерами?

В поиске партнеров?

Выставки и конференции?

Отчетность перед инвесторами?



Ответ один: КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ!

ЖУРНАЛ

ГАЗЕТА

АЛЬМАНАХ

БЮЛЛЕТЕНЬ

БРОШЮРА ЖУРНАЛ

ГАЗЕТА

СТЕНГАЗЕТА



ПРИНИМАЕМ ЗАКАЗЫ НА СОЗДАНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ:

- разработка издания с нуля
- подготовка профессиональных журналистских текстов
- верстка издания с учетом фирменного стиля компании
- сопровождение типографской печати издания

На ваш выбор: формат, бумага, цветность, периодичность, объем и тиражи.

www.gift-review.ru/corporate korporativ@gift-review.ru +7 (495) 997-01-54

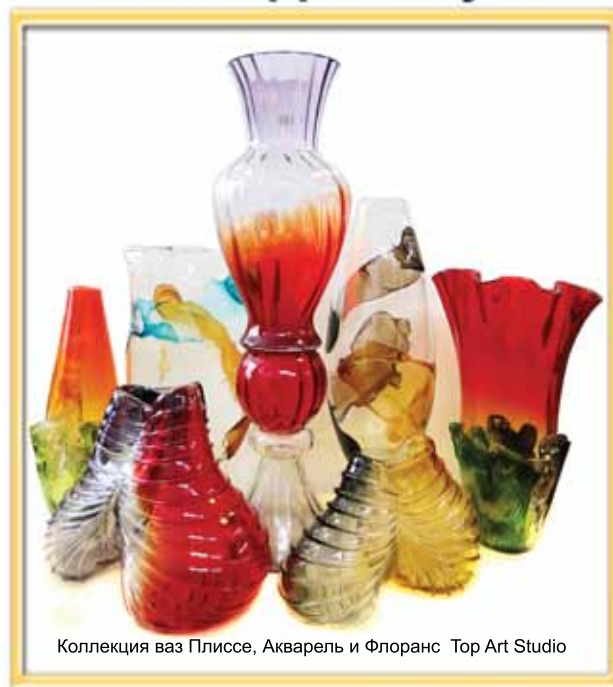
Компания «БэСт Кристмас» работает на рынке новогодних товаров 5-ый год и является единственным представителем в России гонконгской компании «Playwider international limited» (прямые поставки из Гонконга).

Оптово-розничные продажи новогодней продукции: мягких фигурок Сант, снеговиков, лосей, эльфов, рождественских венков и цветов, носков для подарков, юбок для украшения елочной крестовины, елочных украшений и др. Продукция высокого качества по приемлемым ценам. Существует система скидок. Каждый год коллекция сувениров обновляется. Наша компания подберет оптимальный наиболее выгодный способ доставки товара по всей России и за ее пределы.



123317 г. Москва, Башня на Набережной, Пресненская набережная, д. 10, Блок С, этаж 4, тел. +7(495) 775-69-97, факс +7(495)967-76-00, моб.тел. +7(913)911-01-07
630091 г. Новосибирск, Красный проспект, 82, оф. 316в, 114. Тел. +7(383)217-34-95, тел./факс +7(383)201-10-09, моб.тел. +7(913)911-01-07. shop@best-christmas.ru www.best-christmas.ru

www.toppodarky.ru



Коллекция ваз Плиссе, Аquareль и Флоранс Top Art Studio

Группа компаний ТопСтиль *Мои Стили*
121351, Москва, ул. Молодогвардейская д.57
Тел/факс (495) 980-76-44, E-mail: info@toppodarky.ru

Номо-Саpience

Сувениры. Текстиль. Оборудование. Полиграфия.

www.homo-sapience.ru

Индивидуальная сувенирная продукция

Минимальные сроки и тиражи

Собственное производство в России и Китае

Доставка по всей России и СНГ



(812) 44-88-545, info@morsa.ru

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

НАБОР ДЛЯ ПИКНИКА И ОХОТЫ В НОВОМ ИСПОЛНЕНИИ

Компания «Русский элитный подарок» представляет новинку в модельном ряду наборов для пикника и охоты – набор «Кардинал» в кейсе из искусственной кожи. Отличительной особенностью набора является то, что он собран в удлиненном кейсе и комплектуется шампурами длиной 60 см.

Рукоятки шампуров и мангала изготовлены из бронзы методом художественного литья. Нож и таяпка ручной работы (г. Павлово). Внутренняя отделка выполнена из натуральной кожи и расписана художником вручную.

Предлагаемый набор разумно сочетает элегантность, красоту исполнения, высокое качество, функциональность и может служить превосходным подарком.



КОМПАНИИ «КОНФАЭЛЬ» ИСПОЛНИЛОСЬ 12 ЛЕТ



22 февраля 2001 года была основана компания «Конфаэль». С этой даты началась история кондитерской фабрики, которая за 12 лет стала законодателем мод на рынке шоколадных сувениров. Именно «Конфаэль» поразила мир революционной концепцией: шоколад – это не просто лакомство, это подарок, причем роскошный.

За 12-летнюю историю компании было выпущено более 150 коллекций шоколадных подарков, ассортимент которых насчитывает около 5000 наименований продукции, зарегистрировано более 30 патентов на технологии, не имеющие аналогов в мире. Создано множество эксклюзивных шоколадных произведений искусства для самых высокопоставленных лиц нашей и зарубежных стран.

Сегодня «Конфаэль» — это группа компаний, в которую входят кондитерская фабрика, модный дом, компания по производству упаковки, 57 фирменных магазинов в России и странах СНГ, интернет-магазин шоколадных подарков, а также региональные представительства по работе с корпоративными клиентами во всех городах-миллионниках России и в странах Таможенного союза.

Свое 12-летие «Конфаэль» отпраздновала в семейном корпоративном кругу, где объединены все сотрудники. В планах компании продолжать динамично развиваться, постоянно удивляя потребителей новинками в области шоколадного искусства, приправляя традиционные рецепты новаторскими идеями.

НОВЫЙ ИГРОК НА РЫНКЕ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ СУВЕНИРОВ

Компания «Стиль Хелло» расширяет свою продуктовую линейку и объявила о запуске производства мелкой сувенирной продукции класса VIP. Компания разработала и изготовила первые образцы эксклюзивных сувениров, среди которых чехол-подставка для iPad, эксклюзивные шариковые и перьевые ручки, мини-органайзеры. Все изделия выполнены из ценных пород дерева: мореный дуб, белый дуб, вишня, красное дерево. Применяются различные техники обработки изделий: инкрустация, лакирование, гравировка, выжигание и др.

«Наша компания решила выйти на рынок сувенирной продукции и корпоративных подарков мелкого калибра как поставщик именно эксклюзивных и оригинальных подарков из редких и ценных материалов, рассчитанных на VIP-сегмент. Одним из основных направлений нашей работы является изготовление изделий из мореного дуба и других ценных пород древесины. Мы сами добываем морёный дуб, возраст которого (2000 лет) подтвержден сертификатом радиоуглеродного анализа. Все изделия могут дорабатываться и видоизменяться под конкретные заказы и пожелания клиентов с помощью различных техник изготовления», – рассказал руководитель проекта Сергей Власкин.

Напомним, что компания «Стиль Хелло» известна как производитель художественных изделий на заказ различных стилей, направлений и техник изготовления. Одно из основных направлений работы – мебель и предметы интерьера из настоящего морёного дуба. Древесина морёного дуба имеет возраст более 2000 лет и является одной из редчайших в мире.





Закупки напрямую у китайских поставщиков на выставке China Sourcing Fair в Гонконге!

Разделы выставки:

- Товары для спорта и отдыха
- Электронные товары, наручные и настенные часы
- Канцелярские и офисные товары
- Упаковка для подарков, сувениров и ювелирных украшений
- Подарки
- Промотовары и аксессуары для продукции Apple
- Игрушки – **Впервые!**
- Детская одежда и обувь – **Впервые!**
- Товары для ухода за новорожденными – **Впервые!**
- И многое другое



global sources
Gifts & Premiums
China Sourcing Fair

19-22 апреля 2013

Выставочный комплекс AsiaWorld-Expo, Гонконг

Почему стоит посетить выставку:

- ✓ **Креативные новинки** – предложения от ведущих китайских экспортеров высокотехнологичных товаров, аксессуаров к продукции Apple и др.
- ✓ **Возможность найти идеального партнера** – больше китайских производителей, чем на других выставках в Гонконге.
- ✓ **Бесплатная деловая программа** – лидеры отрасли предоставят самую актуальную информацию – от стратегий закупок в Китае до последних новинок на рынке.
- ✓ **Удобное место проведения выставки** – выставочный комплекс расположен недалеко от Международного аэропорта Гонконга, прямые перелеты в Гуанчжоу и другие города.
- ✓ **Ознакомьтесь с экспозицией заранее** – продукция, схема залов и информация об участниках доступна на сайте www.chinasourcingfair.com за четыре месяца до выставки.



Сканируйте QR-код для получения подробной информации или зарегистрируйтесь сейчас на сайте, чтобы посетить выставку бесплатно!

www.chinasourcingfair.com/hk/grf

global sources
Reliable Exporters
**Find Them
and
Meet Them**

www.globalsources.com

Совместно с

global sources
Home Products
China Sourcing Fair

global sources
Gifts & Premiums
Korea Sourcing Fair

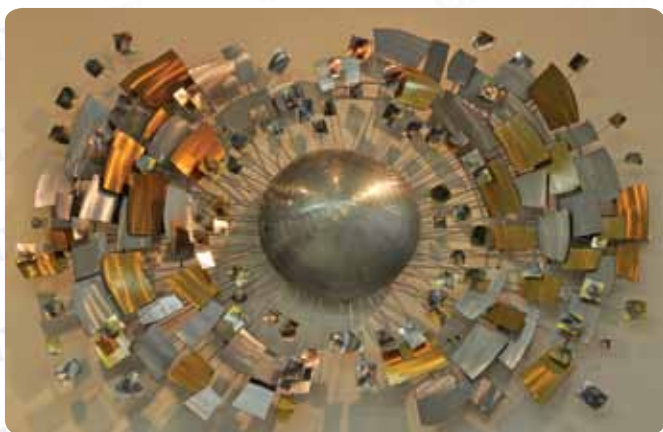
Вход на выставку только для специалистов. Не допускаются лица младше 18 лет. Розничная продажа на выставке запрещена.

*Фото продукции – только для иллюстрации.

Апрель, 2013						
Вс.	Пон.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

**КОЛЛЕКЦИЯ АВТОРСКИХ ПАННО В САЛОНЕ
«ДЕКАМЕРИК»**

Салон «Декамерик» представил разнообразную коллекцию настенных авторских панно, созданных американскими дизайнерами из тонированных металлов. Эта эксклюзивная коллекция задаст стилистическую направленность и облагородит как общественный, так и жилой интерьер. Тщательно продуманные, утонченные и уравновешенные композиции идеального качества сочетают в себе прекрасный вкус и неуёмную фантазию дизайнеров. Ажурные панно из шлифованной и тонированной стали в теплых тонах идеально подойдут для изысканного современного офиса, фойе кинотеатра, презентабельного салона или выставочного зала. Так, динамичная композиция PULSAR увлечет в необъятные просторы Вселенной, наполнит интерьер благородным сиянием металла, энергией Солнца и пульсацией самой Жизни.



СЕРИЯ ПОСУДЫ ИЗ ФАРФОРА «ЭСТЕЛЬ»

Компания «ЭНС ГРУПП» представляет серию посуды из фарфора «Эстель».

Это не просто красивый чайный сервиз из фарфора, но и отличные в использовании предметы сервировки, такие как блюда для фруктов, тортов, салатники и т.д. Каждый предмет – это художественная работа, маленький шедевр, созданный руками мастера, единственный в своем роде, имеющий ряд неповторимых особенностей формы и дизайна. Посуда из фарфора несет отпечаток руки мастера, частичку его души и сердца. Особое внимание уделяется качеству производимой продукции путем умелого сочетания современных технологий и высококачественных экологически натуральных материалов и красок. Изделия из фарфора во все времена считались прекрасным подарком, серия посуды «Эстель» – наглядное тому подтверждение.



ЧАСЫ, РАБОТАЮЩИЕ НА ВОДЕ

На российский рынок выводится новый продукт – линейка экологически чистых товаров пополнилась водными часами AquaPower. Механизм работы основан на вытягивании электронов из молекул воды. AquaPower представлены широким модельным рядом, отличающимся по форме и цвету.

Обычные часы потребляют очень мало энергии, но люди все время стремятся к совершенству и постоянно придумывают что-то новое, и ведь это все для того, чтобы сохранить и защитить окружающую среду. Вот поэтому в голову и пришла мысль: почему бы не сделать какой-нибудь прибор, не наносящий вреда природе? Например, работающий на воде? Сказано – сделано. Так появились часы, работающие на воде. Оригинально, не считаете? Конечно, многие скажут, что есть приборы, подзаряжающиеся энергией солнца, но что делать людям, у которых большая или вся часть комнаты находится в тени? Конечно же, им стоит обратить внимание на этот новый и интересный гаджет.

Как же работают эти чудо-часы? Чистая магия. Ну, и немного чистой науки. Внутри находится конвертер, который «извлекает» электроны из молекул жидкости и работает как топливная ячейка для часов. Расход воды очень небольшой. Одной заправки резервуара хватит на несколько недель бесперебойной работы.



Подарки ручной работы из серебра

с уникальными
гербами и декором



Столовое
серебро



Сувениры



Меллитические
изделия

Реклама

Украшения

Закрытое акционерное общество
"Великостыгский завод "Северная чернь"

- Производство изделий из серебра
- Широкий выбор готовых подарков
- Изготовление по индивидуальному заказу


**СЕВЕРНАЯ
ЧЕРНЬ**

Россия, г.Великий Устюг, ул. А.Угловского, д.1
Тел. (81738) 2 27 07, 2 59 12
E-mail: office@sevchern.ru

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
WWW.SEVCHERN.RU

FineDesign GROUP

ДОСТУПНЫЙ ДИЗАЙН ОПТОМ

Российский рынок подарков в настоящее время активно развивается, основные тенденции – рост потребительского спроса и повышение требований к качеству и дизайну подарочных изделий. Активно меняется культура дарения подарка, она становится все ближе и ближе к европейской, меняется также и само отношение к подарку. Современный подарок должен быть не только красивым, но и функциональным, практичным, качественным и креативным. Он должен удивлять и дарить положительные эмоции.

Оптовая компания Fine Design Group (Файн Дизайн Груп) специализируется на подарках, отличающихся продуманным дизайном и функциональностью. Молодая и энергичная команда ставит своей задачей сделать мир ярче и позитивнее, с любовью и энтузиазмом относясь к своему делу.

Путешествия по всему миру в поисках интересных новинок позволили сформировать уникальный ассортимент ярких, стильных и полезных вещей, доступных и понятных каждому. За несколько лет успешной работы компания заняла уверенные позиции в нише креативных подарков, дизайнерских аксессуаров и функциональных предметов для кухни и интерьера. Нам доверяют и с нами работают ведущие галереи дизайна, крупнейшие сетевые ритейлеры, интернет-магазины и индивидуальные предприниматели.

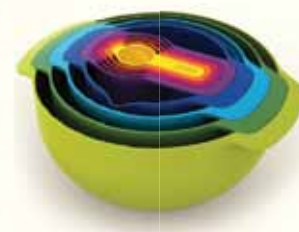
В настоящий момент компания Fine Design Group является эксклюзивным дистрибьютором целого ряда ведущих европейских марок: Joseph Joseph, Umbra, Black+Blum, PO: Selected, Qualy, XD Design, Aroma Home, Luckies, Mustard, Suck UK, Seishin, Doiy Design, Thabto. Эксклюзивные контракты позволяют поддерживать розничные

цены на уровне европейских и предлагать партнерам выгодные условия сотрудничества. Клиенты Fine Design Group помимо интересных товаров и выгодных условий получают поддержку на всех этапах сотрудничества: консультации по подбору продукции с учетом специфики и профиля деятельности, тренинги по товару и мерчендайзингу, помощь в аналитике продаж.

Сайт www.finedesigngroup.ru создан специально для оптовых заказов, обладает удобным интерфейсом и навигацией, прост в использовании, позволяет легко и быстро разместить онлайн-заказ через личный кабинет. Сайт экономит самый ценный ресурс – время: больше нет необходимости запрашивать прайс-листы у представителей компании и ожидать ответа менеджера. На сайте доступны актуальные цены, остатки, материалы по каждому товару и бренду. Для начала работы достаточно просто зарегистрироваться – менеджер Fine Design Group перезвонит в течение 10 минут для первичного знакомства и подбора оптимальных условий сотрудничества!

Визитной карточкой Fine Design Group стал целый ряд запоминающихся товаров следующих основных категорий:

ЯРКАЯ КУХНЯ. Ассортимент включает стильные и эргономичные кухонные аксессуары для приготовления пищи и сервировки, подарочные наборы и незаменимые в повседневном обиходе мелочи. Кулинарный шедевр – это просто!



УЮТНОЕ ТЕПЛО. Ароматизированные тапочки, маски для сна, уютные грелки – все для восстановления сил и релаксации. Отдыхать – с удовольствием!

СТИЛЬНЫЙ ИНТЕРЬЕР – это интересные и полезные идеи для дома и офиса, формирующие пространство и создающие комфорт. В коллекции представлен удивительный декор для стен, стильные вазы, креативные фоторамки, необычные настенные часы, оригинальные вешалки и решения для хранения, свет и многое другое. Жить со вкусом – прекрасно!



ЖИЗНЬ НА ПОДОКОННИКЕ. Самополивающиеся кашпо для любимых растений и уже готовые наборы для выращивания с землей и семенами цветов, ягод и трав пользуются популярностью у покупателей вне зависимости от времени года. Свой собственный зеленый чудо-сад на работе или дома добавит свежести и лета в любой интерьер. Идеальное решение для подарка!

ВЕЧЕРИНКА! Правильные аксессуары создадут атмосферу настоящего праздника. Креативные формы для льда, решения для хранения и охлаждения напитков, волшебные свечи, украшения и забавные идеи для сервировки, оригинальные бокалы и стопки – все для того, чтобы праздник удался на славу!



АКСЕССУАРЫ. Сумки и кошельки для удачного шопинга, важные мелочи для путешествия, компьютерные штучки и многое другое для яркой жизни и отличного настроения!

ДЕВИЗ FINE DESIGN GROUP – «МЫ ЛЮБИМ ТО, ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ И ВСЕГДА НАСТРОЕНЫ НА СОТРУДНИЧЕСТВО – В ЭТОМ ЗАЛОГ УСПЕХА! ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!»

ООО «Файндизайн»

Тел.: +7 (499) 406-01-01 info@finedesigngroup.ru www.finedesigngroup.ru

СТЕКЛО ЧИСТЕЙШЕЙ ВОДЫ

Продукция компании «Гусь-Хрустальный Стекольный завод» выходит на лидирующие позиции в своем сегменте. Производственные мощности ежегодно увеличиваются, появляются новые направления, обновляется ассортимент и дизайн изделий. Тонкие кружевные рисунки, изящное переплетение линий, узоры на золоте – эти изделия за короткий срок смогли завоевать любовь потребителей. О том, как развивается российское производство посуды из стекла, нам рассказал Алексей Семенов, директор компании «Гусь-Хрустальный Стекольный завод».

GIFT Review: Традиции стекольного производства в Гусь-Хрустальном развиваются не одно десятилетие. Алексей Борисович, чем живет эта отрасль сейчас? Что кардинально изменилось в последнее время?

Алексей Семенов: Гусь-Хрустальный является основным поставщиком стекольной продукции на рынке России. Стекло, хрусталь, фарфор, керамика, люстры, сувенирная продукция – это далеко не весь перечень продукции, поставляемой из Гусь-Хрустального в регионы нашей страны и стран ближнего зарубежья. Интерес к российской посудной отрасли проявляют и представители стран Азии и Европы. Всё больше покупателей отдают предпочтение

питьевой посуде из стекла, так как она является экологически чистой. Декорированная питьевая посуда уверенно завоевывает рынок, хотя еще несколько лет назад в моде были гладкие, недекорированные бокалы и фужеры. Сейчас конкуренция на рынке диктует необходимость постоянного совершенствования технологий и методов нанесения декора, обновления ассортиментных линеек и повышения качества.

GR: Как вы оцениваете конкуренцию в вашем сегменте?

А.С.: В настоящее время наш основной конкурент – это чешские производители. Различия в основном в виде



декорирования, что, в свою очередь, зависит от технологических решений в производстве продукции каждой из компаний. Мы в этих вопросах не стоим на месте, постоянно совершенствуем технологии производства, используя при этом давние традиции Мальцовских мануфактур. На текущий момент качество выпускаемой нами продукции выше аналогов конкурентов. Кроме того, в отличие от зарубежных компаний мы избавлены от дополнительных логистических издержек, что позволяет нам активно расширять рынки сбыта далеко за пределами своего региона. Сейчас продукция «ГХСЗ» представлена в 65 регионах РФ и в странах СНГ.



GR: Что больше всего привлекает клиентов в работе с вашей компанией?

А.С.: Мы являемся дискаунтером в данном сегменте и несмотря на инфляцию годами держим цены на одном уровне за счет постоянной модернизации производства. Также мы уделяем большое внимание вопросам складской и транспортной логистики, что ускоряет процессы отгрузки и доставки продукции. Для удобства транспортировки

наборы по несколько коробок пакуются на паллете. К тому же мы постоянно предлагаем нашим клиентам новинки, а весь товар является экологически чистым, имеет санитарно-гигиенический сертификат и сертификат

ООО ОП «ПРОМСИЗ» («ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД») НАХОДИТСЯ В ГОРОДЕ ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ – ГОРОДЕ МАСТЕРОВ СТЕКЛА, В КОТОРОМ ТРАДИЦИИ ПРОИЗВОДСТВА СТЕКЛА И ХРУСТАЛЯ ЗАЛОЖЕНЫ НЕСКОЛЬКО ВЕКОВ НАЗАД. КОМПАНИЯ ЗАНИМАЕТСЯ ДЕКОРИРОВАНИЕМ ПИТЬЕВОЙ СОРТОВОЙ ПОСУДЫ. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ОТЛАЖЕНА В СООТВЕТСТВИИ С НОВЕЙШИМИ, ПЕРЕДОВЫМИ РАЗРАБОТКАМИ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ В СФЕРЕ НАНЕСЕНИЯ ПОКРЫТИЙ НА ИЗДЕЛИЯ ИЗ СТЕКЛА.

*“Мы работаем в лучших традициях
мастеров стекла, создавая посуду,
которая станет украшением
Вашего дома.”*



Реклама

Наше предприятие занимается декорированием питьевой сортовой посуды. Технология производства отлажена в соответствии с новейшими, передовыми разработками современной науки в сфере нанесения покрытий на изделия из стекла. Продукция нашей компании вышла на лидирующие позиции в своем сегменте рынка. Ассортимент и дизайны выпускаемых изделий постоянно обновляется. Тонкие кружевные рисунки, изящное переплетение линий, узоры на золоте вызывают восхищение покупателей. А соотношение высокого качества и доступных цен смогли завоевать доверие потребителей из многих регионов России и стран ближнего зарубежья.

Будем рады видеть Вас в числе наших постоянных клиентов!



ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ
СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД

Тел.: 8 (49241) 95-865; 8 (49241) 95-862
Моб.: 8 (904) 252-51-00

Адрес: 601508, Владимирская область,
г. Гусь-Хрустальный, проспект 50-летия
Советской власти, д. 8-а

www.ghsz.ru



соответствия. Посуда упакована в красивую подарочную микрофрокоробку. Все это также высоко ценится ритейлерами.

GR: *Несмотря на объективную привлекательность продукции и условий сотрудничества, вы отводите далеко не последнюю роль продвижению бренда. Насколько мы знаем, ваша компания сейчас готовит бренд-бук?..*

А.С.: Да, в связи с широкой географической экспансией мы уделяем особое внимание вопросам создания единого корпоративного стиля и продвижения бренда компании. Наша цель – добиться узнаваемости продукта во всех регионах, и мы используем различные методы продвижения.

GR: *Планируете ли вы продвигать свою продук-*



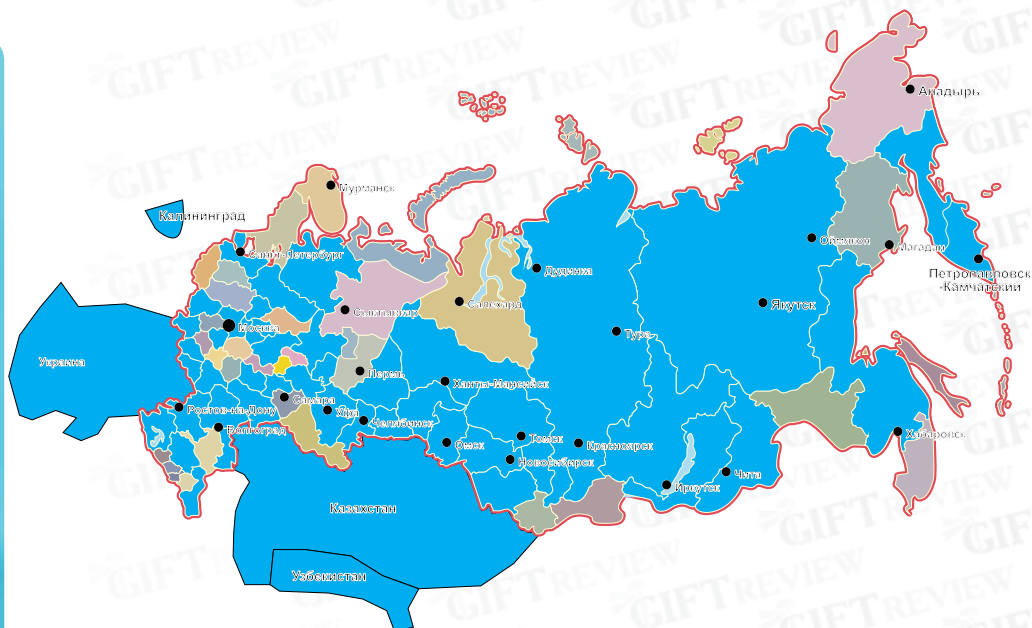
цию на зарубежный рынок?

А.С.: Мы уже осуществляем поставки в страны СНГ, где бренд достаточно узнаваем, что подтверждается регулярными крупными заказами наших партнеров из ближнего зарубежья. Далее в планах экспансия на Восток, потому как на европейском рынке, к сожалению, прослеживается тенденция падения спроса на декорированную посуду.

GR: *Пару слов о линейках продукции. Какие коллекции вашего производства сейчас наиболее востребованы?*

А.С.: В первую очередь, пользуется популярностью серия GE (Gold Engraving), она включает коллекции «Греческий узор», «Афины», «Мускат», «Версаче», «Русский узор», которые привлекают потребителя низкой ценой при изящном оформлении.





Другая популярная линейка TD (Thin strip Drago) – коллекции «Флорис», «Вдохновение», «Нежность», «Версаче Годд» – ориентирована на иную аудиторию, ведь при создании продукции используются натуральные драгоценные металлы.

GR: *Какие направления вы будете развивать в ближайшее время особенно активно?*

А.С.: Планируем запустить производство изделий из хрусталя. Развиваем и B2B сектор, выполняя индивидуальные заказы крупных клиентов по нанесению на посуду логотипов и другой корпоративной символики. На ближайшее будущее запланировано внедрение коллекций с использованием нового сырья. Но об этом, пожалуй, более подробно расскажем уже в следующий раз! *GR



ПРОСТО, ВКУСНО И ЕСТЕСТВЕННО

Название новой линии Punto от Pomì d'Oro в переводе с итальянского означает «точка», «пятнышко». Но «punto» – это еще и «мгновение». Мгновение, которое во многом определяет будущее; мгновение, ценное для нас возможностью подарить радость своим близким.

Посуда Pomì d'Oro широко известна среди ценителей здорового питания. Компания «Керано Продуционе СПА» позаботилась о том, чтобы приготовление пищи в этой посуде соответствовало принципам безвредности, экологичности и сбалансированности. Будучи основанным как малое семейное производство, Pomì d'Oro выразило ценности домашнего очага и в своей продукции – каждый, кто хоть раз готовил в этой посуде, наверняка почувствовал, как она по-домашнему уютна и комфортна. При этом ее внешний вид вполне отражает концепцию самого производства – стремление дарить своим любимым только самое лучшее.

Новая линия Punto сохранила все преимущества предыдущих коллекций и приобрела новое звучание. Уникальное керамическое покрытие Kerano™ позволило отказать от использования перфтороктановой кислоты – вещества, которое несмотря на доказанную опасность для здоровья продолжает применяться во многих других антипригарных покрытиях. Кроме того, дополнительное использование финишного слоя позволяет готовить с минимальным количеством жира, а значит, хозяйки смо-

гут баловать своих близких вкусными диетическими блюдами.

В понимании разработчиков «Керано Продуционе СПА» экологически чистая посуда должна быть гармонична во всем, поэтому коллекция Punto имеет об-

новленный дизайн, подчеркивающий натуральность и безопасность продукции. Разнообразные по форме и размерам сковороды имеют покрытие нежно-бежевой мраморной расцветки, коричневые «брызги» которой гармонируют с деревянной ручкой.

Посуда Pomì d'Oro Punto как обычно легка, но надежна: покрытие достаточно стойко к механическим повреждениям, деревянная ручка укреплена стальным каркасом и имеет прочную фиксацию. Для удобства хранения на ручках посуды предусмотрены крючки, а стеклянные крышки позволяют наблюдать за процессом готовки.

Качественная посуда Pomì d'Oro Punto – это новые возможности здорового питания, облаченные в стиль и комфорт.

**Для дилеров и оптовых покупателей:
тел./факс: +7(495)514-16-16**



ВЕСНА ПРИШЛА!

Весна – это пора цветов, любви, обновления. И как удивительно созвучна этому романтичному сезону новая коллекция предметов по уходу за волосами Trädgård Samling!

Фены, плойки, выпрямители... Практически каждая женщина в своем домашнем арсенале имеет хотя бы одно из этих устройств. Кто-то пользуется простыми щипцами, кто-то склонен приобретать только брендовые устройства, а кое-кто является счастливым обладателем предметов класса люкс. Однако все эти фены и утюжки... внешне скучны и невыразительны. А как хочется, чтобы щипцы для волос были не только функциональны, но и по-весеннему милы и привлекательны!

И вот наконец-то компания ZAU Grupp приготовила всем женщинам настоящий сюрприз – ее новая линия Trädgård Samling вобрала в себя самые нежные женские мечты о весеннем настроении. Дизайнеры известной шведской компании сказали решительное «Нет!» однообразию оформления и унылым однотонным расцветкам. Даже самый элегантный «металлик» не сравнится с полем свежих цветов, раскинувшимся на поверхности каждого из предметов новой линейки.

А началось все с одной простой и удивительно удачной идеи: а почему бы не спросить самих женщин, какой фен они хотели бы получить? Результат оказался хоть и ожидаемым, но по-своему интересным. Женщины высказались за простоту, функциональность, компактность, оригинальность упаковки и яркое оформление самого продукта. И компания ZAU Grupp воплотила в жизнь все пожелания женщин – представительниц самой ценной категории своих потребителей.

ZAUBER®

www.zauber.se

Первое, что бросается в глаза, – совершенно невероятный дизайн. Ручка и корпус моделей покрыты цветами нежнейшей расцветки. Такое устройство само просится в руку, и кажется, что вот-вот вас окутает тонкий весенний

аромат цветущего сада. Неудивительно, что именно эта уникальная особенность коллекции и дала ей название Trädgård (Традгард) – «Сад».

Однако это еще не все. Каждое требование женской фокус-группы было учтено в полной мере. Функциональность и простота эксплуатации доведены практически до совершенства: управление прибором настолько очевидно, что начинать им пользоваться можно даже не раскрывая скучной инструкции. Керамические и титановые пластины прогреваются равномерно и безопасно, поэтому результат будет не менее впечатляющим, чем внешний вид устройства.

Специально для маленьких модниц ZAU Grupp выпустила устройства повышенной компактности при вполне «взрослой» мощности и функциональности. А новая упаковка, позволяющая увидеть прибор на полке магазина с любой стороны, не даст покупательницам пропустить такой стильный и одновременно функциональный товар.

Одним словом, не проходите мимо! Хотя разве можно остаться равнодушным к цветущей коллекции Trädgård Samling?!

*Для дилеров и оптовых покупателей:
e-mail: od@tdkit.ru, www.tdkit.ru*



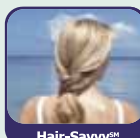
ArtisticSM Design
Скандинавский дизайн



Designed by Women-for-Women
Сделано женщинами для женщин



KeramikSM coating
Экологичное керамическое покрытие



Hair-SavvySM
Технология нагрева без вреда для волос



ТОЧНОСТЬ – ВЕЖЛИВОСТЬ ЧАСОВ

Интерьерные часы – это и механизм, и декоративное изделие одновременно. В этом, пожалуй, главная сложность производственного процесса – сочетать изящество форм и совершенство технических решений. Дизайнеры работают рука об руку с часовыми мастерами, чтобы в результате получилось не только красиво, но и качественно. Российское часовое производство в отличие от многих других отраслей за годы не дискредитировало себя, а наоборот, сохранило прочные позиции в сознании потребителей. В Группе компаний «Стиль Тайм» в этом не сомневаются, успешно продвигая на рынке интерьерные часы российского производства Zero Branko. О том, как развивается этот бренд, GIFT Review рассказала Полина Кобакен, руководитель отдела продаж Группы компаний «Стиль Тайм».



ZC-111, 27*27 CM, ЦЕНА 2500 РУБ.



ZB-0425, 29*39 CM, ЦЕНА 1300 РУБ.



ZB-0532, 29*29 CM, ЦЕНА 1100 РУБ.

GIFT Review: Полина, какую нишу на рынке интерьерных часов занимает ваша компания?

Полина Кобакен: С точки зрения бизнеса, ассортиментный ряд интерьерных часов Zero Branko может представлять интерес не только для специализированных часовых салонов. Для расширения ассортимента и привлечения дополнительных розничных покупателей их активно закупают хозяйственные и мебельные магазины, салоны интерьера и света. Настенные интерьерные часы марки Zero Branko представлены несколькими сериями: Original series, Vintage series, Ceramic series, Meteo series, 3D Series. Создаваемые коллекции рассчитаны на среднего покупателя, который может подобрать продукцию по ценам от 1100 руб. до 3500 руб. На сегодня это самый востребованный ценовой сегмент на рынке интерьерных часов.

GR: Давайте остановимся подробнее на бренде. Zero Branko – это российская марка, часы производятся в нашей стране нашими специалистами. Расскажите, какие это дает преимущества для конечного продукта?

П.К.: Не побоимся громких заявлений, но это действительно дает массу преимуществ. Во-первых, в производстве используются отечественные комплектующие, что позволяет осуществлять строгий контроль качества и обеспечивает мобильность производства. Во-вторых, каждые часы собираются вручную, что опять же положительно сказывается на качестве и повышает ценность изделия. В-третьих, в часах Zero Branko гармонично сочетаются новые технологии и традиционные материалы: бесшумный механизм и керамический циферблат, созданный вручную с применением техники древнерусских

мастеров; широкоформатная цифровая печать и минеральное стекло с факетом высочайшего качества. Часы Zero Branko производятся в России, а это позволяет оперативно реагировать на тенденции и требования моды, при этом оставаться в недорогом ценовом сегменте и производить продукцию на высоком уровне. Кроме того, российский продукт сегодня очень востребован. А для наших оптовых партнеров формируются привлекательные коммерческие условия. И это далеко не все преимущества марки часов Zero Branko.

GR: А кто занимается разработкой дизайна? Насколько это сложная работа в плане создания актуальных моделей?

П.К.: Вся производимая продукция разрабатывается на основе спроса розничного покупателя, а также на основании анализа продаж в разных регионах нашей страны. Но при этом каждая серия коллекции Zero Branko имеет свою «философию», в соответствии с которой и идет формирование ассортимента. Также при выборе тематики мы руководствуемся актуальными направлениями в дизайне интерьера, ведь мода довольно переменчива и требовательна во всех сферах. Иными словами, держим руку на пульсе и стараемся черпать вдохновение во всем. И, конечно, команда талантливых дизайнеров всячески нам в этом помогает. Да, это действительно тяжелый труд, потому что необходимо учитывать огромное количество факторов. Но годы успешной работы на рынке, наверное, лучшее доказательство того, что мы хорошо справляемся с этими задачами.

GR: Мониторите ли вы тенденции на часовом и интерьерном рынках?

Zero Branko

V I N T A G E S E R I E S



ZB-010,
"РУССКИЕ ТРАДИЦИИ"
40x50 см,
розничная цена 3200 руб

Реклама

Группа компаний Стиль Тайм, Адрес: Москва, ул. Амурская д. 9/6
тел./факс: (499) 164-19-94, (495) 730-60-56 www.zero-branko.ru, tatyana@stime.ru

П.К.: Да, мы обязательно знакомимся с продукцией других производителей, как отечественных, так и всемирно известных марок. Следим за их развитием, оцениваем новые направления, посещаем выставки и презентации. Все самое лучшее и интересное воплощаем в жизнь, ориентируясь на требования и специфику российского рынка. При этом нам удается воплотить это по более выгодной цене для нашего покупателя, так как мы используем отечественные комплектующие, которые по качеству ничем не уступают зарубежным аналогам и даже превосходят их.

GR: Хотелось бы подробнее узнать о каждой из коллекций Zero Branko. Какие отличительные черты у линии Original?

П.К.: Серия Original – это самая первая коллекция Zero Branko. Изначально серия задумывалась как направление для дизайна кухни. Но со временем, учитывая спрос и интерес к серии, мы расширили тематику, и на данный



ZB-0374, 39X39 CM, ЦЕНА 1380 РУБ.

момент она включает 4 направления: Натюрморт, Путешествия, Флористика и Релакс. С технической стороны часы Zero Branko Original – это ручная сборка, надежный бесшумный механизм, высококачественная цифровая печать, минеральное стекло с фасетом, ламинированная ДСП и удобная подарочная упаковка, снабженная защитным профилем для транспортировки. Всё это, а также розничная цена до 1400 рублей, делают часы Zero Branko прекрасным украшением интерьера, удачной идеей для подарка, а также по-настоящему выгодным вложением для владельца бизнеса.

GR: В коллекции Vintage используются исторические мотивы. Для каких интерьеров они наиболее актуальны?

П.К.: Если быть точнее, то эта серия выполнена в винтажном стиле, как никогда актуальном сегодня в оформлении различных интерьеров, с использованием исторической тематики. Где можно разместить часы из коллекции Vintage Series? На самом деле, все зависит от конкретного



ZB-003, ДИАМЕТР 45 CM, ЦЕНА 3200 РУБ.

человека, который выбирает часы. Это может быть и гостиная в стиле «Прованс», и спальня в загородном доме, кабинет истории или географии в школе. Часы Vintage интересны как людям, увлекающимся историей, так и просто любителям действительно красивых вещей. Признаться честно, подготавливая к выпуску первые модели этой серии, мы в первую очередь старались выбирать те сюжеты, которые не встречаются в часах других марок. В итоге, пришли к выводу, который лежал на поверхности с самого начала: наша страна с ее культурным наследием, многовековой историей и самобытностью — это неисчерпаемый источник вдохновения. Если говорить о технической стороне, то при производстве часов Vintage используется способ нанесения изображения на стекло, который не встречается ни у одного отечественного производителя.

GR: А как производятся часы керамической коллекции?

П.К.: Этой коллекцией мы гордимся, пожалуй, больше всего, ведь нам удалось первыми в России соединить массовое производство интерьерных часов с авторской



ZC-003, 27X23X7 CM, ЦЕНА 2400 РУБ.

работой мастеров гончарного дела. И выпустить изделия ручной работы по действительно доступной цене для конечного покупателя – чуть более 2000 рублей. Каждое изделие из Ceramic series создается вручную на всех этапах производства, а среди мастеров, работающих в промысле, есть заслуженные художники РФ, лауреаты государственных премий, победители выставок и конкурсов самого высокого уровня. И уже на нашем производственном объединении на керамическую основу устанавливается надежный механизм.

GR: Ну а 3D коллекция – это, должно быть, очень современные часы для интерьеров в стиле модерн и лофт?..

П.К.: Направление 3D сейчас является одним из самых актуальных в современном искусстве. Именно поэтому данная технология и привлекла нас как производителей интерьерных часов. Ведь она позволяет сделать



ZS-001, 39X39 CM, ЦЕНА 1600 РУБ.

уже знакомые дизайны более привлекательными и запоминающимися, выгодно подчеркнув задумку автора. И, конечно, находить новые сюжеты, «атмосферность»



ZB-0371, 39X39 CM, ЦЕНА 1380 РУБ.

которых можно передать только используя технологии 3D. Традиционно в часах Zero Branko 3D установлен надежный механизм с плавным ходом секундной стрелки и минеральное стекло с фацетом.

GR: В каком направлении вы планируете двигаться дальше? Какие новинки ожидаются у Zero Branko?

П.К.: Работа нашего предприятия организована так, что мы, закончив с разработкой нового направления, уже думаем о чем-то новом. В самом ближайшем будущем мы запустим в продажу коллекцию барометров и метеостанций, это очень интересное и востребованное направление у наших покупателей. Ближе к осени будет разработана еще одна очень интересная коллекция настенных часов, где будут отражены русские мотивы в сочетании с современными требованиями дизайна. Мы постоянно находимся в поиске, не останавливаясь на достигнутом. Этого требуют современные реалии бизнеса, этого требуют наши покупатели. Но мы и не против, ведь удовлетворение от создания чего-то нового, успешного и по-настоящему востребованного – огромная награда, приносящая гордость и радость от осознания результатов проделанной работы. **GR**



ZB-0539, 29X29 CM, ЦЕНА 1100 РУБ.



ZB-0421, 29X39 CM, ЦЕНА 1300 РУБ.



ZB-0372, 39X39 CM, ЦЕНА 1380 РУБ.

ВЗРОСЛЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЕТСКОГО ГАДЖЕТА

Все лучшее – детям. Вечный лозунг актуален как никогда. Бэби-бум спровоцировал такой же бум во всех отраслях, которые могут удовлетворить те или иные детские и родительские потребности. Не исключение индустрия компьютерных технологий. Сложные технические устройства уже перестали быть привилегией взрослых. Теперь современные родители взяли за правило, что лучший подарок ребенку – высокотехнологичный гаджет. Одна из последних новинок на российском рынке в этой нише – детский планшет iKids. Об особенностях рынка и потребительских ценностях мы поговорили с Алексеем Адикаевым, председателем правления компании «ТехХом Ритейл», представившим новинку.

GIFT Review: Алексей Владимирович, что подтолкнуло вас к созданию детского планшета?

Алексей Адикаев: Наблюдая за детьми, понимаешь, что им очень интересна современная техника. Когда они видят у своего папы iPad или другой планшетный компьютер, им становится интересно, что это такое, как это работает, какие на нём есть игры и т.д. Один раз поиграв на таком устройстве, они хотят себе такой же гаджет. Однако все мы знаем, сколько стоит iPad, и давать такое устройство в руки ребёнку небезопасно, ведь детское любопытство границ не знает. Но и совсем обойтись без компьютера в развитии и воспитании нельзя. Как тут быть? Задавая себе этот вопрос, мы пришли к выводу, что нужно создать продукт, специально ориентированный на маленьких пользователей. Чтобы мамы и папы не боялись давать его в руки своим неугомонным чадам. Это предполагает наличие прочного корпуса и, конечно же, низкую цену в сравнении с аналогичными «взрослыми» устройствами. Естественно, в детском планшете предусмотрена специальная программная оболочка, включающая развивающие и обучающие приложения. iKids придёт на

выручку тогда, когда у родителей совсем нет времени, а упускать драгоценное время в обучении нельзя! Лучшее обучение – в игре. Именно поэтому с помощью игр в iKids малыш, незаметно для себя, будет постигать окружающий мир. Но как быть с потоком информации из Интернета? В iKids эта проблема также решена. С помощью функции «родительский контроль» можно ограничить круг сайтов, на которые может заходить ребёнок, а также установить количество времени, которое малыш может проводить в глобальной сети. Благодаря «родительскому контролю» ребёнок будет в информационной безопасности. За счёт этих ключевых преимуществ вы останетесь спокойны за своего малыша, а у него появится свой собственный планшет – представьте, как он будет горд!

GR: Чем руководствуются современные родители при выборе гаджетов для детей? Какие особенности детского развития учтены в iKids?

А.А.: Сегодня каждый родитель спешит «с пеленок» познакомить ребенка с миром информационных технологий. Как быть? Покупать дорогой и модный планшет?





Закажи на сайте: thh.ru
или по телефону: 8 (495) 775-80-47

iKids
FOR KIDS





Но для малыша он слишком сложен, да и большинство установленных приложений юную голову скорее запутают, нежели чему-то научат. Однако выход есть. Мы предлагаем совершенно новый продукт на российском рынке, ориентированный именно на детей и их родителей – планшет iKids. Он выполнен на базе ОС Android 4.1 со специально разработанным «детским» интерфейсом и программным обеспечением, рассчитанными на детей от 4 до 12 лет, и уникальными характеристиками. В планшете iKids установлены не только увлекательные игры, но и развивающие и обучающие программы. С планшетом iKids родители не отвлекаются на то, чтобы тратить время, искать и устанавливать нужные программы – в стандартной поставке достаточно детских игр и обучающих приложений. Планшет iKids сможет стать добрым помощником: прочитает сказку, озарит комнату приятным светом программы-ночника, почти не отвлекая родителей. 7-дюймового дисплея достаточно для того, чтобы ребенок мог комфортно смотреть фильмы и мультфильмы, не напрягая глаза. Два стереодинамика, мощностью 1W каждый, не напугают ребенка излишне громким воспроизведением, но обеспечат при этом оптимальный уровень звуковой мощности. Специальный пластик с тактильно-релаксационным покрытием будет способствовать развитию мелкой моторики рук ребенка, снятию излишнего возбуждения и вызывать естественное желание держать планшет более крепко.

GR: Какие еще технические характеристики, на ваш взгляд, важны именно для детского планшета?

А.А.: Представьте, вы отправляетесь в путешествие. Дорога всегда утомительна, особенно для детей. Но можно использовать это время с пользой, если у вас с собой детский планшет iKids, в котором предустановлены увлекательные развлекательно-обучающие программы. Естественно, возникает вопрос – на сколь долгое время удастся занять чадо, надолго ли хватит заряда аккумулятора iKids? Надолго. Емкость батареи – 4000 мА/ч – это больше, чем у многих ноутбуков и нетбуков. Заряда хватит на 10 и более часов интенсивного использования. Кстати, напряжение питания устройства – всего 3,7В, что обеспечивает полную электробезопасность iKids, даже если ребенок случайно уронит его в ванну во время купания. В стандартном ноутбуке, для сравнения, величина напряжения питания может достигать уже 20В, что может быть

опасно, если вдруг малыш потянет разъем в рот. Защиту от случайных падений и ударов iKids обеспечит ударопрочный «бампер», включенный в комплект покупки. Малый вес прибора – всего 350 граммов – обезопасит ребенка от травм. Но вот путешествие закончено, и вы уже в гостиничном номере, или на даче, или в гостях. Теперь процесс обучения и развития можно запустить на новый уровень, подключив iKids к телевизору или монитору через стандартный разъем micro-HDMI. Впрочем, ни родителям, ни детишкам никто не запретит в минутку отдыха пообщаться с друзьями в Skype – у iKids все для этого есть – фронтальная и задняя камеры, микрофон, беспроводное Wi-Fi подключение.

GR: Помимо развлечений у iKids довольно много функций, ориентированных на интеллектуальное развитие ребенка. Расскажите о них.

А.А.: iKids будет отличным помощником учителю, воспитателю или няне, как в общеобразовательном учреждении, так и на дому. Урок или занятие перестают быть скучной рутинной – ведь участие в процессе обучения планшета iKids приносит проекцию «взрослой» работы и прибавляет ребенку уверенности в себе. Трудно переоценить обучающий потенциал iKids для детей с ограниченными возможностями. Такие дети получают возможность полноценно заниматься рядом со здоровыми сверстниками. У каждого – свой планшет iKids, у каждого ребенка – своя задача, на которой он сосредоточен. Нет времени и желания отвлекаться или дразниться, когда в руках такая интересная и полезная штука. Мы все прекрасно понимаем, что для ребенка важно учиться, играя, чтобы сам процесс восприятия нового материала был увлекательным, вызывающим неподдельный интерес.

GR: Похоже, такой умный гаджет пригодится и родителям...

А.А.: Конечно. Когда малыш уснет, родители вполне могут воспользоваться iKids как медиапроигрывателем. Еще одна важная особенность для пап, мам, дедушек и бабушек – возможность с помощью iKids организации «родительского контроля». Важная функция, если вы оставляете ребенка одного или с няней – программа фиксирует время работы всех приложений и представит их вам в конце дня. Поэтому iKids вполне может рассматриваться как дружественный прибор для всей семьи. По



начинке и характеристикам детский планшет не уступает старшим «собратям».

GR: Давайте остановимся на технических характеристиках подробнее.

А.А.: Программное обеспечение для обучения и развлечений разрабатывается непосредственно производителем iKids, причем компания открыта и для сторонних профессионалов в области разработки детского «софта». Разумеется, ребенок и его родители могут конфигурировать iKids под свои приоритеты – ненужное ПО стереть, необходимое доустановить. Аппаратных возможностей у планшета iKids для этого более, чем достаточно. Кроме внешней памяти в приборе есть 1Гб «оперативки» и 8Гб встроенной флеш-памяти. Двухъядерный процессор Amlogic 8726MX работает на частоте 1,5ГГц. Сенсорный семидюймовый TFT экран имеет разрешение 1024x600 точек. Стандартный порт mini-USB позволит подключать внешний накопитель или «флешку». Поддержка карт памяти емкостью до 32Гб позволяет запастись играми, фильмами, музыкой и программами – как для детей, так и для взрослых. А сам малыш, владея таким полноценным устройством, как планшет iKids, будет чувствовать себя приобщенным к взрослой жизни.

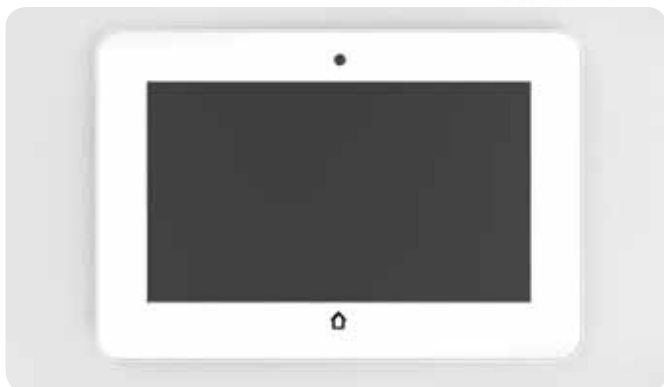
GR: Как же удалось сочетать такой функционал и такие возможности с ценой детского устройства?

А.А.: Несмотря на отличные характеристики, цена iKids гораздо ниже похожих «взрослых» аналогов. Ударопрочные бамперы различных цветов можно приобрести за 1500-2000 рублей. Но напомним, в базовую поставку уже включен красный бампер. Все остальное необходимое оборудование также есть в комплекте. В результате, рынок, на котором уже востребован iKids, достаточно широк. Это не только Россия, Украина, Белоруссия и

Казахстан, но и страны Евросоюза и Америка. Данное устройство является совершенно новым именно в своем фокусе на использование детьми. Большинство производителей пытаются адаптировать сложные и дорогостоящие «взрослые» модели. Команда разработчиков посчитала это существенным недостатком как с точки зрения функциональности, так и безопасности. iKids функционально разработан группой российских специалистов специально для детей и их родителей для помощи в воспитании и обучении.

GR: Какой контент вы предлагаете детям? Какие обучающие приложения и игры мы найдём, включив iKids?

А.А.: Мы активно сотрудничаем с ivi.ru – компанией, выпустившей первое в России видео-приложение, созданное специально для детей. В iKids вы найдёте тысячи лучших мультфильмов, фильмов и сериалов! И всё это без отвлекающей внимание взрослой рекламы! Также мы сотрудничаем с компанией Alawar. Alawar – это крупнейший разработчик игр. В детском планшете iKids установлен Alawar-market, в котором можно найти порядка 700 интереснейших игр, причём 30 из них уже есть в планшете и они бесплатны. Это игры с очень красочной графикой и понятным интерфейсом. Игровой процесс достаточно прост, а вот польза от него неоценимая – у детей происходит развитие логического мышления, памяти, внимания, мелкой моторики. А благодаря функции «родительский контроль», вы сможете контролировать покупки игр с маркета! У вас не было случая, когда дети играют в игры, а вам приходят счета с андроид-маркета или AppStore за покупку какой-нибудь «супер-силы» или переход на другой уровень? Теперь этого не случится, если у вас будет iKids! Кроме того, мы планируем расширять контент планшета, чтобы предлагать покупателям самые современные обучающие программы для детей. *GR



флеш-накопители it сувениры

Для самых взыскательных клиентов,
ценящих своё время

Ежемесячные обновления ассортимента



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р

4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 340 Р
8 Гб - 430 Р
16 Гб - 710 Р
32 Гб - 1190 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



3venta
A Desire for Novelty

FLASH накопители IT сувениры

Постоянное
обновление
ассортимента



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



4 Гб - 590 Р
8 Гб - 670 Р
16 Гб - 920 Р
32 Гб - 1390 Р



Для самых
взыскательных
клиентов

3venta
A Desire for Novelty

Производство флеш накопителей индивидуального дизайна
с использованием любых материалов:
металл, пластик, кожа, силикон
Использование чипов памяти известных заводов Samsung и Hynix

<http://3venta.com>

sales@3venta.com

+7(495) 64 999 20

ПОДАРОК НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ

Любая компания вне зависимости от ее размера и статуса так или иначе взаимодействует с государственными структурами: от министерств до налоговых органов. Ни для кого не секрет, что от решения госслужащего и печати госучреждения, особенно в нашей стране, часто зависит дальнейшее развитие, если не сказать – судьба, того или иного бизнеса. Если вы тесно взаимодействуете с госструктурами, чиновникам, как и прочим партнерам, уместно делать подарки. Однако встает закономерный вопрос: что и как дарить, чтобы презент не выглядел взяткой, а демонстрировал ваше искреннее уважение, расположение и благодарность? Подробный ответ на вопрос – в этой статье.

Прежде всего, следует определиться с ценой подарка – это момент деликатный и щепетильный, однако здесь есть простое правило, законодательно регламентированное.

В п. 28 ст. 217 Налогового кодекса Российской Федерации оговорено, что подарок госслужащему может быть не дороже 4000 рублей. Презент, стоимость которого превышает указанную сумму, облагается налогом, который взимается с получателя. На западе аналогичным порогом является сумма в \$50, поэтому учитывайте это, если вам придется общаться с европейскими или американскими чиновниками.

Другой вопрос – в каких случаях преподнести подарок чиновнику будет корректно и, главное, выгодно вам?

Во-первых, чтобы выделиться из череды посетителей. У Ильфа и Петрова была шутка про то, что с самого утра чиновника по дороге к его кабинету ловят за пуговицу различные просители, и он редко добирается до своего стола даже к концу рабочего дня. Чем значительней госслужащий – тем дольше ждать его приема, но в то же время тем серьезнее вопрос, который вам нужно решить. При первой встрече с чиновником необходимо произвести приятное впечатление о компании, и без грамотно подготовленного подарка здесь не обойтись. И потом, подарок, кроме того, что вызовет у получателя положительные эмоции, еще и в некоторой степени обяжет его перед вами. В таком случае, вопрос наверняка решится быстрее и в вашу пользу.

Во-вторых, отличным поводом напомнить о себе и выразить свою признательность будут подарки на праздники. Уместно поздравлять чиновни-

ков с государственными праздниками, такими как Новый Год, День Защитника Отечества, 8 марта, 12 июня. В то же время не следует забывать, что помимо государственных,

есть и профессиональные праздники: например, День работника Прокуратуры или День Пожарной охраны. Даже символический сувенир в такой день закрепит вашу хорошую репутацию, и вы покажете себя как внимательного и чуткого человека. Однако не стоит просматривать календарь в поисках особенных значимых дат, с которыми можно было бы поздравить чиновника: вряд ли он оценит бутылку виски, подаренную в день Святого Патрика.

В-третьих, возможны презенты всему учреждению без особого повода. Например, если при визите в ту или иную организацию вы видите, что в ней явно не хватает чего-то действительно нужного, будь то брендированные папки для документов или чайный сервис, следует это отметить и запомнить. Если вы сумеете попасть в точку, подарить учреждению что-то, что его сотрудники забывали или не успевали приобрести, то вы мгновенно улучшите свои отношения с этой госструктурой и получите соответствующие бонусы.

Выбирая подарок, нужно исходить из ситуации, но существуют ос-

новные принципы, которыми следует руководствоваться. Прежде всего, старайтесь подарить что-то оригинальное и необычное. Например, не так давно были популярны различные имперские атрибуты в качестве подарков: настольные наборы из малахита, с позолотой, увенчанные изображениями двуглавого орла или контура территории Российской Федерации. В связи с этим у чиновников скопилось множество подобных вещей. Вашей компании следует выгодно выделиться на этом фоне. Ваш презент



не обязательно должен быть дорогим или экзотическим – достаточно ярко обыграть привычную и знакомую вещь. Например, чтобы подчеркнуть лидерские качества главы какого-нибудь учреждения, можно подарить ему футболку желтого цвета с надписью «Желтая майка лидера». Такой подарок, как и компания, его подарившая, наверняка запомнятся получателю.

Есть и другой, возможно, более рискованный, способ выделиться на фоне прочих – постараться подарить чиновнику то, что ему действительно нужно. Рискованный, потому что угадать потребности и желания чужого человека, несомненно, очень тяжело, и велика вероятность ошибиться. Но при возможности, наведите справки о человеке, узнайте его предпочтения и увлечения. Ведь если вы попадете в точку, это серьезно повысит ваши котировки.

Некорректно и неправильно преподносить в качестве подарка вещи, которые обычно отражают индивидуальность человека: например, часы, парфюм, различные предметы гардероба. Также не стоит дарить предметы личной гигиены. Не забывайте, что существуют различные приметы относительно вручения подарков. В России, как известно, не принято дарить ножи, и даже если чиновник заядлый охотник, не рассматривайте охотничий нож в качестве подарка.

Об использовании вашего логотипа в случаях, когда вы преподносите презент чиновнику, стоит проговорить чуть подробнее.

Если вы дарите дорогой статусный подарок, не следует брендировать сам подарок. Вряд ли госслужащий будет пользоваться подаренным вами ежедневником, даже если он сногшибательно выглядит, когда на нем красуется логотип вашей коммерческой организации. Можно поступить изящнее: либо брендировать упаковку, либо просто вручить вместе с презентом сертификат с информацией о том, коллектив какой компании его дарит и что хочет этим выразить. Если подарок понравится человеку, и он будет им пользоваться, подаривший ему эту вещь вряд ли забудется. В противном случае, чиновник сможет ее легко передарить, но все равно оценит ваше внимание и старание.

Также помните, что если вы дарите вещь известной

марки с логотипом производителя, брендировать такой подарок – моветон.

Ранее мы упоминали, что если вы преподносите подарок всему учреждению, его лучше брендировать символикой этого учреждения. Это могут быть, например, ручки или блокноты. Здесь стоит отметить, что госучреждения – это места с огромной проходимостью, и будет не лишним оставить на столике в холле несколько своих брендированных ручек – среди посетителей наверняка найдутся ваши потенциальные клиенты, у которых не окажется пишущих принадлежностей под рукой.

Еще одним хорошим вариантом являются благодарственные письма, грамоты, открытки, плакетки. Это отличный способ выразить свою признательность, если вы

не планируете серьезно тратиться на подарок. Более того, если то же благодарственное письмо будет действительно красиво оформлено (бумага, шрифт, рамка), то оно наверняка займет место на стене в кабинете чиновника, а логотип на плакетке или грамоте – это дополнительная реклама вашей компании.

Очень важно то, как вы вручите подарок получателю. Если чиновник впервые сталкивается с вами как с представителем компании, то презент следует преподнести лично, чтобы наладить контакт, произвести впечатление и запомниться. В дальнейшем на какие-то праздники вы можете отправлять подарки с курьером. Правда, и здесь существует негласное правило. Пакет, в который будет упакован подарок, должен быть максимально нейтральным – неизвестно, в какой ситуации он будет передаваться. Возможно, в этот момент в кабинете госслужащего будет находиться вышестоящий начальник, а то

и вовсе ваш конкурент.

Бизнес-сувенир – мощный маркетинговый инструмент, который может решить множество задач, в том числе и в такой деликатной ситуации, как презент госслужащему. Если сделать правильный, уместный подарок, им будут пользоваться, вспоминая о вашей компании добрым словом. В таком случае можно считать, что ваша цель достигнута.

Кирилл Ежов, Рекламная группа ADMOS



Office Fashion Show – это возможность представить продукцию и получить обратную связь с конечным потребителем. Уже на протяжении семи лет выставка осуществляет знакомство посетителей с офисными товарами и подарками вживую. Кроме того, способствует получению достоверной информации о продукции потенциальными клиентами непосредственно от производителей и сервисных компаний. По общему мнению участников Office Fashion Show в крупнейших городах России, данное мероприятие показало себя как очень эффективное.



Office Fashion Show

Конференция-выставка для административного персонала офиса

Конференция будет проходить **1 ИЮНЯ** в г. Санкт-Петербург в гостинице «Октябрьская»



На мероприятии будет около 200 человек в должности секретарь, офис менеджер, помощник руководителя, именно эти люди занимаются покупками подарков на дни рождения сотрудников и на календарные праздники для всего офиса.

Мы предлагаем вам напрямую обратиться к конечному потребителю, получить его контакты и наладить диалог, это позволит создать полную картину предпочтений Ваших клиентов.

Передайте подарок для руководителя через его личного помощника!

Секрет @ рь. RU

По вопросам участия обращаться к Дмитрию Долгову (495)797 83 50
или project@sekretary.ru

sekretary.net

ipsa

Institute
of Professionals
in Specialty
Advertising

Specialty Advertising & Promotional products **AUTUMN 2013**

24th Specialty Advertising & Promotional products, Business gifts fair

MOSCOW, RUSSIA
CROCUS EXPO
Pavilion 2
Hall 10

**SEPTEMBER
10-12 | 2013**

Organizer: IPSA-EXPO

Russia, 115093, Moscow, PO Box 74

Tel.: +7 (495) 505 0874

E-mail: expo@ipsa.ru

Web-site: www.ipsa-russia.ru

www.ipsa-russia.ru

ГЕОГРАФИЯ ПОДАРКОВ. Часть II

Продолжение. Начало материала читайте в предыдущем номере GIFT Review (№1 (10), 2013).

В прошлом номере мы начали обстоятельный разговор о географических и национальных аспектах мировой индустрии подарков и товаров для дома, обобщили данные по двум крупнейшим для отрасли регионам – Азии и Европе. Теперь мы рассмотрим особенности других континентов и обсудим один, очень важный на наш взгляд, глобальный вопрос: как влияет процесс глобализации на бизнес в целом и на нашу отрасль в частности.

СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА

Американский рынок сувенирной продукции – один из самых больших и по покупательской способности, и по производственным мощностям. В США в производстве подарков, товаров для дома и интерьера заняты более 130 тысяч человек. Для сравнения, в соседней Канаде этот показатель составляет порядка 20-25 тысяч человек. И хотя Северная Америка не может похвастаться традициями ремесел с тысячелетней или многовековой историей, местные производители обладают рядом уникальных характеристик. Американское производство сувениров отличается высокотехнологичными процессами, современным дизайном, высоким уровнем клиентского сервиса. В той или иной мере местные компании освоили производство практически всех видов сувенирной продукции, с использованием практически любых материалов. Во многом благодаря иммигрантам со всего мира, которые привозили с собой национальные, региональные ремесла и традиции рукоделия.

Одно из самобытных американских производств – создание серебряных украшений. Крупнейшие фабрики расположены в штатах Аризона, Нью-Мехико, Юта и Колорадо. Бисер, декоративные пайетки, стеклярус широко используются в декоре различных аксессуаров, производимых на территории США: сумки, подушки, одежда, мокасины и пр. Такие производства находятся в Аризоне, Монтане, Дакоте.

Особую роль в американской сувенирной индустрии играют ремесла аборигенов. Индейцы и эскимосы создают востребованные как на территории континента, так и в других частях света уникальные товары ручной работы. В первую очередь, это предметы обихода этих удивительных



СУВЕНИР В СТИЛЕ КОРЕННЫХ НАРОДОВ СЕВЕРНОЙ АМЕРИКИ. ФОТО: WWW.BUCKSKINCREATIONS.COM

культур, также это могут быть изделия из кожи, меха, дерева, текстиля, адаптированные под нужды современной цивилизации, но выполненные в традиционной технике.

И все же США и Канада в глобальной индустрии сувенирной продукции являются, прежде всего, торговой площадкой, рынком сбыта. В США ежегодно проводятся десятки специализированных подарочных выставок по всей стране: New York International Gift Fair, Chicago Market-Living & Giving, Winter Gift & Home Accessories Show в

Сиэтле и т.п. Большая часть компаний в индустрии специализируется не на производстве, а на дизайне, закупках, дистрибуции, розничной продаже сувениров и подарков. Иностранцы производители, участвующие в выставках в США, ориентированные на американский рынок, специально создают такие товарные позиции, которые отвечают американским традициям и праздникам.



УКРАШЕНИЕ РУЧНОЙ РАБОТЫ ИЗ ГАНЫ. ФОТО: WWW.GHANANATION.COM

АФРИКА

Этот континент ассоциируется, в первую очередь, с эксклюзивными аксессуарами, украшениями ручной работы из кожи, минералов и самоцветов, металлов, а также с аутентичной керамикой. За пределы континента подарочно-сувенирную продукцию успешно поставляют Гана, ЮАР, Мозамбик, Кения, Танзания. Наибольший потенциал, по оценкам экспертов, у ЮАР и Ганы, производители из этих стран предлагают достойное качество и оригинальный, актуальный дизайн. Кроме того, бизнес в этих государствах сделал настоящий рывок вперед за последние 10-15 лет. Так, экспорт сувенирной продукции из Ганы вырос с 2 млн. долларов в середине 90-х до 15 млн. в 2000-х. И все же регион в целом пока не может похвастаться современными технологиями производства, не всегда

могут африканские ремесленники уловить новые тренды в дизайне и предпочтениях европейских и американских покупателей.

Африканскими лидерами по производству кожгалантереи считаются Эфиопия, Кения, Нигерия и Марокко. Камерун, Либерия, ЮАР, и опять же Марокко издавна развивают традиционные методы обработки и оформления керамики. Декоративные изделия из древесины, резьба по дереву, в основном, экспортируются из Кении и ЮАР. И, пожалуй, самые востребованные на западных рынках африканские сувениры – это символические, ритуальные маски и музыкальные инструменты: не только барабаны, но и совершенно удивительные нгомби (подобие арфы), ахоко (подобие маракаса), систр (подобие погремушки) и множество других.

ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА

В этой части света заметными игроками рынка подарков и сувениров являются Мексика, Перу, Колумбия, Гватемала, Боливия и Сальвадор. Местные производители сегодня имеют развитую логистическую инфраструктуру и налаженные каналы поставок на другие континенты. Многие крупные компании способны на отгрузку больших партий и могут организовывать сложные цепочки с субподрядчиками. Мексика и Перу известны стабильным качеством производимой продукции и разнообразием дизайнов. Байеры ценят Перу в особенности за активность участников рынка и сопутствующих структур – агентов, экспортеров, производителей с опытом поставок в США и другие страны. Во многом удобство ведения бизнеса с перуанскими компаниями обусловлено тем, что местные производители объединяются в альянсы и ассоциации, что облегчает решение бюрократических, формальных вопросов. Гватемала также не уступает по качеству изделий, но вот цены там пока менее привлекательны.

АВСТРАЛИЯ

Австралия и Новая Зеландия специализируется на нишевых товарах. Основу экспорта составляют предметы из керамики, продукция ремесленных хозяйств, ювелирные изделия из нефрита, декоративное стекло, а также домашний текстиль, деревянные игрушки и натуральная косметика. В Австралии хорошо развито производство фарфора, керамической посуды, активно развивается алмазная промышленность, обработка белого жемчуга, опала и сапфира.

Рынок сувенирной продукции на этом континенте включает в себя товары для дома, деревянные игрушки, декоративные предметы из ценных пород древесины.



КЕРАМИЧЕСКИЕ ДЕКОРАТИВНЫЕ СТАТУЭТКИ В ВИДЕ СОВ. РУЧНАЯ РАБОТА, ГВАТЕМАЛА. ФОТО: WWW.ALTIPLANO.COM

Главные направления для экспорта у австралийских и новозеландских производителей – США, Великобритания, Япония и Германия.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ВСЕ МЕНЯЕТ

Попытка найти специфичность каждого из регионов на рынке подарков и сувениров сегодня весьма сложная задача. С развитием международных отношений, туризма, транснациональных компаний продукция становится более единообразной. Местные ремесленники, мелкие производители сталкиваются с жесточайшими условиями конкуренции, пытаясь сохранить свои рынки сбыта на фоне распространения продукции производства Китая, Индии, Тайваня... Если раньше национальный рынок товаров ручной работы, традиционных сувениров существовал обособленно и подчинялся внутренним вековым «законам», то сегодня эта часть рынка не меньше других подвержена влиянию мировой моды и шаблонов общества потребления. Кроме того, с развитием технологий производства некоторые техники, ранее доступные только ремесленникам, теперь могут тиражироваться на крупных фабриках, и разницу отличить далеко не каждый покупатель.

В то же время, глобализация открывает новые горизонты для традиционных промыслов, особенно на рынках США и Европы. В этих регионах спрос на предметы «иных» культур только растет с развитием международного туризма. Кроме того, в странах Европы и в США потребители все больше внимания уделяют предметам интерьера, сейчас модно использовать в декоре «экзотические» национальные мотивы. Для некоторых товаров из категории «подарки и сувениры» ярлык страны-производителя и есть «бренд» в понимании конечного потребителя. Другим же товарам слишком заметное указание на страну происхождения может и «навредить». «Мы считаем, что место происхождения является преимуществом только для товаров с национальным колоритом, – комментирует Екатерина Бородина, продакт-менеджер компании «Календарь подарков». – В остальных случаях это может



КОЛЬЦО С БРИЛЛИАНТАМИ ОТ АВСТРАЛИЙСКОГО ДИЗАЙНЕРА ROBERT YOUNG
ФОТО: WWW.ROBERTYOUNGSCULPTURE.COM.AU



ROYAL DOULTON (АНГИЛИЯ) КАРОЛИНА

помешать продвижению товара». Согласен с этой точкой зрения и Владимир Слепов, директор сети магазинов «Коралл»: «Для части товаров, имеющих привязку в сознании потребителя к определенному региону, производство товаров в этих регионах является преимуществом. Примеры: гаванские сигары, ковбойские шляпы из Техаса, латунь и бронза из Багдада, палехские шкатулки, богемское стекло и т.п. Но из-за высокой стоимости такие товары не всегда доступны массовому потребителю, часто на рынке присутствуют подопия оригинальных вещей. Благодаря ценовой доступности продажи таких товаров могут быть выше».

На этом фоне логично было бы предположить, что широчайшие возможности для производителей уникальных сувениров открывают международные специализированные выставки. Однако, оказывается, не все так просто. В настоящее время некоторые эксперты предсказывают кризис и период «переоценки ценностей» для подобных мероприятий. Отчасти это связано с развитием Интернета – многие компании ищут поставщиков и производителей онлайн. Интернет, к слову, имеет и другой ракурс глобального влияния на индустрию. «Если западная компания выкладывает в интернет фотографии своей новой коллекции, то не удивительно, что юго-восточная Азия достаточно скоро ответит менее качественным, но гораздо более дешевым предложением», – отмечает Фёдор Степаненко, PR-менеджер компании «Экспо-Парк Выставочные Проекты».

Возвращаясь к теме выставок... Еще одна причина возможного спада выставочной активности отрасли в том, что большинство действительно масштабных выставок проходит примерно в одно и то же время, а значит, компаниям сложно посетить их все – идет жесткий отбор, байеры отправляются на 1-2 выставки в год. Согласитесь, что производители от этого вряд ли выигрывают...

И даже присутствие на международной выставке не гарантирует компании стабильные контракты с ино-



ЕНЕСКО (АНГИЛИЯ) ЧАСЫ ALLEN DESIGNS ЧИРИК-ЧИРИК



ЕНЕСКО (АНГИЛИЯ) ЧАСЫ ALLEN DESIGNS БАКЛИ

странными партнерами. Во многом успех производителя на глобальном рынке подарков и сувениров зависит не столько от идеи, качества исполнения, уникальности, сколько от технических возможностей компании. Иностранцам важны условия поставок, их стабильность и адекватное соотношение цены-качества в понимании их местного рынка. В частности, для российских дистрибьюторов Китай, как правило, отвечает всем этим требованиям. «В плане сотрудничества – особенно в свете вступления России в ВТО – достаточно удобно работать с любым европейским государством, отмечает Фёдор Степаненко («Экспо-Парк Выставочные Проекты»). – Впрочем, в Китай народная тропа уже давно протоптана и совершенно очевидно, что не зарастет. То есть все достаточно очевидно: за оригинальным и качественным товаром – на запад, за интересным в плане цены предложением – на восток».

С другой стороны, если Китай устраивает дистрибьюторов, то потребители к нему не так лояльны. «Мы хотели бы обратить особое внимание, что наличие у зарубежных компаний производств в ЮВА наиболее интересно для российского клиента, так как оно дает оптимальное соотношение «качество-цена», – убеждают в компании «Урбаника». – Известные и проверенные временем бренды тщательно контролируют все этапы реализации их идей, отслеживают технологии и гигиенические качества выпускаемого продукта. Мы надеемся, что вскоре российские клиенты поймут, что производство в странах Азии не всегда является показателем низкого качества». Возможно, именно глобализация рано или поздно все же сотрет негативный «китайский» стереотип в сознании потребителей. А для международного рынка подарков и сувениров со временем процессы глобализации выведут производителей и ритейлеров на новый уровень интернационального взаимодействия. Пожалуй, таков наш оптимистический сценарий. *GR

Дарья Балаян



macef
russia

2-я международная выставка товаров для дома
29-31 мая 2013
МОСКВА, ВВЦ, 75 ПАВИЛЬОН



домашний декор
и текстиль



столовые приборы
и посуда



подарки



товары ручной
работы

Совместно с XII Международной выставкой
ювелирных и часовых брендов

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

Реклама

Организаторы:

 **РЕСТЕК®**
ВЫСТАВОЧНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ


FIERA MILANO

Тел.: + 7 (812) 635 9504
E-mail: macef@restec.ru
www.macefrussia.ru

ВЕСНА – ПОДАРОК ДЛЯ КРАСОТЫ

Косметические средства и товары для красоты – традиционные подарки дамам вне зависимости от сезона. Но все же именно весной косметический ритейл ощущает подъем спроса. Женщины хотят встречать теплый сезон во всеоружии красоты. О том, как климат влияет на рынок косметики, а также о новинках натуральной косметики, в интервью GIFT Review рассказала Екатерина Родионова, менеджер по развитию компании Attirance.

GIFT Review: Весной традиционно возрастает спрос на женскую косметику. Как вы актуализируете ассортимент в этот сезон?

Екатерина Родионова: Весна – это приход чего-то нового, пробуждается природа, животные и люди. А во внутреннем мире женщины просыпаются новые идеи, мысли, чувства, желания и возможности. Весной жизнь предлагает пробудиться, стать более красивой и желанной. Вдохновиться чем-то новым. В этом женщинам помогает натуральная косметика Attirance. Особой популярностью в этот период пользуется линия по уходу за телом. В новом сезоне Весна 2013 Attirance представляет новинку – мини-крем для рук, который всегда будет у вас под рукой.

GR: Расскажите о вашей новой Золотой линии. Какие уникальные ингредиенты использованы и какие средства представлены?

Е.Р.: Золотая линия состоит из трех уникальных продуктов по уходу за телом, содержащих экстракт красной икры. Скраб для тела Enjoy Gold с золотистым блеском содержит смесь высококачественных активных ингредиентов с нежным чувственным акцентом янтаря. Он ровно



скользит по поверхности кожи, нежно отшелушивая ее. Благодаря высокому содержанию экстракта икры, масел золотистого жожоба и виноградных косточек – натуральных увлажнителей кожи, этот скраб смягчает кожу, нежно отшелушивая ее тростниковым сахаром.

Сухое масло для кожи Enjoy Gold – это идеальная комбинация золотого блеска и особенно благоприятного для кожи ингредиента – икры. Икра – ключевой элемент, способствующий регенерации клеток кожи. После использования этого масла кожа получает питание и не становится липкой. Восстанавливающее воздействие трех натуральных масел – жожоба, абрикосовых косточек и сладкого миндаля объединено с защитным и антиоксидантным эффектом экстракта икры и витамина Е. Мгновенный и заметный результат – кожа становится более сияющей, смягчается и источает чувственный запах.

Массажный мед для тела Enjoy Gold с высоким содержанием экстракта икры обладает многочисленными преимуществами и придает коже шелковистую нежность. Этот инновационный массажный мед – соблазнительное средство для тела с золотистым блеском, разработанное специально для качественного массажа длительного действия: его текстура равномерно распределяется по поверхности кожи и превращается в три разных средства – из густой, как мед, эмульсии в масляный гель равномерной консистенции, а затем в молочную эмульсию для уникального профессионального ритуала массажа тела.



ATTIRANCE

natural cosmetics

Три шага к сияющей коже с
ЗОЛОТОЙ КОЛЛЕКЦИЕЙ
Attirance



GR: *Насколько важна для вашего бренда красивая упаковка? Как косметика оформляется весной?*

Е.Р.: Вся продукция Attirance отличается не только высоким качеством, но и изысканным дизайном, а благодаря разнообразной упаковке идеально подходит для создания прекрасных подарков. Наша весенняя упаковка украшена ярким цветочным принтом.

GR: *Какие качества натуральной косметики сегодня наиболее востребованы у покупателей?*

Е.Р.: Ежедневно используя обычные средства, содержащие массу вредных веществ (свинец, ртуть, смолу и др.), женщины ставят под угрозу не только свою красоту, но и здоровье. Главное преимущество натуральной косметики в том, что она безопасна для здоровья и полезна, как любые натуральные продукты. Органическая косметика станет прекрасным решением для людей с чувствительной или проблемной кожей, а также аллергиков, если, конечно, у человека нет аллергии на конкретные ингредиенты средства. Кроме того, натуральная косметика считается наиболее эффективной. Она помогает в борьбе с любыми проблемами волос, кожи лица и тела. Вспомните, как наши мамы и бабушки делали себе различные маски из мёда, фруктов и овощей, растительных масел, хлеба, глины и прочих



подручных средств. Также и в натуральной косметике – всё будто из шкафчика на кухне.

GR: *Какие отличительные черты российского рынка натуральной косметики вы можете отметить?*

Е.Р.: Из-за особенностей российского климата с большими перепадами температур, влажности, солнечного излучения наибольшее развитие получила «белая» косметика для кожи. Это крема, йогурты, молочко для ванн. Причём из-за морозов и сухого континентального климата косметика тяготеет к большей жирности косметических средств. Также хорошо развит сегмент ухода за волосами и гигиенической продукции: средства для душа, шампуни, бальзамы, мыло. Лидерами по производству натуральной косметики являются страны Европы.

GR: *Как будет развиваться сеть ваших магазинов в этом году?*

Е.Р.: В этом году в планах открытие фирменных магазинов в Москве, Сургуте и Якутске. Наиболее интересными для нас являются города Центрального и Южного федеральных округов. Пока косметика Attirance не представлена в Сургуте и Салехарде... А в перспективе мы планируем открытие фирменных магазинов Attirance в каждом городе России. *GR



ВРЕМЯ ОТКРЫВАТЬ МАГАЗИН...

...**Л**етом. Франшиза компании «Экспедиция», как показывает практика, не боится «мертвого сезона». И не потому, что за открытие новых магазинов летом берутся исключительно смелые предприниматели. Основная гарантия стабильных летних продаж – продуманный ассортимент. О том, чем отличается процесс запуска торговой точки в период отпусков, нам рассказали в отделе франчайзинга «Экспедиции».

GIFT Review: Традиционно поздняя весна и лето не самые активные месяцы для открытия новых торговых точек. Предприниматели опасаются «мертвого сезона». Однако вы, насколько нам известно, совершенно не боитесь запускать новые магазины в этот период. Откуда у вас уверенность в успехе?

«Экспедиция»: Дело в том, что мы работаем над ассортиментным перечнем товаров, который пользуется спросом в летний период: наборы для кемпинга, пикников, рыбалки, отдыха и туризма. Поэтому для нас летний период является успешным для открытия магазинов!

GR: Много ли открытий осуществляется летом?

«Экспедиция»: Частота открытий в летний период снижается примерно на 30% в отличие от зимы, но это не помеха для успешного бизнеса.

GR: Как продвижение нового магазина летом отличается от других сезонов?

«Экспедиция»: У партнеров, которые открываются летом, больше времени и способов для продвижения своего магазина. Используются разнообразные промо и рекламные акции, выбор которых летом более обширен.

Тем самым к зимнему сезону магазин узнаваем и имеет своих постоянных покупателей, что очень важно в нашем бизнесе!

GR: К чему должен быть готов франчайзи, открывающий свою торговую точку в летние месяцы?

«Экспедиция»: К труду и обороне :-)

GR: Каков средний срок выхода на самоокупаемость и прибыль магазинов, открытых летом?

«Экспедиция»: В зависимости от формата точки сроки окупаемости составляют от 6 до 18 месяцев.

GR: Можно ли сказать, что в разных регионах активность покупателей летом разная? В курортных городах, наверняка, эффективность работы летом выше...

«Экспедиция»: Да, определенно так! Тем не менее везде, где открывается магазин, самое главное – это проходимость места. Продукция в курортных городах в летний период пользуется большим спросом, но это не значит, что в других городах продаж становится меньше.

Наталья Рослая (rosлая_n@expedition.com)
и Гунина Алина (gunina_a@expedition.com)



ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКАМ МИРА

В каждом номере GIFT Review по традиции публикуется календарь международных и российских выставок, которые могут быть интересны нашим читателям. Многие из них не нуждаются в представлении и хорошо известны российским байерам вне зависимости от их географии проведения. Однако некоторые выставки остаются для большинства компаний терра инкогнита. Не в последнюю очередь из-за отсутствия русскоязычного информационного сопровождения этих мероприятий. Поэтому мы решили взять это на себя: в серии статей «Путеводитель по выставкам мира» мы будем рассказывать о международных площадках, посвященных подаркам, товарам для дома, интерьерному декору и аксессуарам.

MANILA F.A.M.E. INTERNATIONAL

**ФИЛИППИНЫ, МАНИЛА, SMX CONVENTION CENTRE
14-17 МАРТА 2013 ГОДА**

Одна из старейших подобных выставок в Азиатском регионе, проводится с 1983 года. 14-17 марта 2013 года пройдет уже в 57 раз. Осенняя сессия выставки проходит в середине октября. В эти даты организаторы проводят сразу четыре родственных смотра: The Design and Lifestyle Event, Manila Now, SEBUNEXT и Bijoux Cebu. В целом экспозиция объединяет производителей, дистрибьюторов и различные Ассоциации, работающие по направлениям:

- мебель и интерьеры;
- товары для дома (включая посуду, кухонную утварь, осветительные приборы, дизайнерский декор, зеркала и багеты, интерьерные картины);
- праздничный декор (включая рождественскую и новогоднюю тематику);
- подарки и сувениры (включая канцтовары и товары для офиса, игрушки и игры);
- фэшн аксессуары (бижутерия, украшения, кожаная обувь и др.);
- товары для красоты и SPA (косметика, ароматы, свечи и др.).

В большинстве своем это филиппинские производители, дизайнеры, мастера ручной работы. По данным организаторов, большинство байеров прибывают на Manila F.A.M.E. из США, Японии, Австралии, Гонконга и Германии. Для иностранных байеров организаторы предоставляют льготные условия на перелеты и проживание через своих партнёров, а также ряд привилегий в ходе выставки (бесплатный Wi-Fi и напитки в лаунже). Заявляется и возможность по организации услуг переводчика для ведения переговоров. На сайте выставки можно предварительно составить график встреч с экспонентами.

Фото: Manila F.A.M.E. www.manilafame.com



BOSTON GIFT SHOW

**США, БОСТОН, BOSTON CONVENTION & EXHIBITION CENTER
17-20 МАРТА 2013 ГОДА**

Бостонская выставка подарков и сувениров – лишь одна из множества подобных площадок, организованных крупной американской компанией Urban Expositions в разных штатах Америки. Все эти выставки проводятся в разное время года, и их полный список можно изучить на сайте www.urban-expo.com. Практически в любом месяце можно найти тематическое мероприятие в том или ином городе США! В этом году Boston Gift Show

пройдет в обновленном и расширенном формате с 17 по 20 марта. На выставке представлен широкий ассортимент подарков, сувенирной продукции, товаров ручной работы и сопутствующих товаров от американских производителей. Для байеров в Бостоне предлагаются льготные условия по некоторым отелям, бесплатный завтрак и напитки в выставочном центре. Кроме того, первым 100 байерам в первые два дня выдаются наборы с сэмплами и подарками. В ходе выставки также проводятся деловые семинары, вход на них свободный.

Фото: Urban Expositions www.bostongiftshow.com



CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & PREMIUMS

**ГОНКОНГ, ASIAWORLD-EXPO
19-22 АПРЕЛЯ 2013 ГОДА**

Гонконг один из крупнейших выставочных центров для подарочной отрасли. Многие мероприятия проходят в одни и те же или близкие даты, что весьма удобно. Организаторы этой выставки, China Sourcing Fair: Gifts & Premiums, заявляют, что на своей площадке они собирают множество тех китайских производителей, которые не участвуют в каких-либо других выставках. Кроме Китая, в списке экспонентов – Индия и ряд других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Представляемая продукция делится на категории: спортивные подарки, электроника и часы, канцтовары, сувениры и подарочные украшения, промпродукция. Новые разделы – детские игрушки и товары для новорожденных. Акцент в экспозиции ставится на экологичное и социально ответственное производство товаров. В первую очередь, эта выставка рассчитана именно на иностранных байеров. Для них же сформирована специализированная деловая программа – в помощь импортерам. Байерам также предложат бесплатные напитки и бесплатный Wi-Fi. Онлайн-регистрация дает право бесплатного входа на выставку. Выставочный центр AsiaWorld-Expo находится непосредственно рядом с Международным аэропортом Гонконга и в 30 минутах езды от центра города.

Фото: Global Sourcing Marketing Solutions www.globalsources.com



MACEF SEPTEMBER

**ИТАЛИЯ, МИЛАН, FIERA MILANO
12-15 СЕНТЯБРЯ 2013 ГОДА**

Миланская выставка достаточно известна в России, тем не менее сейчас самое время напомнить об осенней сессии этого важного события. Тем более что в этот раз Macef пройдет на неделю позже обычного – так организаторы постарались оптимизировать календарь европейских выставок для этой отрасли. В сентябре Международная выставка товаров для дома, посуды, сувениров, украшений и предметов дизайна пройдет уже в 95-й раз. По традиции в



экспозиции представлены домашний декор, посуда и кухонная утварь, подарки и бижутерия, а также особое место занимают предметы итальянского стиля и инновационного дизайна. О масштабах выставки можно судить по следующим данным: сентябрьский выпуск Macef 2012 собрал более 1,5 тысяч экспонентов и более 81 тыс. посетителей, включая 10 тыс. иностранных байеров из 110 стран мира. Стоимость посещения выставки составляет от 30 до 65 евро в зависимости от количества дней. С помощью регистрации онлайн можно сэкономить до 15 евро.

Фото: Macef www.macef.it

ВЫСТАВКА CHRISTMASWORLD: ЯРКИЕ ИДЕИ К ЛЮБОМУ ПРАЗДНИКУ

Ежегодно в конце января выставочный сезон во Франкфурте-на-Майне открывает Christmasworld, крупнейший в Европе смотр празднично-декоративной продукции, проводимый Messe Frankfurt. Среди мероприятий этого всемирно известного выставочного оператора российским компаниям, пожалуй, более известна выставка Ambiente. Предлагаем вам познакомиться поближе с не менее масштабным отраслевым мероприятием, ведь Christmasworld проходит одновременно с выставками канцелярских товаров Paperworld и товаров для хобби Creativeworld. Возможно, ваше знакомство с Christmasworld продолжится в следующем году уже во Франкфурте. Уверены, эту выставку стоит посетить всем, кто находится в поиске качественной дизайнерской продукции.

Когда оказываешься на Christmasworld, первое ощущение, что попал в рождественскую сказку. Искусственные ели, елочные украшения, шары и игрушки, рождественские венки и цветы, гирлянды, фигуры Санта-Клауса, олень, медведи, рождественских сцен, свечи, аромапродукция, которой буквально пропитана атмосфера всей выставки... Однако огромный ассортимент новогодней и рождественской атрибутики – это далеко не все. Тематика выставки охватывает весь спектр празднично-декоративных товаров, без которых не обходится ни одно торжество – от религиозных праздников Пасхи и Дня св.Валентина до дня рождения, свадьбы и других ра-

Китая, ОАЭ и России. Среди европейцев самыми активными оказались посетители из Германии, Италии, Франции, Нидерландов, Швейцарии и Австрии. Представители торговых центров, шопинг-моллов, гипер- и супермаркетов, интерьерные дизайнеры, декораторы и флористы, специалисты по закупкам оптовой и розничной торговли ежегодно приезжают во Франкфурт, чтобы познакомиться с последними новинками индустрии, сделать заказы и пополнить ассортимент.

Выставка является важным отраслевым мероприятием для специалистов данного сектора и продолжает развиваться даже на фоне общей экономической неста-



Выставка Christmasworld удачно дополняется проводимыми в соседних залах выставкой канцелярских товаров Paperworld и выставкой товаров для хобби Creativeworld.

достных поводов: флористика, предметы интерьера, подарочная упаковка. Отдельный зал посвящен уличной иллюминации и праздничному световому оформлению магазинов и торговых центров.

Крупнейшая в Европе выставка сегмента празднично-декоративной продукции в этом году собрала почти 1000 экспонентов. Не считая того, что одновременно с ней проходят, как мы уже упоминали, выставки Paperworld и Creativeworld. Общее количество участников трех экспозиций составило 2 967 компаний из 66 стран мира, а посетили выставки 83 206 специалистов из 145 стран. Следует отметить, что число гостей из-за рубежа составило 55% от всего количества посетителей (этот показатель вырос на 2% по сравнению с прошлым годом).

Что касается количества посетивших непосредственно Christmasworld, в этом году их оказалось более 30 тысяч из 112 стран, при этом особую активность проявили компании из несвоевропейских стран – Канады, Японии,

Бразилии. Это отметили и участники, и посетители. По словам Стефана Томана, директора европейской Ассоциации производителей свечной продукции, «выставка Christmasworld, привлекая обширную международную аудиторию бизнес-посетителей, продолжает быть ведущей выставочной площадкой для европейских компаний - производителей свечей». С ним соглашается Эwert Верклей, исполнительный директор компании с более чем столетней историей Edelman B.V., занимающей ведущие позиции на международном рынке декоративных товаров для украшения интерьера: «Наши клиенты подтверждают тот факт, что Christmasworld превратилась в очень сильную международную выставку, тематика которой гармонично сочетает новогоднюю продукцию и флористический ассортимент». А по результатам опроса посетителей, проведенного организаторами, 96% респондентов остались довольны выставкой, в частности, представленным на ней широким спектром продукции,



и достигли запланированных целей посещения (95% в 2012 году). Более того, 87% опрошенных позитивно оценивают перспективы развития отрасли в 2013 году, что на 2% больше, чем в 2012 году. «У ритейлеров не было проблем с реализацией продукции в прошедшем году», – подтверждает Детлеф Клатт, руководитель компании O Living Interior Design GmbH. Всего лишь 12% респондентов негативно отозвались о ситуации на рынке.

Созданию праздничной, волшебной атмосферы на выставке способствовала впечатляющая программа мероприятий. Главным сюрпризом, без сомнения, стала



ей Twinkl в сотрудничестве с упомянутыми голландскими дизайнерами. Для читателей, не знакомых с термином augmented reality, поясним. Суть технологии заключается в дополнении реальной картины любыми виртуальными элементами. В случае с Window Wonderland традиционная новогодняя витрина в буквальном смысле слова ожила при взгляде на нее через планшет. Причем увидеть можно было целых три разных 3D мира – сначала подводный, затем зимнюю сказку, в которой персонаж бросает в смотрящего снежок, и наконец – интерактивный космический мир.



дизайнерская инсталляция Window Wonderland. Авторы этого проекта – основатели дизайнерского бюро 2Dezign (Нидерланды) Руди Туинман и Паскаль Кёлеман. Ими была создана настоящая рождественская ярмарка с каруселями, колесом обозрения, анимированными медведями и другими танцующими и поющими игрушками, яркими новогодними декорациями и специальным праздничным освещением. Площадка с первого же дня стала центром притяжения посетителей, и не только потому, что являла собой яркое воплощение рождественского праздника. Каждая деталь композиции была продумана с целью стать источником вдохновения и новых идей для эффектной презентации разнообразного ассортимента декоративной продукции и грамотной выкладки товара на витрине магазина в сезон зимних праздников.

Изюминкой экспозиции Window Wonderland стала презентация использования технологии дополненной реальности (augmented reality), подготовленная компани-



По словам создателей инсталляции, технологии дополненной реальности могут с успехом использоваться магазинами и торговыми центрами для привлечения покупателей и, соответственно, чтобы выделиться среди конкурентов.

Отдельно стоит упомянуть и о презентации новых дизайнерских тенденций под названием Trend Show, организованной дизайн-бюро boha.herke.palmisano. На четырех отдельных стендах были представлены актуальные в наступившем году цветовые решения и их комбинации, наглядно иллюстрировавшие возможность их применения для конкретной продукции. Таким образом, Trend Show стало своеобразным источником идей по выбору цвета, материалов, дизайнов, в общем – отличным подспорьем для всех, кто хочет быть в курсе последних веяний моды в области дизайна и декорирования. По словам одного из байеров, прибывшего из Новой Зеландии, «стоило посетить Франкфурт только из-за одного Тренд Шоу,



такое огромное впечатление оно произвело на меня. Для нашей компании – это путеводитель по модным в новом сезоне цветам, формам и материалам».

На протяжении всех пяти дней в рамках выставки работал Форум с насыщенной деловой программой: семи-

нары, мастер-классы, лекции для представителей отрасли, ритейлеров, дизайнеров, флористов и декораторов. Впервые на Christmasworld была организована Премиум Бизнес Программа для топ-менеджеров и ведущих дизайнеров торговых центров, шоппинг-моллов и других боль-





ших торговых площадок. Программа собрала 70 участников, среди которых известные международные игроки рынка Ikea, Centro Management, Corus Centermanagement, Hines Immobilien, ECE, EPM Assetis и др.

Представив огромное количество актуальных предложений и новинок сезона на одной площадке, выставка Christmasworld имеет полное право называться трендсеттером для сегмента празднично-декоративной продукции. И действительно, в процессе знакомства с обширной экспозицией не составило труда уловить некоторые общие закономерности развития отрасли и выделить последние тенденции в данном сегменте рынка. Перечислим некоторые из них.

Так, к примеру, байеры склонны отдавать предпочтение абстрактным формам, кричащим цветам и индивидуальному дизайну. Продолжается погоня за уникальной, необычной продукцией, за эксклюзивом. Как верно выразился один из экспонентов – Улви Айдин, руководитель Drescher GmbH, «сегодня потребители покупают товары только часть времени, в остальное же время они находятся в поиске новых идей. Компании, которые смогут предложить их покупателю, ждет успех».

Природные мотивы по-прежнему являются источником вдохновения при создании празднично-декоративной продукции. Искусственные цветы и новогодние елки становятся все более реалистичными, как визуально, так

и на ощупь. При их изготовлении все чаще применяется кропотливая трудоемкая ручная работа. Традиционный для Рождества красный цвет в будущем сезоне уступает белому и серебряному.

Что касается актуальных материалов, используемых в производстве рождественских и новогодних товаров, то это бронза, бархат, мех, перо, ткань, войлок.

Свеча остается лидирующим декоративным элементом праздничной продукции, однако теперь она не только служит украшением рождественской елки, но и, как рекомендуют дизайнеры, может быть использована в качестве предмета интерьера весь год. Наиболее популярные декоративные животные – в дополнение к традиционной новогодней стилистике – олень и сова. Кроме этого, особенно популярны в предстоящем сезоне фигурки ангелов, рождественские фигурки, сердечки.

Все без исключения компании, с которыми нам удалось пообщаться на Christmasworld, очень высоко оценивают уровень организации выставки, довольны количеством и качеством посетителей. Об этом свидетельствует и тот факт, что всего спустя 3 недели после выставки были забронированы стенды на следующий, 2014 год. Следует отметить, что наши компании пока в большинстве своем являются посетителями выставки, и только единицы – участвуют. Одна из таких компаний – Фабрика стеклянных елочных украшений «Ариэль».

Ниже мы собрали впечатления некоторых участников выставок Christmasworld, Paperworld и Creativeworld.

INGE-GLAS®, Германия, крупный игрок международного рынка праздничных и декоративных товаров, участник Christmasworld.

С самого начала существования выставки Christmasworld компания INGE-GLAS® успешно представляет свою продукцию на выставочной площади свыше 600 м². Также и в этом году многочисленные посетители и клиенты были в восторге от огромного выбора, насчитывающего около 4000 наименований из сектора рождественской декорации.

Сочетание новых трендовых цветов и оттенков, скомбинированных с декорациями, выполненными чемпионом мира по флористике Клаусом Вагнером и ответственной за разработку и дизайн продукта госпожой Мюллер-Блех, произвели огромное впечатление. Особое внимание привлекли безукоризненно оформленные и качественно украшенные шары, орнаменты и цветочные декорации.

Выставка во Франкфурте имеет для компании большое интернациональное значение, возрастающее с каждым годом. Взаимоотношения с иностранными клиентами, в том числе с русскими, усиливаются и укрепляются из года в год.

Новшеством в этот раз стала непосредственная близость к информационному стенду «Christmasworld Trendschau 2013/2014» (Trend Show), которая показала, что продукция компании и в этом году полностью соответствует тенденциям нового сезона.

За пять дней, проведенных на Christmasworld, компания INGE-GLAS® успешно закрепила свой имидж, усилила отношения с постоянными клиентами и в очередной раз оценивает участие в выставке как очень удачное.



House of Home, Нидерланды, производитель оригинальных подарков с эксклюзивным дизайном, участник Paperworld.

Мы впервые участвовали в выставке Paperworld и очень довольны количеством и качеством собранных контактов. В последнее время во всем мире прослеживается четкая тенденция, когда книжные магазины расширяют свой ассортимент путем добавления в него «некнижных» позиций, и наша продукция оказалась особенно привлекательна для них, как по качеству, так и за инновационный дизайн. Среди заинтересовавшихся нашим товаром – компании из разных стран мира, включая Россию, Южную Корею, Японию и США. Планируем снова участвовать в Paperworld в следующем году.

Фабрика стеклянных елочных украшений «Ариэль», Россия, участник Christmasworld.

Начиная с 1997 года, наша фабрика является постоянным участником франкфуртской выставки Christmasworld. В настоящее время мы являемся единственным российским экспонентом, производящим новогодние и рождественские украшения. Представлять Россию на зарубежной выставке – дело не только почетное, но и ответственное. Поэтому подготовка к выставке начинается задолго до ее начала. Messe Frankfurt рассылает участникам брошюры с информацией о цветах, формах и материалах, которые будут модными в следующем сезоне, и мы при создании новых коллекций следуем в том числе и этим рекомендациям. Являясь предприятием народно-художественных промыслов, мы стараемся через наши изделия познакомить посетителей стенда с культурой и народными традициями нашей страны. Так, в этом году на выставку во Франкфурт мы привезли коллекцию «Золотая хохлома». Шары, колокольчики, матрешки, ложки, петушки, расписанные узорами золотой хохломы, стали украшением нашего стенда и привлекли внимание многих гостей выставки.





Christmasworld является самой крупной и самой престижной выставкой изделий, предназначенных для создания атмосферы праздника Рождества. Число посетителей в 2013 составило более 30600 человек из 112 стран. Прибавьте к ним еще 20000 посетителей выставок Paperworld и Creativeworld, которые проходят параллельно с выставкой Christmasworld. Для нас как компании-производителя елочных игрушек удобным является время проведения выставки. Это всегда январь. Когда во многих домах в России еще стоят украшенными новогодние елки, мы улетаем во Франкфурт на выставку и везем с собой коллекции для следующего года. Ведь елочные игрушки в отличие от других сезонных товаров, таких как лыжи или санки, востребованы не всю зиму, а лишь перед Новым годом. Поэтому январская выставка дает возможность правильно спланировать работу на год вперед, чтобы товар не лежал на складе 9 месяцев, а отгружался весной, летом и осенью.

Участие в выставке позволяет нам расширить географию продаж. В настоящее время нижегородская елочная игрушка экспортируется в 12 стран мира. Наши изделия можно купить в известных магазинах Америки, Германии, Франции, Бельгии, Италии. В этом году на выставке мы заключили контракты на поставку наших игрушек в Исландию. Это новые заказчики, и мы надеемся на долгосрочное сотрудничество.

Во время выставки на нашем стенде снимался фильм о международной деятельности фабрики. Фильм снимал немецкий оператор Клаус Мартин, известный тем, что принимал участие в съемках фильма о восстановлении Frauenkirche в Дрездене. Фильм снимался в формате интервью, в котором руководители известных магазинов новогодних и рождественских украшений Европы и Америки рассказывали о себе, о своей работе и о том, какое место в их бизнесе занимает нижегородская елочная игрушка. Среди тех, кто дал интервью, – наши давние друзья и заказчики из Германии, Великобритании, Португалии, Испании, Австрии и США. Владелец самого крупного

рождественского магазина мира BRONNER'S CHRISTMAS WONDERLAND из городка Франкенмут в американском штате Мичиган Уэйн Броннер рассказал нам о том, что каждый год более 2 миллионов туристов посещают его магазин и многие из них с удовольствием покупают изделия нижегородских мастеров. Фильм получился интернациональным, так как каждый из участников съемок говорил на своем родном языке. Сейчас фильм монтируется в Германии, там же он будет переведен на русский язык, чтобы мы могли использовать его в качестве презентации наших изделий для российских покупателей.

На выставке мы представили также новую коллекцию новогодних шаров «Зимние акварели», которая вызвала большой интерес со стороны зарубежных заказчиков. Коллекция выполнена в необычной технике акварели на ватмане. Сама идея весьма неожиданная: у тех, кто видит эти елочные шары, создается впечатление, будто они сделаны не из стекла, а из плотной бумаги.

Фабрика товаров для творчества «Чип-Арт», Россия, участник Creativeworld

Участвуем в выставке Creativeworld второй раз. Выставка отлично организована, такого качества выставочных услуг нет в РФ. Основная цель, которую мы преследовали, – это поиск партнеров по полиграфии и, безусловно, имиджевая составляющая. Мы понимаем, что наша продукция является своеобразной по дизайну, имеет высокое качество исполнения и по цене находится между продукцией европейских компаний и Китаем. Теоретически мы можем попробовать дополнить ассортимент европейских магазинов. Частично мы достигли поставленных целей, но прошло еще слишком мало времени, чтобы делать выводы.



Статью подготовила Анна Пасечник.

В материале использованы фото с официального сайта организатора выставок www.messefrankfurt.com, а также собственные фото автора и компаний, представивших отзывы.

БРИТАНСКАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ: ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ

В феврале редакция GIFT Review в первый раз посетила специализированную выставку подарков и товаров для дома в Бирмингеме. Spring Fair International – одно из крупнейших подобных мероприятий в Европе. Однако среди российских байеров эта выставка не пользуется большой популярностью. И, как оказалось, незаслуженно. Редакция нашего журнала имела возможность не только посетить выставку, но и тесно пообщаться с ее организаторами, а также привезти делегацию российских байеров для знакомства со Spring Fair.

Начнем с того, что в плане организации выставка приятно удивила: очень грамотная навигация по внушительным территориям. Целая армия персонала делала всё, чтобы оулегчить работу, чтобы облегчить работу посетителей на выставке – помочь с регистрацией, пояснить план экспозиции, раздать информационные материалы и пр. Все экспоненты были разделены на 13 секторов, размещенных в 13-ти залах огромного выставочного центра NEC. (Кстати, для гостей Бирмингема выставка размещена крайне удачно – в пешей доступности от аэропорта и железнодорожной станции.) В целом, деление по секторам было довольно четким, хотя отдельные экспоненты с широким ассортиментом представляли товары сверх тематики конкретного холла.

В этом году Spring Fair International собрала более 3000 компаний, представивших более 300 тысяч наиме-



нований. По словам организаторов (лондонская компания i2i Events), выставка стабильно показывает расширение экспозиции, как, впрочем, и рост числа посетителей. За 5 дней выставку посетили более 68 тысяч специалистов (цифра подтверждена специализированной аудиторской компанией).

В основном Spring Fair рассчитана на байеров, представителей ритейлеров и владельцев магазинов. Большая часть экспонентов – британские компании. В их числе как производители, так и локальные дистрибьюторы товара из других стран.

Среди представленных брендов были также американские, немецкие, китайские и др. Участниками экспозиции являлись не только крупные компании, но и индивидуальные предприниматели с инновационными, оригинальными продуктами, ручной работой и дизайнерскими решениями. Часть выставленной продукции – произве-



КОММЕНТАРИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ, ПОСЕТИВШИХ ВЫСТАВКУ SPRING FAIR INTERNATIONAL В ФЕВРАЛЕ 2013 ГОДА.

РОМАН КИРПИЧЕВ, КОМПАНИЯ «БЮРОКРАТ»:

На Spring Fair были в первый раз. На выставке царит рабочая атмосфера, явно продуктивная и для экспонентов, и для посетителей. Будущее покажет, насколько эффективным было посещение выставки, но часть контактов уже точно взята нами в активную проработку, идёт общение с потенциальными поставщиками. Мы встретили около 15-ти интересных компаний, полагаю, что не менее, чем с пятью будем вести переговоры о возможном сотрудничестве. Пользуясь случаем, хотел бы выразить свою признательность организаторам и поблагодарить их от лица компании и от себя лично.

дена по лицензиям именитых или же просто успешных дизайнеров. Другая же часть экспозиции была непосредственно источником лицензий для посетителей выставки – принты для домашнего текстиля, интерьерных картин, сувенирных предметов и открыток. Открытки, кстати,

занимали впечатляющую часть выставки, ведь британцы по-настоящему влюблены в поздравления почтой и просто открытки на любые случаи жизни. Отдельные магазины с открытками удивляют своими размерами и некоторые по занимаемым площадям сравнимы с нашими

ЕКАТЕРИНА СТЕНЮШКИНА, КОМПАНИЯ PICHSHOP:

Отличная организация, хорошая представленность брендов, понятная навигация. Прекрасно, что в короткий промежуток времени можно на одной площади обзавестись таким большим количеством деловых контактов. Эффективность от посещения выставки мы уже оценили, так как нашли много интересных для нашего бизнеса поставщиков и брендов. Многие из поставщиков уже ответили на запросы. Spring Fair посещаем в первый раз, но надеюсь, не в последний. До этого были на выставке New York International Gift Fair 2012. По представленности брендов и организации Spring Fair понравилась больше.



АЛЕКСАНДР БЕЛОУСОВ, КОМПАНИЯ PICHNOR:

Впечатления остались очень позитивные. Масштаб выставки просто поражает – потребовалось несколько дней, чтобы посмотреть интересные нас секции. Представлено много интересных и новых брендов. Мы нашли полезные контакты для своего бизнеса, поэтому довольны посещением выставки. Уже начали работу с поставщиками, которых встретили на SF. Заинтересовало около 40 компаний. Практически со всеми будем работать, но не сразу, т.к. некоторые бренды мы положили в свою библиотеку и со временем вернемся к ним.

Площадка удачно расположена – всего 10 минут на поезде. Из отеля, с учетом поезда, мы добирались до выставки за 20 минут. Стоит упомянуть отличную организацию, как с российской, так и с английской стороны.



продуктовыми супермаркетами...

Многое, представленное в Бирмингеме, еще не продается на территории России. Причем это касается совершенно разных категорий товаров – от посуды до офисных принадлежностей, от детских игрушек до канцелярии. Вот лишь некоторые тренды, хорошо представленные на выставке, но еще не освоенные российскими компаниями. В первую очередь, это сувенирный садовый инвентарь. Тяпки, перчатки, подставки под колени, лейки и пр. – всё с разнообразным декором, стильными принтами, в широкой цветовой гамме и в подарочных упаковках. Затем стоит отметить большое разнообразие в аксессуарах для отдыха на природе. Разнообразные комплекты и наборы, стилизованные корзины со всем необходимым для пикника отличались изысканным исполнением и тематическим оформлением составляющих (посуда, салфетки, столовые приборы, спортивный инвентарь и пр.).

Также очень хорошо была представлена категория товаров для новорожденных и для молодых родителей – от сувениров на рождение малыша до функциональных аксессуаров и предметов одежды в сувенирном оформлении. И стоит упомянуть впечатляющее разнообразие сувениров и товаров для дома с экологическим уклоном. Вплоть до утвари из газет – подставки под горячее, корзины, декоративные блюда и пр.

По подсчетам организаторов, суммарный объем запланированных экспонентами и посетителями сделок и контрактов превышает 2 млрд.

ЕВГЕНИЙ БОЧКОВ, КОМПАНИЯ TOP STYLE GROUP:

Прекрасные впечатления, очень большая выставка, широкий выбор товаров различного направления, все удобно организовано, есть специальные эскалаторы и автобусы для перемещения между павильонами. Мы увидели новые тенденции в развитии подарочного и сувенирного бизнеса Великобритании и будем использовать эту информацию для развития собственного бизнеса. Нас заинтересовало 3 компании, и мы намерены вести с ними переговоры о совместной работе.



фунтов. По нашим наблюдениям, участники выставки, действительно, работали очень активно. На большинстве стендов с первого дня все сотрудники были заняты общением с посетителями, многие писали предзаказы, другие активно сканировали представленный товар для последующей обработки информации.

Пообщавшись с множеством экспонентов Spring Fair,

мы пришли к выводу, что у британских компаний есть живой интерес к российскому рынку. Некоторые производители уже работают с партнерами в нашей стране, но еще больше – не отказались бы от такого сотрудничества. От экспонентов не раз звучали фразы о перспективности растущего российского рынка. В свою очередь российские посетители Spring Fair также остались довольны увиденными брендами и продукцией. *GR



БРИТАНСКИЙ СТИЛЬ

Избранное с выставки Spring Fair International 2013



1
Дождевик и резиновые сапоги
Emma Bridgewater,
£16 и £13,5
Grant Barnett & Co. Ltd



2
Подарочный комплект
из детского массажного масла
и книги со сказками,
£9
Tactile Tales



3
Детский набор для огорода
Starter Kit-Frog,
£3,73
Little Pals Ltd.

4
Рельефная картина
смешанной техники,
120x80 см,
NEW YORK NEW YORK,
£56
Casa Monis



5
Сумка для молодой мамы,
Momyoo Stargaze,
£35
Josoblu Ltd.

6
Шезлонг,
£165
Jacqueline Hammond for Smart Deco



7
Подарочный набор
с кожаными чешками
для малышки
и футболкой,
£14
Starchild

8
Фартук
I love Chocolate,
£25
Emma Bridgewater



9
Портативная акустическая система
Ninja Designer Micro Speaker,
£19,99
Clocci



10
Блюдо для
сервировки сыров,
£33,32
Jersey Pottery



11
Запонки I love my wife («Я люблю свою жену»),
£19,95
Mary Fellows



12
Набор настольных принадлежностей
ручной работы из эко-материалов,
£19,99
Munchkin Creative



12
Ежедневник с обложкой из кожи Dodo Pad,
£20,95
Dodo Pad Ltd.

Красным указаны оптовые цены,
синим – розничные
(на февраль 2013г.).

В материале использованы
товары компаний:

- www.grantbarnett.com
- www.tactile-tales.com
- www.littlepals.co.uk
- www.casamonis.co.uk
- www.josoblu.co.uk
- www.jacquelinehammond.co.uk
- www.star-child.co.uk
- www.emmabridgewater.co.uk
- www.jerseypottery.com
- www.maryfellows.co.uk
- www.clocci.com
- www.dodopad.com
- www.munchkincreative.com

СО ВСЕХ КОНЦОВ СВЕТА

И снова тематическая подборка. В продолжение главного материала выпуска, «География подарков», мы решили сделать обзор желанных экзотических презентов из самых разных уголков планеты. Подобные сувениры встречаются в вишлистах довольно часто. Не все могут себе позволить кругосветное путешествие, но уже многие могут справиться с заказом подарка на международных онлайн-ресурсах, доставляющих товар по всему миру. Поэтому уже и самые экзотические пожелания отнюдь не кажутся несбыточной мечтой...



www.exoticworldgifts.com

САЛАТНЫЕ ПРИБОРЫ ИЗ КЕНИИ

Если предметы из черного дерева попадают в вишлист, то это, скорее всего, не случайно. Значит, человеку встретилась история этого уникального материала. Черное дерево, или мпинго, является традиционным материалом для изделий африканского племени маконде. Этот народ верит, что у мпинго есть дух и перед тем, как срубить такое дерево, мужчины исполняют целую череду обрядов. Они непременно обещают, что изваяют нечто достойное и впечатляющее. И это не пустое обещание, надо сказать: особо плотная древесина требует от резчика невероятного мастерства и усидчивости. На одно небольшое изделие может уйти целый месяц. Так что неудивительно, что такой африканский сувенир украсит даже самую современную кухню.

УЛУ НАСТОЯЩИЙ, С АЛЯСКИ

Многие традиционные изделия народов мира стали «космополитами» и были адаптированы под нужды людей независимо от их места проживания. Именно поэтому аутентичность таких товаров ценится особенно высоко. В результате люди не хотят просто легендарный аляскинский нож Улу, например, известного норвежского производителя Brustello, а хотят Улу с Аляски и в том виде, в котором им пользуются там. Посути, разница – исключительно в специфическом внешнем виде и, конечно, в цене. А функциональность традиционного ножа с Аляски оценили уже многие любители готовить по всему миру. Особенность этого ножа в том, что центр приложения силы находится непосредственно над точкой разрезания. Поэтому Улу с легкостью режет и мясо, и рыбу, и кости, и зелень. А появился он в обиходе эскимосов еще во втором тысячелетии до н.э.



www.onceinablue Moose.com



www.himalayacrafts.com

ПЕПЕЛЬНИЦА ИЗ НЕПАЛА

Один из самых банальных сувениров, если и может появиться в вишлисте, то исключительно в какой-нибудь уникальной вариации. Например, пепельницу из Непала уже вряд ли кто-то сможет назвать тривиальным подарком. Тончайшая ручная работа по меди в миниатюрных размерах превосходит любые произведения промышленного «искусства». Кроме того, сам факт происхождения этого аксессуара в удивительной стране Гималаев добавляет романтики. Впрочем как и винтажный вид металла, избежавшего машинной обработки и сохранившего природную «грубость».

ДУХ С ГРЕНЛАНДИИ

К сожалению, некоторые желания не исполнимы в силу объективных причин. Даже глобализация пока не сможет в этом помочь. Так, желанная традиционная статуэтка народов Гренландии так и останется мечтой. Дело в том, что настоящие фигурки Тупилак (в переводе с местного – Дух) изготавливаются по старинной традиции из китовых зубов. По закону изделия из этого материала вывозить за пределы Гренландии, увы, нельзя. Ну а в адаптированных к суровым законам статуэткам из альтернативных зубов, костей, камней и дерева, к сожалению, может и не поселиться тот самый Тупилак. Впрочем, сама форма фигурки, уникальная для каждого изделия, причудливая, неповторимая, тоже может порадовать любителей экзотики в интерьерном декоре. *GR



www.i54.tinypic.com

ПОДАРКИ С ФРАНЦУЗСКИМ ШИКОМ

Стиль прованс актуален не только в декоре гостиных или на кухне. Сегодня на российском рынке представлены аксессуары и для ванной, выполненные в знаменитой французской стилистике. В частности, подобную продукцию предлагает торговый дом «Праймэри», продвигая на нашем рынке в эксклюзивном формате французский бренд L'eternе и португальский Antonio Rosa. Коллекции обновляются каждые четыре месяца и ориентированы в основном на женщин. Не случайно именно эти керамические аксессуары попали в престижный список женского журнала Elle Decoration Top-10. В ассортименте ТД «Праймэри» более 700 наименований из 35 коллекций, а продукция компании представлена в более чем 10 городах России. Об изящном стиле и утонченном дизайне двух европейских брендов нам рассказала директор ТД «Праймэри» Инна Дорохова.

GIFT Review: Инна Леонидовна, расскажите, пожалуйста, подробнее о стилистике ваших аксессуаров. Для помещений какого стиля, образа, характера предназначена эта продукция?

Инна Дорохова: В первую очередь, наши аксессуары отличаются изяществом и «легкостью» формы, а цветочные или классические мотивы, использованные при создании коллекций, сразу же вызывают в восприятии потребителя образы цветущих лавандовых полей французского Прованса или же чайной розы возле старинного английского дома.

Если говорить о ванных комнатах, то лучше всего наша продукция смотрится в больших загородных ванных, где можно органично разместить разные предметы одной коллекции, добавив прелесть и аромат живых цветов, свечи и ароматные средства по уходу.

Но даже маленькие темные ванные комнаты в квартирах, доставшихся нам с советских времен, преобразуются, когда в них появляются наши аксессуары – из бытовой «умывальни и постирушки» сразу хочется сотворить КОМНАТУ – именно комнату, а не хозяйственное

L'eternе

 **Antonio Rosa**
cerâmicas, lda

помещение. Ведь мы проводим в ванной очень много времени, но только в последние годы стали задумываться не только о её чистоте, но и о красоте и гармонии, стиле и дизайне. Даже минимальным набором аксессуаров можно преобразить ванную комнату – например, в ванночки сложить мочалки, в вазы-сумочки поставить щетки или расчески, в ведерки насыпать ароматной соли для ванн или масляные шарики, в ароматизатор налить любимый аромат для дома, а в вазочки поставить маленький букетик.

Если касаться всего дома, то здесь прежде всего важно, чтобы наши вещи соответствовали стилю и атмосфере помещения. Конечно, речь о хай-теке не идет, но в прованс, английский стиль, кантри, классический интерьеры наши аксессуары легко впишутся.

GR: В чем преимущество керамики при использовании ее в оформлении ванной комнаты?

И.Д.: В отличие от аксессуаров из пластика керамика проста в уходе и является экологически чистым и безопасным материалом, не дает запаха и вредных выделений спустя какое-то время. Кроме того, наша керамика очень элегантна и радует глаз. Единственный минус – она может разбиться. Но скажите, пожалуйста, разве не бьётся посуда на кухне? И тем не менее мы предпочитаем керамическую и фарфоровую посуду пластиковой и железной. Просто в сознании покупателя прочно укоренился ошибочный стереотип, что мыльница или держатель для зубных щеток должны служить вечно. Но это такой же предмет обихода, как и тарелка – вам может понравиться её дизайн, цвет, или же она может просто разбиться. К этому надо относиться как к нормальному процессу – все меняется.





GR: *Керамические аксессуары действительно довольно хрупки. Каким образом вы рекомендуете покупателям использовать их и ухаживать за этими предметами?*

И.Д.: На самом деле, наши изделия очень прочные, естественно при условии, если вы не будете их бросать на пол :-). Что касается ухода, то подойдет как ручная, так и автоматическая мойка.

GR: *Кого вы видите покупателем ваших товаров?*

И.Д.: Это женщины, которые уже обзавелись своим домом и теперь с удовольствием обустроят его, делают уютным и любимым для всех членов семьи. Оба бренда, L'eterne и Antonio Rosa, ориентированы на потребите-



ля со средним и выше среднего уровнем дохода.

GR: *В какие сезоны ощущается наибольший спрос на вашу продукцию?*

И.Д.: Обстановкой своего дома люди занимаются в основном в «дачный сезон» (с апреля по конец октября) – особенно, если дело касается загородного дома, поэтому спрос достаточно устойчив в это время. Кроме того, наши аксессуары очень подходят в качестве подарка любимым женщинам, поэтому всплеск интереса наблюдается и к праздникам.

GR: *К каким, например?*

И.Д.: День рождения, Новый год, 8 Марта – да мало ли поводов подарить красивую вещь?!

МЫ СОЗДАВАЛИ КОМПАНИЮ В ТО ВРЕМЯ, КОГДА О ДИЗАЙНЕ ВАННОЙ КОМНАТЫ В НАШЕЙ СТРАНЕ ВООБЩЕ БЫЛО НЕ ПРИНЯТО ГОВОРИТЬ, ПОСКОЛЬКУ ВАННАЯ И ТУАЛЕТ СЧИТАЛИСЬ ЧЕМ-ТО ВРОДЕ ПОДСОБНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ. НАМ ХОТЕЛОСЬ ПОМЕНИТЬ ВЗГЛЯД НА ЭТИ КОМНАТЫ, ДАТЬ ТОЛЧОК К ТВОРЧЕСТВУ, К ГАРМОНИИ. И КАЖЕТСЯ, НАМ ЭТО ХОТЬ НЕМНОГО, НО УДАЛОСЬ :-). ЖЕЛАЕМ ВСЕМ ТВОРЧЕСКОГО ВЗГЛЯДА НА ЖИЗНЬ!





*Будем рады видеть Вас в числе наших клиентов!
Телефоны оптового отдела: 8 (495) 651-62-46, 8 (495) 647-97-80
welcome@td-primary.com www.td-primary.com*





ЭКОНСУМ ЭКСПО

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

24—27 сентября
2013
ОСЕНЬ



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НОМЕСТYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG

12+

Организатор:

реклама



Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»,
Москва, Россия

www.consum-expo.ru



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

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ

Уже 20 тысяч лет назад человечество знало о керамике достаточно, чтобы использовать ее в быту. И сегодня керамическая посуда есть в каждом доме. Правда, теперь это не только традиционное производство, но и инновации. Рынок отвечает спросу – потребитель даже спустя тысячелетия не разочаровался в изделиях из обожженной глины. А в наше время у керамики есть и свои преимущества перед технологическими новинками. Чтобы понять перспективы российского рынка керамической посуды, Группа компаний Step by Step проанализировала сегмент столовой керамики.

ИЗ КАКОЙ ПОСУДЫ ВКУСНЕЕ?

За последнее время керамическая посуда не раз то набирала популярность, то терялась среди современных альтернатив. Сегодня посуда из керамики вновь востребована и актуальна. На отечественном рынке она представлена широкой ассортиментной линейкой с разнообразным дизайном. Производители предлагают изделия из различного вида керамики, изделия с росписью и цветную керамическую посуду, выполненную на заказ. Тем самым стараюсь удовлетворить запросы самого капризного покупателя.

Тенденции в выборе керамической посуды обусловлены полезными свойствами и безопасностью в исполь-

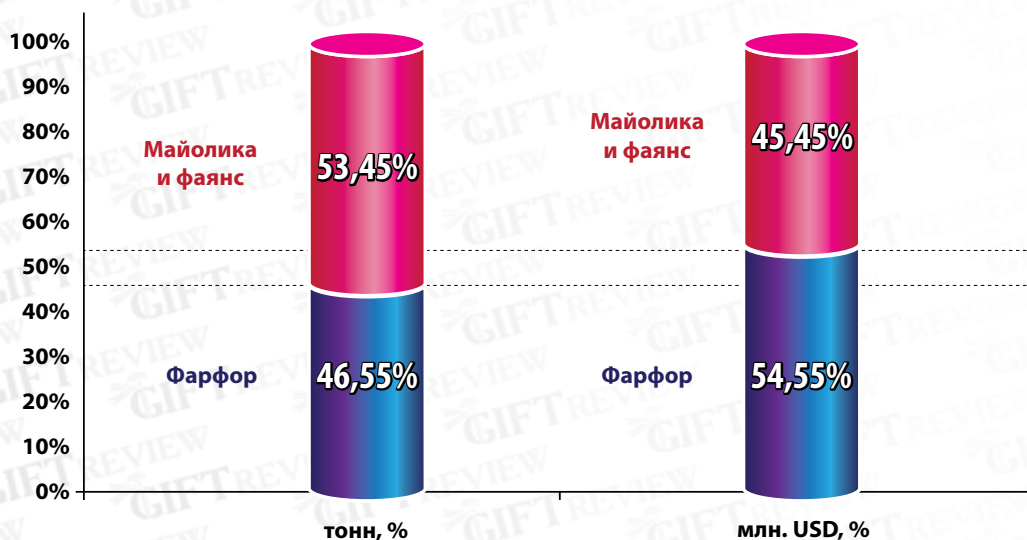
зовании продукции, а также ее самобытностью. Кроме того, в пользу керамики говорит ее «натуральность». Эта характеристика особенно актуальна на фоне постоянно возникающих дискуссий по поводу токсичности того или иного искусственного материала.

В продаже имеется керамика как зарубежных, так и отечественных производителей. На российском рынке довольно много компаний, специализирующихся на изготовлении керамических изделий. Помимо обычной посуды для приготовления пищи, отечественные компании предлагают различные предметы декора и изделия для сервировки стола.

В 2012 году оборот внешней торговли керамической посудой в натуральном выражении составил 104 тыс. тонн. Если сравнить показатели 2011 года, то произошло сокращение оборота примерно на 10%. Данная ситуация наблюдалась на фоне количественного увеличения экспорта: в 2012 году темп прироста в натуральном выражении составил 45,53%. Тем не менее это не привело к росту экспорта в стоимостном выражении, так как увеличение было обусловлено ростом экспорта фарфора, цены на который снизились.

Общий объем импорта керамической посуды в 2012 году составил 102,66 тыс. тонн в натуральном выражении.

Диаграмма 1. Структура импорта керамической посуды в 2012 году, %



Источник: ГК Step by Step, 2012г.

Диаграмма 2. Импортёры керамической посуды в Россию



Источник: ГК Step by Step, 2012г.

Основной страной-импортёром в Россию керамической посуды является Китай. Китайская продукция занимает львиную долю объема поставок: в сегменте фарфоровой посуды – 81,95% в натуральном выражении, а в сегменте майоликовой и фаянсовой посуды – 76,3%.

Среди импортных производителей керамической посуды, представленных на рынке РФ в 2012 году, можно выделить несколько крупнейших:

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ФАРФОРОВОЙ ПОСУДЫ:

- SHENZHEN LUYE EAST INDUSTRY CO., LTD (Китай);
- SZIC INDUSTRIAL COMPANY LIMITED (Китай);
- TANGSHAN SHANSHUI PORCELAIN CO., LTD (Китай).

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ФАЯНСОВОЙ ПОСУДЫ:

- LILING QUANHU INDUSTRIES GENERAL CO (Китай);
- GRAND VENUE LIMITED (Китай);
- CHRISTIAN SELTMANN GMBH (Германия).

ПРОИЗВОДИТЕЛИ МАЙОЛИКОВОЙ ПОСУДЫ:

- LILING SANTANG CERAMICS MANUFACTURING CO.LTD (Китай);
- HUNAN HUARI CERAMIC CO.,LTD (Китай);
- ZIBO KUNYANG CERAMIC CO., LTD (Китай).

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ИМПОРТА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ:

- 1) Обострение конкуренции в сегменте фарфоровой посуды.
- 2) Снижение средних цен по импортируемому фарфору.
- 3) Превалирование цен импорта над ценами экспорта как следствие:
 - лучшего потребительского восприятия импортной продукции;
 - лучшего соответствия импортной продукции запросам потребителя.

Таким образом, происходит удорожание импортной продукции за счет её большей востребованности у покупателя.

Таким образом, несмотря на новую волну популярности керамической посуды, по расчетам специалистов ГК Step by Step, объем рынка в товарном отношении в 2012 году снизился. Учитывая оценочную емкость рынка керамической посуды, аналитики ГК Step by Step оценивают степень насыщенности рынка по факту вероятного потребления на уровне 70%.

Анастасия Романовна Птуха, председатель Совета директоров
Татьяна Александровна Мерзлякова, PR-менеджер
Группа компаний Step by Step

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. АПРЕЛЬ – МАЙ 2013

РОССИЯ И СНГ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
1 02.04 – 05.04 16.04 – 19.04 Москва, ЦВК «Экспоцентр», ВВЦ	MOSBUILD Международная строительная выставка	www.mosbuild.com
2 04.04 – 07.04 Москва, КВЦ «Сокольники»	КЛИНОК Международная выставка клинковых изделий	www.exponica.ru/klinok
3 16.04 – 19.04 Москва, ЦДХ	ДИЗАЙН И РЕКЛАМА Специализированная выставка рекламной индустрии	www.design-reklama.ru
4 19.04 – 21.04 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	MOSCOW HOBBY EXPO Международная выставка моделизма	www.hobby-expo.ru
5 07.05 – 11.05 Москва, ВВЦ	ЖАР-ПТИЦА - 2013 Фестиваль народных мастеров и художников России	www.nkhp.ru/firebird.htm
6 13.05. – 16.05 Москва, ВВЦ	ЕВРОЭКСПОМЕБЕЛЬ / ЕЕМ Международная выставка мебели	www.eem.ru
7 16.05 – 19.05 Украина, ВЦ «КиевЭкспоПлаза»	ЮВЕЛИР ЭКСПО УКРАИНА	www.jewellerexpo.kiev.ua
8 21.05 – 25.05 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН	www.mmms-expo.ru
9 29.05 – 31.05 Москва, ВВЦ	MACEF RUSSIA Международная выставка товаров для дома	www.macefrussia.ru
10 29.05 – 02.06 Москва, ВВЦ	JUNWEX. НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ Международная выставка ювелирных и часовых брендов	www.junwex-style.ru

В МИРЕ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
1 19.04 – 22.04 Гонконг	CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & PREMIUMS Международная специализированная выставка подарков, сувениров, товаров для промоушн	www.chinasourcingfair.com
2 19.04 – 23.04 Таиланд, Бангкок	BIG+BIH Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.bigandbih.com
3 20.04 – 23.04 Гонконг	HONG KONG HOUSEWARE FAIR Крупнейшая в Азии международная специализированная выставка товаров для дома	www.hktdc.com/fair/hkhousewarefair-en
4 24.04 – 27.04 Тайвань, Тайпей	GIFTIONERY TAIPEI Международная весенняя выставка подарков и канцтоваров	www.giftionery.net
5 25.04 – 28.04 Китай, Шэньчжэнь	GIFTS & HOME CHINA Международная специализированная выставка домашней утвари, товаров для отдыха и подарков	www.chinagiftsfair.com
6 27.04 – 30.04 Гонконг	HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR Крупнейшая в Азии международная выставка подарков и сувенирной продукции	www.hktdc.com/fair/hkgiftspremiumfair-en
7 25.05 – 27.05 Бразилия, Сан-Паулу	TOYS, PARTIES & CHRISTMAS FAIR Специализированная выставка игрушек, новогодней и праздничной продукции	www.en.grafitefeiras.com.br/christmasfair/
8 28.05 – 30.05 ОАЭ, Дубай	CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & PREMIUMS DUBAI Международная специализированная выставка подарков, сувениров, товаров для промоушн	www.tradeshow.globalsources.com

19 дизайн и реклама

16-19
04.13
ЦДХ

ВЫСТАВКА
РЕКЛАМНОЙ
ИНДУСТРИИ

СДЕЛАЙТЕ ПОМЕТКУ В КАЛЕНДАРЕ!

16–19 апреля 2013
Москва, ЦДХ
www.design-reklama.ru

ЗАКАЖИТЕ СТЕНД ПРЯМО СЕЙЧАС!

Онлайн на www.design-reklama.ru
Тел. + 7 495 657 99 22
E-mail: dr@expopark.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

FineDesign GROUP

ДОСТУПНЫЙ ДИЗАЙН ОПТОМ

ПОДАРИ
УЛЫБКУ!



www.finedesigngroup.ru

+7(499)406-0101