GIFT REVIEW

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 4(23)/2015
www.gift-review.ru

Теперь доступна интерактивная версия журнала:
скачивайте приложение GIFT Review!

Google play App Store

АКТУАЛЬНО
Топ-10 заказов 2015 года

ВЫСТАВКИ
MEGA SHOW: все и даже больше

КОМПАНИЯ
Склад больших возможностей

БРЕНДЫ
Яркий декор и умный порядок

Color Card
Оригинальная флешка с габаритами стандартной банковской карты. Удобно хранить в визитнице или бумажнике.

Широкий ассортимент промо позиции от 200р.
USB-гаджеты, портативные зарядные устройства на складе в Москве.

tri venta
...a desire for novelty

tel. +7 495 64 999 20
e-mail: sales@3venta.com
web: www.3venta.com

Реклама

CHRISTMAS BOX
PODARKI

1–3 МАРТА **2016**
Москва, **«Крокус Экспо»**

международная специализированная выставка

Подарки, сувениры, новогодняя продукция



www.christmasbox.ru

Организаторы:
«МОККА Экспо Групп»
115088 Россия, Москва, ул. Южнопортовая, д. 7
Тел.: +7 (495) 363-50-32/33

Реклама

ambiente
the show

12 – 16. 2. 2016, Франкфурт-на-Майне, Германия

Не пропустите: Секция Giving выставки Ambiente открывает перед Вами двери в удивительный мир подарков. На ведущей международной выставке потребительских товаров Вас ожидает широчайший выбор товаров из самых разных отраслей, что позволит получить больший результат от выставки. Откройте для себя последние новинки и найдите вдохновение среди широкого разнообразия товаров.

Подробная информация и билеты на сайте:
ambiente.messefrankfurt.com

Тел. +7 (495) 649-87-75
info@russia.messefrankfurt.com



Страна-партнер
Италия
Ambiente 2016

messe frankfurt

Реклама

СОДЕРЖАНИЕ

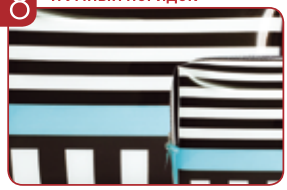
3 НОВИНКА
НОВИНКА


8 ВЫСТАВКИ
HOMI: В НОВЫЙ ГОД - С ЧУВСТВОМ СТИЛЯ И ЭЛЕГАНТНЫМ ДИЗАЙНОМ


10 ВЫСТАВКИ
СОВЕТЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЯМ CHRISTMASWORLD


12 ВЫСТАВКИ
ПРОГРАММА МАКСИМУМ НА СЕРЕДИНУ ФЕВРАЛЯ: AMBIENTE 2016


14 КОМПАНИЯ
«БЕЛЫЙ ЯСЕНЬ»: В НАШЕ БУРНОЕ ВРЕМЯ НУЖНА ГИБКОСТЬ


18 БРЕНДЫ
ЯРКИЙ ДЕКОР И УМНЫЙ ПОРЯДОК


22 БРЕНДЫ
5 ИДЕЙ ОТ «СЕВЕРНОЙ ЧЕРНИ»


26 СЕГМЕНТ
КОГДА КНИГА – ЛУЧШИЙ ПОДАРОК...


28 ПУЛЬС РЫНКА
БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ: СПРОС В ОНЛАЙНЕ


32 ВЫСТАВКИ
PSI: ТЕНДЕНЦИИ ПРОМОИНДУСТРИИ ИЗ ПЕРВЫХ РУК


36 ВЫСТАВКИ
HAPTICA® LIVE'16: ФОРУМ ПРОМОПРОДУКЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ


38 ВЫСТАВКИ
БЕСКОНЕЧНОЕ МНОЖЕСТВО ИДЕЙ НА GIFTS & PREMIUM FAIR


42 ВЫСТАВКИ
HOMI 2015: ЭСТЕТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ


46 ВЫБОР РЕДАКЦИИ
HOMI MILANO: ЛУЧШЕЕ СО ВСЕГО МИРА


48 ВЫСТАВКИ
MEGA SHOW: ВСЕ И ДАЖЕ БОЛЬШЕ


54 КОМПАНИЯ
СКЛАД БОЛЬШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ


56 АКТУАЛЬНО
ТОП-10 ЗАПОМНИВШИХСЯ ЗАКАЗОВ 2015 ГОДА


62 КАЛЕНДАРЬ
КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. ЯНВАРЬ-АПРЕЛЬ 2016


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
№ 4(23)/2015
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
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.

Юнита

Корпоративные **ОТКРЫТКИ** на **ВСЕ** праздники

Новогодние открытки



8 марта





23 февраля





Приглашения



www.unita-cards.ru +7 (495) 663-71-88

ЭКСКЛЮЗИВ



- ПОДАРКИ руководителю компании
- ПОДАРКИ сотрудникам, за достижения
- БЛАГОДАРНОСТЬ тем, кто рядом с тобой в семье и на работе

Мы предлагаем Вам книги и бизнес-подарки в эксклюзивном исполнении. Все лучшие идеи в одном каталоге.



Заказать каталог бесплатно:+7 (495) 974-29-79
premium@premiumbook.ru www.premiumbook.ru

АКСО

Серийное производство подарочных, дорожных, шашлычных наборов

Большой ассортимент фляг и кружек в оплётке из натуральной кожи



Разработка и персонализация изделий из кожи и ткани под заказ

Компания «АКСО» Тел.: 831-71-524-00, info@akso.su, www.akso.su

СКРЕПКАЭКСПО
SKREPKAEXPO

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», павильон 2, зал 11



23 международная специализированная выставка

КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

15-17 марта 2016

Информационная поддержка:

Лидер

Профессионал

GIFT REVIEW

Административный Директор

AUGUSTBORG

Хороший секретарь

Журнал для детей Филиппок

Имидж-Медиа

Журналы для профессионалов

Производственно-технический журнал Полиграфия

KANST.RU

При поддержке:

АПКОР

Крокус Экспо

Московская торгово-промышленная палата

Официальный медиа-партнер:
officefile

Официальный интернет-партнер:
KanzOboz.ru

Официальный информационный партнер:
сегмент

Реклама

Скрепка Экспо Проект
+7 495 648 91 38
Skype: skrepkaexpo
expo@apkor.ru
www.skrepkaexpo.ru

ProMaisonShow

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОДАРКОВ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА
3-6 февраля 2016
Киев, Украина



Организатор:
PARUS ExpoMedia
+38 044 484 68 91, expo@pem.com.ua, www.pem.com.



БРЕНДИРОВАННАЯ
СКРЕТЧ-КАРТА ОТ **200 Р.**



ТОЧКА КАСАНИЯ
ПРОИЗВОДСТВО И ПОСТАВКА
КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ

ЧЕХОЛ ОТ **350 Р.**
АККУМУЛЯТОР ОТ **400 Р.**

ПРОМО-КОД: **GIFTREVIEW**

УЗНАЙ КАК ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНЫЙ ТЕСТОВЫЙ ОБРАЗЕЦ
С ФИРМЕННЫМ СТИЛЕМ ТВОЕЙ КОМПАНИИ!
РАБОТАЕМ ПО ВСЕЙ РОССИИ.

+7 (812) 426-19-78
WWW.T-K.BZ
INFO@T-K.BZ

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО
dpskanc.ru
КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ



Корпоративные подарки

(ничего лишнего)

Рекона Grand

www.rosgifts.ru

МИР КАК СУВЕНИР
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

WWW.MK-SUVENIR.RU

ОПЫТ

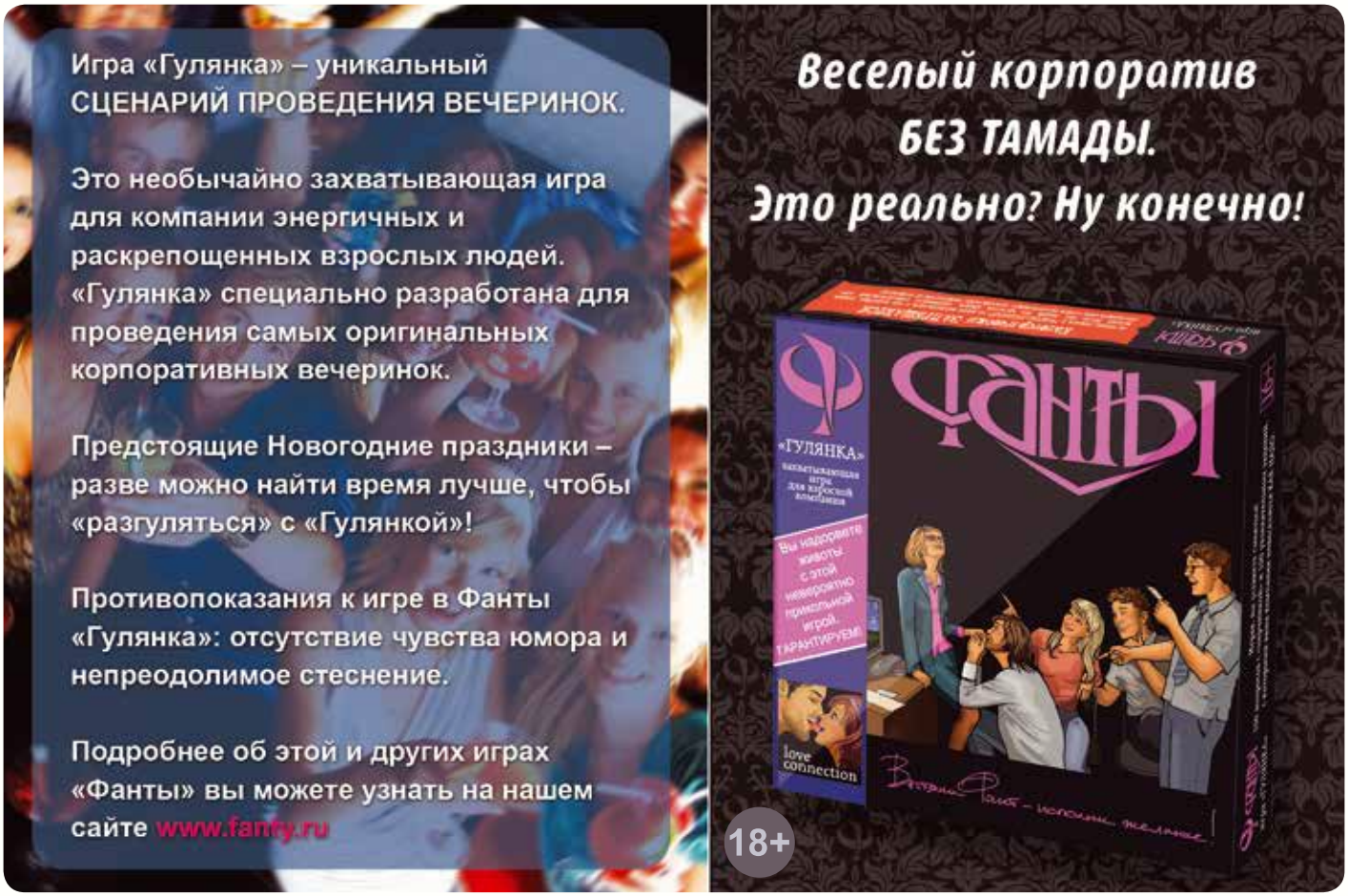
СРОКИ ОТ 1 ДНЯ

СЕРВИС

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО В РОССИИ

ХОРОШЕЕ НАСТРОЕНИЕ

mk.suvenir@gmail.com / mir.kak.suvenir@gmail.com
+7 495 720 13 87 / +7 903 726 65 51
117418, г. Москва, ул. Цюрупы, д. 1А стр.1, офис 7, 2 эт.









БЛОШИНКА

XI РЕТРО-МАРКЕТ

19/12 АНТИКВАРНАЯ СУББОТА
20/12 ВИНТАЖНОЕ ВОСКРЕСЕНЬЕ

фарфор / предметы интерьера
текстиль / живопись / графика
книги / игрушки
винтажная одежда
украшения / ковры
этника

Москва,
Б. Овчинниковский пер.,
24, стр. 4.
Культурный центр
«ДОМ»

Блошинка TIMEAME

HOMI: В НОВЫЙ ГОД - С ЧУВСТВОМ СТИЛЯ И ЭЛЕГАНТНЫМ ДИЗАЙНОМ

Салон интерьерных и подарочных решений итальянской компании Fiera Milano станет одним из первых деловых событий международного масштаба для нашей отрасли в 2016 году.

HOMI – ВЫСТАВКА СТИЛЕЙ ЖИЗНИ
29 ЯНВАРЯ – 1 ФЕВРАЛЯ 2016
FIERA MILANO
МИЛАН, ИТАЛИЯ

Формат мероприятия развивается, чутко реагируя на потребности рынка и бизнеса. Этот выпуск выставки снова не обойдется без новшеств, но, как и всегда, станет центром притяжения наиболее интересных дизайнов, концепций товаров для дома и персональных подарков. Тематические секции выставки – Living Habits, Home Wellness, Fragrances & Personal Care, Fashion & Jewels, Gift & events, Garden & Outdoor, Kid Style, Home Textiles, Hobby & Work.

Также на HOMI есть зоны, которые диктуют моду и задают тренды, позволяя глубже проникнуться идеями и лучше прочувствовать суть экспозиции. В первую очередь, речь идет о разделах Creazioni, Creazioni Designer и HOMI Sperimenta. Большинство их участников – мастера хэндмейда и авторы дизайнов, многие – представители малого бизнеса. Все они – создатели, их инновации, технологии и материалы объединяют современный дизайн и традиции.

Формат HOMISPHERE также состоится в январе. Эта концепция предлагает взглянуть на новые явления в ресторанном, гостиничном и контрактном бизнесе. Запланирована и экспозиция HOMI OUTDOOR. Этот проект сфокусируется на дизайне уличного пространства.

HOMI WELLNESS продолжит знакомить с новинками индустрии красоты и здоровья, а HOMI KID STYLE в расширенном формате предложит большее разнообразие товаров для детей.

В январской экспозиции HOMI также будут предложения в сегменте рождественского и новогоднего декора. А новая версия La Dolce vita предложит экскурс в бижутерию 70-х: будут продемонстрированы достижения и лучшие экземпляры итальянской ювелирной отрасли этого периода.

Разумеется, деловая программа HOMI будет не менее насыщенной, чем прежде. Различные семинары и мастер-классы для ритейлеров, дизайнеров, архитекторов, производителей и других специалистов будут проходить все дни выставки.



Фото: Fiera Milano S.p.A.

creostudios.it

Реклама

HOMI

29 ЯНВАРЯ - 1 ФЕВРАЛЯ 2016



ВЫСТАВКА СТИЛЕЙ ЖИЗНИ

FIERA MILANO

HOMIMILANO.COM

СОВЕТЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПОСЕТИТЕЛЯМ CHRISTMASWORLD

В самый разгар зимы Франкфурт-на-Майне перенесет бизнес-сообщество в зимнюю сказку на год вперед. Выставка новогоднего декора и подарков Christmasworld, как всегда, предложит заблаговременно начать подготовку к самому важному для потребительского рынка сезону. Ева Ольбрих, директор Christmasworld, дает несколько советов для российских байеров, которые уже внесли это мероприятие в свой календарь или же только рассматривают такую возможность.

GIFT Review: Что будет особенно интересно на Christmasworld 2016 российским посетителям?

Ева Ольбрих: В первую очередь, я хочу отметить, что байеры из России – существенная часть иностранных посетителей выставки. Порядка 640 российских гостей в прошлом году, и этот показатель – на 11-м месте в списке 106 стран-посетителей. И хотя сейчас число российских представителей, возможно, сократится в силу экономических и политических причин, раньше мы из года в год наблюдали уверенную положительную динамику. Прежде всего, фокус выставки – на товарах для Рождества и Адвента. Разумеется, это актуально и для российских байеров. Они увидят обширные коллекции поставщиков во Франкфурте – от высококачественных елочных украшений до рождественских аксессуаров и календарей Адвента. Здесь будет представлено все разнообразие сезонного декора и подарков, в том числе весенней, пасхальной, и осенней тематики. Конечно, будет много праздничной атрибутики, включая текстиль и предметы интерьера.



Ева Ольбрих

В равной степени для всех байеров, и российские – не исключение, будут интересны экспозиции оформления витрин и освещения. Все эти шикарные огни, дерзкие гирлянды и веселые фонарики создают атмосферу. Если умело использовать возможности декоративного освещения в магазине, можно сделать из этого существенное конкурентное преимущество, потребитель почувствует разницу с онлайн-магазинами. Те, кто ищет идеи для оформления торгового или уличного пространства, также найдут немало подходящих концепций и потенциальных деловых партнеров на Christmasworld. Вся экспозиция может быть наглядным пособием для создания собственных уникальных витрин, торговых пространств, уличного декора в дни праздничного ажиотажа.

GR: Посоветуйте, с чего начать посещение выставки?

Е.О.: Есть один совет, который я могу адресовать вообще всем специалистам, которые собираются на Christmasworld. Вам непременно нужно начинать свой визит с посещения Тренд Шоу в Галерее 1. Почему? Потому что именно там можно увидеть квинтэссенцию новинок и бестселлеров, ультрамодных идей и инновационных дизайнерских решений на сезон 2016/17. Это идеальный источник настроения и вдохновения для формирования удачных заказов. Вся продукция в трендовых инсталляциях снабжена информацией о производителе и стенде, где ее можно найти. После этого рекомендую осмотреться в экспозиции 2Dezign, где будет представлена экологичная стилистика для оформления магазинов, крупноформатных объектов и общественного пространства.



GR: Далее для разных категорий посетителей, наверняка, будут разные маршруты?..

Е.О.: Да, если стартовые точки для всех представляют равный интерес, то далее представители садовых центров и DIY-супермаркетов, пожалуй, могут направиться в павильоны 8 и 9, тогда как представители FMCG-ритейла продуктивно проведут время в залах 9.0, 9.1 и 11.0. Если речь идет о специалистах по мерчендайзингу, оформи-

телях, то их маршрут ведет непременно в павильон 11.0. Свой подробный план визита можно разработать, пользуясь онлайн-каталогом экспонентов. Уже сейчас можно заняться планированием и изучить список производителей и товаров, отметить обязательные к посещению стенды, чтобы провести время на Christmasworld с максимальной эффективностью.

GR: На вашей выставке по традиции обширная деловая программа. Какие мероприятия могут быть актуальны для российских участников?

E.O.: Чем бы вы ни занимались, будьте уверены, что стоит выделить время на лекции тренд-бюро bora.herke.palmisano. Эксперты будут ежедневно проводить обзоры тенденций и разъяснять детали экспозиции Тренд Шоу. Семинары и лекции начинаются в 11.00, 12.00, 13.00 и 15.00 все дни выставки с 29 января по 1 февраля. На информационной стойке в Галерее 1 все желающие смогут бесплатно взять экземпляр буклета с подробными материалами о трендах, модных форматах и образах.

Рекомендую также обратить внимание на программу выступлений экспертов Christmasworld Forum. Там прозвучат полезные советы практиков, профессионалы поделятся своим опытом привлечения покупателей и стимулирования покупок. Все лекции будут вестись с переводом на английский язык. Кроме того, в фойе 11-го павильона будет организована зона Decoration Stars, где пройдут презентации самых востребованных концепций и лучших дизайнов.

GR: А какими инновационными решениями можно будет воспользоваться на Christmasworld 2016?

E.O.: В огромном пространстве 2Dezign все представленные товары, даже растения и цветы, будут информационно интерактивными, можно будет сразу перейти к оформлению заявок на поставки этих товаров напрямую от производителей в соседней Галерее 0. Это совершенно новая возможность, которая особенно актуальна для российского рынка, где цветочный декор используется очень активно. Сейчас флористика тесно вплетена в праздничный декор, даже в новогодний и рождественский. Поэтому мы проведем презентацию новой товарной зоны – Floradecora – для следующего выпуска, Christmasworld 2017.

GR: Какую динамику рынка вы ожидаете в будущем году?

E.O.: Конечно, мы не можем делать никаких прогнозов касательно экономической ситуации, равно как и относительно планов наших посетителей по заказам. Но при любых обстоятельствах я абсолютно уверена в том, что Christmasworld будет превосходной базой для получения новых контактов, вдохновения и, разумеется, заказов. Мы позволяем встретиться спросу и предложению на международном уровне и, к слову, делаем это на рынке, который существует независимо от кризисов. Наша главная задача – продемонстрировать рынку вектор для успешного движения вперед, дать шанс бизнесу совершить очередной прорыв. GR

christmasworld

Seasonal Decoration at its best
29.1 – 2.2.2016
Франкфурт-на-Майне, Германия

Ваше место в первом ряду!

Оставайтесь на шаг впереди конкурентов: ознакомьтесь с актуальными тенденциями и ведущими производителями Вашей отрасли на международной площадке. Начните еще один успешный год с ведущей мировой выставки сезонных и праздничных украшений. Здесь будет представлено все лучшее, что только может предложить Вам отрасль.

Заказать билеты сейчас:
www.christmasworld.messefrankfurt.com

info@russia.messefrankfurt.com
Тел. +7 (495) 649-87-75



messe frankfurt

Реклама

ПРОГРАММА МАКСИМУМ НА СЕРЕДИНУ ФЕВРАЛЯ: AMBIENTE 2016

В феврале 2016 года Франкфурт-на-Майне снова станет центром закупок потребительских товаров: 12-16 февраля пройдет международная выставка Ambiente.

Традиционно выставка разделена на три секции: Dining (товары для кухни и сервировки стола), Living (товары для дома) и Giving (подарки и сувениры). Залы 1–6 в восточной части выставочного центра отведены под секцию Dining, а Living и Giving займут западную часть. Таким образом, на Ambiente будет представлен весь спектр потребительских товаров: предметы для сервировки, кухонные принадлежности, товары для дома, подарки и сувениры, аксессуары и предметы для дома. Новая секция в разделе Giving – Accessories & Jewellery («Аксессуары и украшения») – в зале 9.2 представит разные группы товаров: ювелирные украшения, часы, изделия из кожи, чемоданы и товары для красоты и здоровья.

Напомним цифры прошлого сезона. В 2015 году в Ambiente участвовали 4814 экспонентов, приехавших во Франкфурт-на-Майне из 95 стран. В течение пяти дней они демонстрировали свои товары и инновационные решения на 328 400 квадратных метрах выставочного пространства. Россию представляли шесть компаний. А по числу посетителей наша страна заняла 17-е место: из 135 000 человек (152 страны) – 1419 россиян. 53% посетителей-специалистов прибыло на выставку из-за пределов Германии – и это был новый рекорд выставки. В десятку стран-лидеров по количеству байеров вошли Италия, Франция, Нидерланды, Великобритания, Испания, США, Швейцария, Китай, Турция и Польша. За 5 месяцев до открытия Ambiente 2016 на выставку уже зарегистрировались 10 российских компаний.

BENVENUTO!

Италия станет пятой страной-партнером Ambiente. Ранее в этом качестве выступили Дания, Франция, Япония и США. «Я очень рад, что Италия является партнером приближающейся выставки Ambiente. В этой стране живут авторы выдающихся дизайнерских решений – и некоторые из этих решений мы хотим продемонстрировать на предстоящей выставке», – отметил Штефан Курцавски, старший вице-президент Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Частью программы страны-партнера станет масштабная демонстрация избранных образцов итальянского дизайна. Организацией и оформлением экспозиции займется знаменитый миланский дизайнер Паола Навоне.

НОВИНКА: ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ЭКСПОЗИЦИИ ETHICAL STYLE

Потребители во всем мире стали уделять больше внимания экологически безопасным товарам. С путеводителем по экспозиции Ethical Style заинтересованные посетители смогут легко сориентироваться в большом количестве брендов и компаний. Предусмотрено несколько







категорий: экологичные материалы, этичное и социально ответственное производство, дизайн, основанный на вторичной переработке или повторном использовании, ручное производство и т.д. Стенды экспонентов, чья деятельность отвечает этическим и/или экологическим требованиям, легко найти по отметкам в путеводителе и на самих стендах.

ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПОИСКА ПОСТАВЩИКОВ СО ВСЕГО МИРА

Ambiente – одно из крупнейших мероприятий для оптовых поставщиков за пределами Китая. В 2015 году товары для экспорта представили компании из Индии, Гонконга, Таиланда, Тайваня и др. Участники из Индонезии, Малайзии, Марокко, Перу и Вьетнама организовали совместные стенды. Посещение экспозиций Passage – зон со стендами оптовых поставщиков – это возможность найти нужного контрагента и сделать заказ непосредственно у производителя. В этом сегменте представлен широкий ассортимент продукции: от изделий промышленного производства до товаров народного промысла, выпускаемых в больших объемах.

НАСЫЩЕННАЯ ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

Ambiente 2016 расскажет о главных тенденциях на рынке товаров для кухни и сервировки стола, товаров для дома и подарков. В ходе специального показа будут продемонстрированы четыре модели развития отрасли по версии авторитетного тренд-бюро bora.herke.palmisano.

Программы поддержки молодых дизайнеров Talents и Next позволят им сделать шаг вверх по карьерной лестнице. Перспективные молодые люди, работающие в сфере дизайна продукции и мебели, представят свои проекты и прототипы.

Специальная экспозиция Solutions призвана выделить наиболее удачные идеи. Ее организатор, известный дизайнер Себастиан Бергне расскажет о самых интересных творческих решениях экспонентов Ambiente, сосредоточившись в основном на товарах для сервировки, кухонных принадлежностях и товарах для дома.

В рамках Ambiente 2016 также запланированы церемонии вручения нескольких известных премий. Товары, в которых эстетические качества идеально сочетаются с функциональностью, будут отмечены премией Design Plus и станут частью отдельной экспозиции. В первый день выставки будет вручена Немецкая премия в области дизайна (German Design Award). Товары, отмеченные этой наградой, посетители также смогут увидеть в специальной экспозиции. Кроме того, на выставке состоится вручение премии Kitchen Innovation («Инновации в сфере товаров для кухни») и антинаграды Plagiarius за копирование чужих товаров.

Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH

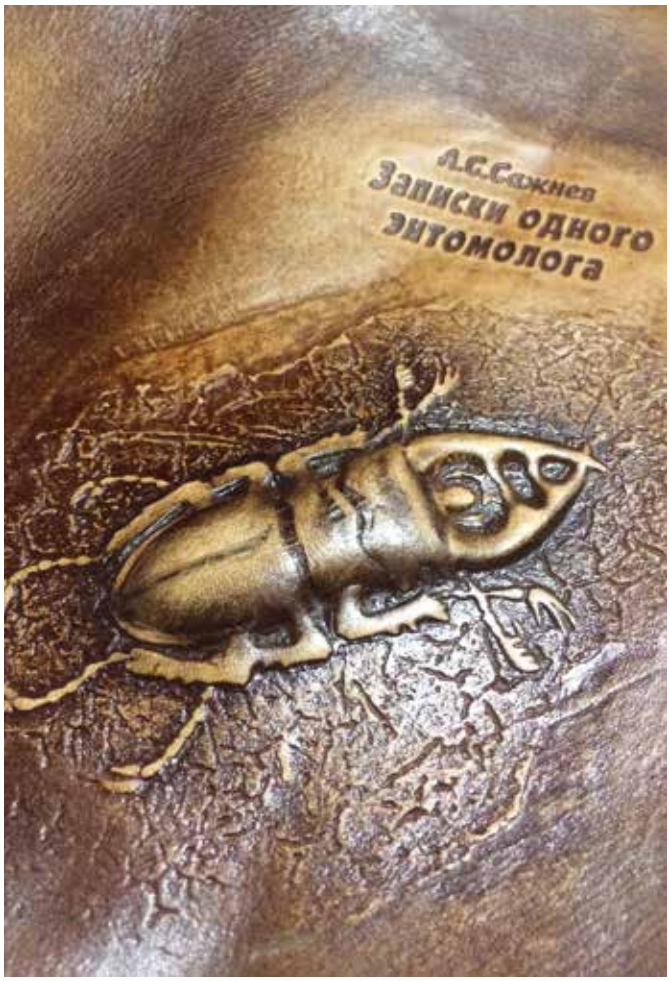
«БЕЛЫЙ ЯСЕНЬ»: В НАШЕ БУРНОЕ ВРЕМЯ НУЖНА ГИБКОСТЬ

Хорошо известно, что нестабильность на рынке одних угнетает, а других – подстегивает. Последний типаж для GIFT Review всегда был интереснее. Именно такие компании в любое время делают проекты, достойные внимания. Дмитрий Лачугин, руководитель творческой мастерской «Белый ясень», рассказал о ситуации на рынке сувениров ручной работы и, как всегда, удивил оригинальными проектами.

GIFT Review: Какими заказами или проектами вам запомнится 2015-й?

Дмитрий Лачугин: В первую очередь, этот год нам запомнится работой над собственными проектами, не связанными с заказами. Мы углубились в тему объёмного тиснения. До этого в ассортименте фирмы были большие кожаные панно, разработанные довольно давно, и наши знаменитые «носы» в разных вариантах. Из них функциональными оказались только подставки под очки и настенные ключницы. В этом году мы сделали эту технику применимой для галантерейных изделий. Не сказать чтобы мы в этом абсолютные пионеры. Многие, наверное, видели сумки с выпирающими на фасаде пистолетами, очками или ножницами. Но нам захотелось, чтобы обложки, кошельки, блокноты, сумки несли больше эмоциональной составляющей. Поэтому на наших изделиях изображены не предметы быта, а животные или жанровые сцены. Начали со льва на паспортной обложке, потом появился жук-олень – очень рельефный и объёмный, с тонкими проработками. Дальше вышли обложки по мотивам сериала «Игра престолов» (на это сподвигли многочисленные поклонники). И вот уже подобных работ достаточно много: слон, панда, орёл, два льва, волк и дракон на обложках, два жука на сумках и кошельках, на кошельках же волк и зубастая щука, жираф и символ 2016 года – обезьяна на наших классических, «диких», блокнотах. Все изображения слеплены или выгравированы вручную. Никакой 3D графики. Мы так углубились в эту технику, что попутно внедрили несколько ноу-хау и в производство крупных изделий. В связи с чем наши панно в 2016 году будут стоить дешевле. Ассортимент их, кстати, тоже пополнится. Будут рыбы, будут птицы. Начнём с наших родных – промысловых.







GR: Какие сложности удалось преодолеть или, напротив, принять вашему бизнесу в этом году?

Д.Л.: Сложностей было много. Не хотелось бы уделять этому много времени и места в вашем прекрасном журнале. Мы оптимисты и уже спустя месяц-два даже большие трудности вспоминаем с улыбкой. Наверное, самым невероятным приключением для нас стал разгул стихии в июле месяце. Над зданием, в котором было расположено производство, решили ремонтировать крышу. Нас почему-то не предупредили. Все работы по снятию старой кровли и завозу материалов велись с другой стороны. Так что ливень начался у нас внутри совершенно неожиданно. Неделю мы боролись со стихией, а потом и с её последствиями. К счастью, ни материалы, ни оборудование серьёзно не пострадали. На новом месте с новым энтузиазмом работа продолжается. Эта история, наверное, запомнится всем ее участникам надолго. Но уже сейчас воспринимается именно как приключение, с улыбкой.

GR: На фоне всеобщего интереса к товарам отечественного производства ощутили ли вы рост спроса к вашей продукции ручной работы?

Д.Л.: Интерес к изделиям ручной работы есть всегда. Растёт ли интерес к продукции отечественного производства, нам судить трудно. Кажется, наши сограждане делятся на тех, кто действительно интересуется, и тех, кто отвергает саму возможность производства чего-то стоящего у нас. Не раз было такое, что приезжают люди откуда-то, что-то привозят и говорят: «Там-то люди вон что делают! А вы тут что?!...» и строят пренебрежительную гримасу. При этом показывают в 9 случаях из 10 наши изделия! На них разве что не написано «Белый ясень». Кстати, в 2016 году мы это упущение устраним. На всех изделиях будет клеймо. Ну, а те, кто верит в популярность российского handmade, не стесняются нас подделывать или выдавать наши работы за свои. Таких достаточно на «Ярмарке мастеров», да и на других ресурсах. Наиболее понравившиеся «пародии» мы публикуем на нашей страничке ВКонтакте рядом с исходным изображением.

GR: Как для вас складывается нынешний новогодний сезон?

Д.Л.: Скажу так – странно. Очень много заказов и покупок персональных, штучных, розничных и совсем немного корпоративных. В этом направлении всё как обычно. Люди звонят, пишут, расспрашивают, прицениваются, но с решением о заказе не спешат. Говорят, что очень трудно согласовываются бюджеты и т.п. Возможно, всё у них согласуется к середине декабря, но мы тогда уже сможем помочь не всем...

GR: Чем корпоративные заказчики сегодня особенно интересуются к Новому году?

Д.Л.: В этом году каких-то особенных заказов не было. В основном заказчик отталкивается от того, что видит в нашем постоянном ассортименте. Возможно, в этом есть и наша вина. Переделав сайт в интернет-магазин, мы оставили там только то, что у нас есть по складской программе. Всю историю заказов, разработок, мероприятий удалили. Что поделать, такой формат. Люди видят наш потенциал в усечённом варианте. К следующему сезону мы обязательно это исправим. Уже готова промостраничка для корпоративного заказчика. Скоро запустим.





GR: А какой новогодний заказ вам больше всего запомнился?

Д.Л.: Как-то одна аптечная сеть для своих сотрудников заказала обложки «паспорт хорошего человека». Представляете, огромный коллектив, и все хорошие люди. И руководство к ним так относится. С разрешения заказчика мы оставили этот дизайн в нашем постоянном ассортименте. И он популярен.

GR: Какой ассортимент вы готовите для розницы к следующим пиковым периодам – 23 февраля и 8 марта?

Д.Л.: К 23 февраля мы готовим небольшую серию с изображением русских былинных богатырей. Немного стилизованные поясные портреты васнецовских Ильи Муромца, Алёши Поповича и Добрыни Никитича уже готовы в моделях и скоро украсят новые обложки. Это действительно ювелирная работа, и сейчас мы трудимся над подбором материала для того, чтобы и черты лица, и колечки кольчуги – всё отобразилось на коже максимально чётко. Кожа ведь материал пластичный и живой, не серебро с бронзой.

А к 8 марта мы готовим сюрприз – принципиально новую декоративную технику. Фасады дамских кошельков будут украшать наборные торцевые спилы кожи. Видели наборные ручки охотничьих ножей из кожи? Так вот, это будет ещё интереснее. Из нешироких кожаных лент с помощью хорошего клея собирается изображение. Получается толстый кирпичик с красивой комбинацией линий на торце. А потом этот блок распускается вдоль на листы. Выглядит очень эффектно. Пробные образцы уже тестируем – таскаем в карманах и всячески нещадно эксплуатируем. Красота красотой, но нужно быть уверенными, что и с функциональностью всё будет в порядке. Так что, девушки, встречайте новый продукт. Такого не делает никто!

GR: А будут ли новинки в бизнес-формате к этим датам?

Д.Л.: Бизнес-формат достаточно статичен. В нём трудно сотворить что-либо принципиально новое. Но новинки будут. Хотелось бы выделить одну. Сейчас согласовываем пилотные образцы обложки «Ежедневника человека третьего тысячелетия» с автором этой замечательной книги. Это ежедневник, в основе которого лежит авторская система тайм-менеджмента, насыщенный мотивирующими цитатами и очень приятный в повседневном использовании. Надеемся, он придётся по вкусу публике именно в нашей, кожаной обложке.

GR: Какой вектор развития вы наметили для своей компании на 2016-й?

Д.Л.: В 2016 будет много нового и хорошо забытого старого. Постараемся обойтись без революций и сосредоточиться на эволюционном развитии уже начатого и давно намеченного. Однако зарекаться не будем. Наше бурное время подразумевает некую гибкость. Вектор может сместиться. Но то, что он будет направлен на развитие, это точно. GR





Белый Ясень

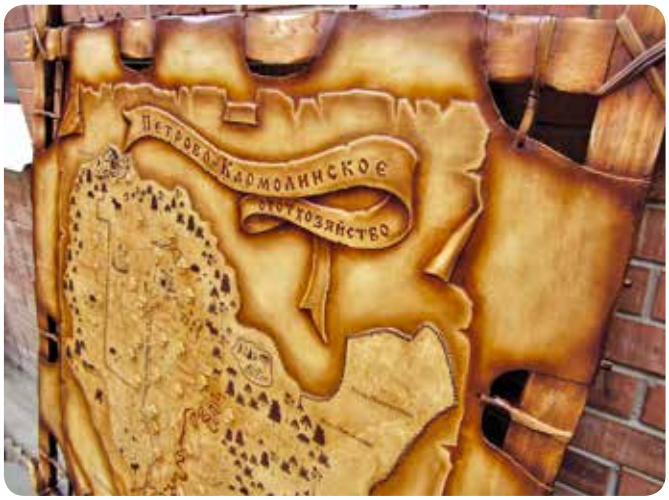
творческая мастерская











Тел.: +7 (8482) 63-75-16. E-mail: belyas@belyas.ru
Группа ВКонтакте: http://vk.com/belyas. Web: www.belyas.ru

Реклама

ЯРКИЙ ДЕКОР И УМНЫЙ ПОРЯДОК

Компания FineDesign Group подготовила обзор двух новых интересных брендов, недавно появившихся на рынке подарков в России.

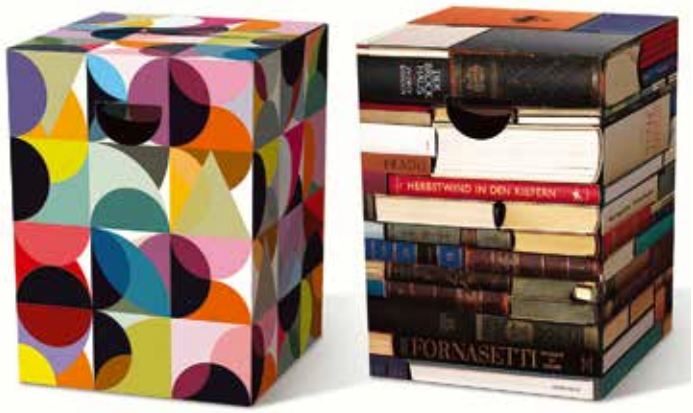
REMEMBER® – мы вносим в мир яркие краски!

Немецкая компания, начавшая свою деятельность в 1996 году, взяла за основу дизайна продукции четкие геометрические формы и яркие цвета. С момента основания REMEMBER® неуклонно растет, создавая все больше уникальных дизайнов для подарков: «Мы трансформируем привычные вещи во что-то новое, и, как результат, создаются интересные категории с собственным характером». Игры, картонные табуретки, фарфор, аксессуары для кухни, декор в исполнении REMEMBER® становятся акцентом в интерьере, на кухне или на рабочем столе. За 10 лет бренд получил множество престижных наград в области дизайна, в настоящее время представлен в 29 странах. REMEMBER® можно встретить в магазинах подарков, дизайн-галереях, универмагах, книжных магазинах, магазинах для путешественников и домохозяек. Кроме того, бренд представлен в музее дизайна МОМА в Нью-Йорке. В 2012 году в самом сердце уютного города Бремен был открыт первый монобрендовый магазин REMEMBER®, в 2013 году второй магазин в Крефельде, а в 2014 бутик в аэропорту Дюссельдорфа. Теперь этот яркий бренд появился и в России.



Хитами REMEMBER® стали:

1. **Табуреты из плотного картона, с яркими стильными дизайнами и выдерживающие вес до 200 кг.**
2. **Фарфоровая серия. Каждый предмет упакован в изящную подарочную упаковку и может служить самостоятельным подарком.**





3. **Журналы для любителей путешествий: обложка из натуральной кожи, множество отделений для хранения памятных предметов из поездок. В этом году серия дополнена журналами для хранения кулинарных рецептов.**







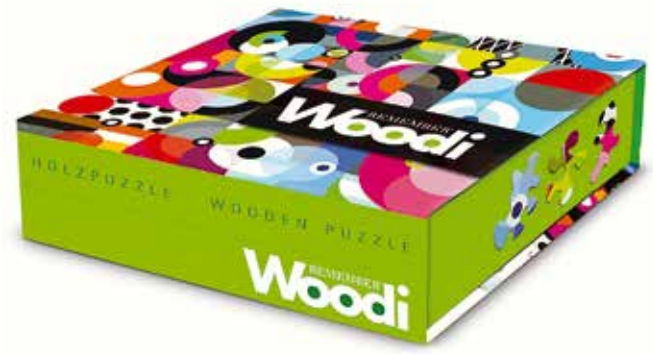
4. **Кухонные аксессуары – сервировочные доски, коврики, полотенца со стильным принтом или фартуки – подарки для тех, кто проводит много времени на кухне.**







5. **Игры и пазлы.**



6. **Водонепроницаемые косметички, материал которых не пропускает влагу, дизайн – выше всяких похвал.**



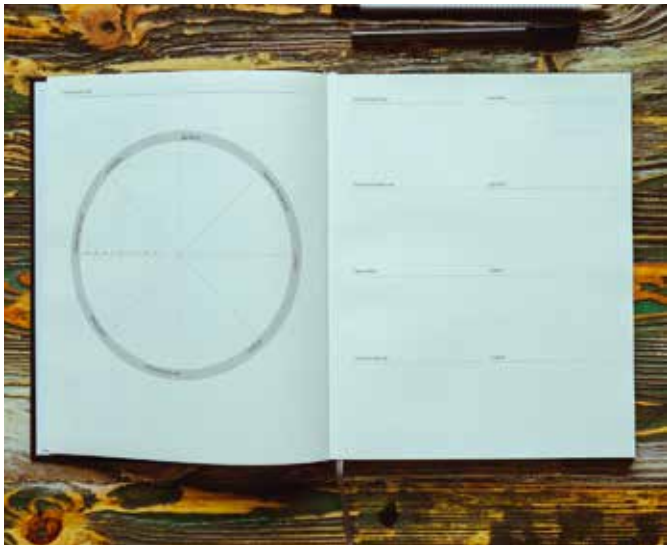
My Planner

Идея рождения этого ежедневника появилась после того, как в компании FineDesign не смогли найти подходящего варианта для самих себя. Команда разделилась на тех, кто предпочитает современные гаджеты и приложения, и тех, кто до сих пор использует бумажные версии, но не может найти идеальной.

«Моими критериями при выборе являлись: размер – для удобного использования мне нужен размах, структурированная начинка – как правило, когда много дел, одна сплошная страница превращается в текст, где трудно разобраться, ну и конечно, дизайн – чтобы в руках его было приятно держать, – рассказывает Александра Хлопушина, директор FineDesign. – К этим минимальным критериям мы решили добавить немного философии – колесо жизни, помогающее отследить, живем ли мы в гармонии с миром, место для записи размышлений, вдохновляющие цитаты».

В деловой части ежедневника есть четкая структура для записей: что сделать срочно, что делегировать, что можно отложить, в чем фокус этой недели, месяца. Обложка soft touch, шрифты современные – в общем и целом получился претендент на звание лучшего продукта в своей категории. Заказчиками My Planner уже стали: книжные магазины, магазины подарков и, конечно же, агентства, занимающиеся корпоративными подарками. Ежедневник может быть произведен в любом цвете, а также кастомизирован по желанию заказчика.





ОПТОВЫМ КЛИЕНТАМ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ СКИДКА
НА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ ПО КОДОВОМУ СЛОВУ «GIFT REVIEW» 10%





Компания FineDesign Group
+7 (495) 641-59-60 – Москва, 8 (800) 555-62-07 – для регионов (звонок по России бесплатный)
info@finedesigngroup.ru www.finedesigngroup.ru

17-я международная специализированная выставка

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

1–3 МАРТА

ВЕСНА **2016**

Москва, **«Крокус Экспо»**



ВСЁ, ЧТО ДОМА ПРИГОДИТСЯ

СТОЛОВАЯ ПОСУДА, КУХНЯ

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

БЫТОВАЯ ХИМИЯ

СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ

Реклама

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

115088, Россия, Москва, ул. Южнопортовая, д. 7. Тел.: +7 (495) 363-50-32/33. **www.hhexpo.ru**

5 ИДЕЙ ОТ «СЕВЕРНОЙ ЧЕРНИ»

Одно из крупнейших предприятий, сохраняющее уникальный народно-художественный промысел чернения по серебру, по просьбе GIFT Review подготовило вариации на тему мужских и женских подарков. Уже актуальная тема для тех, кто предпочитает не откладывать сложный вопрос февральских и мартовских презентов на последний момент. Основа многотысячного ассортимента «Северной черни» – это серебряная посуда и предметы сервировки, ювелирные украшения, религиозная символика, оригинальные сувениры. Ориентироваться в таком разнообразии нелегко, поэтому в обзоре решено было подчеркнуть соотношение конкретных позиций с гендерными праздниками.

УКРАШЕНИЕ СТОЛА

Набор столовых приборов «Купеческий»
Подарок для главы семьи, основателя рода. Классическое решение по стилю и декору, сочетание рельефной поверхности с гладкими элементами, характерные для этого набора столового серебра, придают ему статус фамильных ценностей, не подвластных времени.



Набор столовых приборов «Астра» классический
Золотые блики осеннего солнца на нежных цветах, прощальный привет уходящего лета – в элегантной, очень женственной коллекции столового серебра с чернью и позолотой. Коллекция включает не только столовые приборы, но и разнообразную посуду и предметы сервировки.



ИЗЫСКАННЫЙ АКСЕССУАР

Гарнитур «Снежинка» – новинка 2014 года, которая сразу завоевала огромную популярность: нарядные серьги, великолепное кольцо и роскошное ажурное колье в виде нежных серебряных снежинок предназначены для особенных случаев.





В образ сильного и успешного мужчины внесут стильный акцент элегантные аксессуары. Этот мужской гарнитур привлекает оригинальными деталями из полированного серебра и выразительным черневым орнаментом, расположенным в треугольных элементах, символизирующих творческую энергию и стремление к достижению поставленных целей.

СТАТУС И УТОНЧЕННОСТЬ

Стильные аксессуары делового человека: серебряная визитница с изящным черневым орнаментом для аккуратного хранения визитных карточек, блокнот и ежедневник в обложках из натуральной кожи, украшенные серебряными накладками с художественной черневой гравюрой, серебряные лупа и нож для бумаг с прорезным орнаментом — дополнят образ успешного мужчины.





А эти подарки являются символом истинной женственности. Приятно взять в руку зеркало в изящной серебряной раме и, улыбаясь своему отражению, провести по волосам серебряной расческой с волшебным узором, открыть изящную туалетную коробочку с любимыми украшениями и почувствовать себя настоящей королевой...

ЧАЙ, КОФЕ...

Многие мужчины предпочитают пить чай из стеклянных или хрустальных стаканов. И это понятно: игра света в прозрачном стекле делает цвет этого напитка особенно благородным, а вкус воспринимается наиболее полно и ярко. Серебряный подстаканник с черневым орнаментом и позолотой, хрустальный стакан с алмазной гравировкой и изящная серебряная ложка в оригинальном подарочном футляре. Каждое изделие можно приобрести по отдельности.



Новое направление в ассортименте ЗАО «Северная чернь» – сочетание элитного фарфора и благородного серебра. Специально для прекрасных дам разработаны изящная фарфоровая кофейная чашечка в серебряном подчашечнике с нежным черневым декором и чайная ложка с золотой разгравировкой из коллекции «Астра».



ДЛЯ ЭСТЕТОВ И ГУРМАНОВ

Серебряный кофейно-ликерный набор включает в себя кофейную чашку с блюдцем и ликерную стопку необычной формы. Контрастный черневой рисунок и выборочная ручная полировка притягивают взгляд, настраивая на созерцание.



Изящная чашечка ароматного кофе и капля коньяка в благородной серебряной посуде позволит женщине ощутить свою силу и изысканность одновременно. В комплект коньячного набора входят кофейная чашка, рюмка для коньяка, поднос.



Материал подготовлен ЗАО «Северная чернь»

Получить полную информацию об изделиях ЗАО «Северная чернь», а также сделать заказ можно на официальном сайте: www.sevchern.ru

Подарки ручной работы

из серебра с уникальным черневым декором



Столовое серебро

Сувениры

Украшения

Тематические изделия

Закрытое акционерное общество
"Великоустюгский 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

Реклама

КОГДА КНИГА – ЛУЧШИЙ ПОДАРОК...

Вканун новогоднего сезона компания Darito.ru провела собственное исследование в десяти городах России. В среднем было опрошено по 800 человек в возрасте 18-65 лет. В результате выявлено, что только 16% респондентов намерены дарить родным и друзьям на Новый год книги. Эти в некотором роде печальные цифры свидетельствуют о том, насколько мал процент тех, кто видит в книгах интересный и необычный презент. С другой стороны, этот показатель можно трактовать и так: в наше время книга перешла в разряд редких и оригинальных подарков. Отчасти в этом «виноват» прогресс, отчасти – недостаток грамотного маркетинга в нише. Опыт компании Darito.ru показывает, что в представлениях конечного потребителя сформировалось три самых серьезных заблуждения.

ОШИБКА № 1
В КНИГАХ НЕ ВИДЯТ ДОСТОЙНЫЙ ПОДАРОК

Сегодня рынок предлагает огромное количество изданий классики или признанных бестселлеров в различных вариациях и ценовых категориях. Практически всегда можно найти экземпляр интересной книги в шикарном кожаном переплете, с титульным листом, на котором изящно выполнено персональное обращение или праздничное поздравление. В век высоких технологий нанесения и переплетного дела книга снова становится статусным и ценным подарком. Этот вариант актуален по самым значительным поводам и для VIP-персон. К примеру, томик в кожаном переплете дает юбиляру возможность почувствовать себя эстетом. Подарочное издание может стать своеобразным комплиментом человеку, намеком на его тонкий вкус и интеллигентность.

ОШИБКА № 2
БУМАЖНЫЕ КНИГИ УСТАРЕЛИ

Предпочитая разные электронные гаджеты живой книге, современный человек теряет очень многое. Он лишает себя удовольствия обладания реальным воплощением мудрости и кладези знаний. Впрочем, держать в руках настоящую книгу и ощущать ее запах, слышать шелест страниц – в этом теперь особая прелесть даже для заядлых последователей технического прогресса. Так книга становится скорее предметом для души, настроения. Листать книгу превращается в ритуал и нечто большее, чем просто чтение. Конечно, настоящая ценность книги выражена не в физической форме, а в ее духовной ценности. Но книга, которая и после прочтения физически остается с человеком, остается с ним и в душе. И, к слову, хорошая книга со временем только растет в цене, в то время как гаджеты – лишь теряют.

ОШИБКА № 3
МНОГИЕ ЗАБЫВАЮТ О ТОМ, ЧТО КНИГА – ЭТО СТАТУС

Все то, что окружает человека, будь то дизайнерская одежда, ювелирные украшения или другие дорогие вещи, в той или иной степени акцентируют особое внимание на обладателе. Качественные, эксклюзивные предметы подчеркивают достижения человека, его успешность. Книги с этой точки зрения являются идеальным окружением. Книжная полка руководителя может многое сказать о хозяине кабинета его посетителям, произвести нужное впечатление, расположить собеседника и заведомо внушить уважение. Подарочная книга в этом смысле становится существенным вкладом в имидж того, кому дарят достойное дополнение к библиотеке.



За 10 с лишним лет работы на рынке подарочных изданий компания Darito.ru научилась давать клиентам ценные советы, которые помогают в выборе правильного издания для подарка в различных ситуациях. Вот лишь некоторые рекомендации специалистов.

ХОРОШИЙ СОВЕТ № 1

К выбору книги нужно подходить с твердым убеждением, что это действительно ценный подарок. Книга имеет небольшой материальный вес и размер, но при этом обладает огромной смысловой ценностью. Содержание, стиль оформления, характер переплета, а также способ преподнесения подарка выбирается в зависимости от социального статуса юбиляра, его возраста, масштаба праздничного события. Выбор книги в подарок – это выражение собственного отношения к адресату подарка, хорошая возможность «сформулировать» свои чувства.



ХОРОШИЙ СОВЕТ № 2

Хороший подарок – персональный подарок. На разворотах книги любого исполнения, от самого простого до эксклюзивного, можно делать дарственные надписи, которые придают презенту особую, дружественную теплоту и шарм. Это повысит ценность подарка. Как пример удачной персонализации можно привести подарочный набор книг, оформленный в деревянном футляре, на котором расположена медная табличка с личными пожеланиями.



ХОРОШИЙ СОВЕТ № 3

В случае с книгой не просто важно, а крайне важно знать предпочтения адресата подарка, его увлечения и хобби, вкусы и интересы. Это знание – единственно верный путь к удачному выбору идеальной книги для конкретного случая. Наградой за обдуманный выбор будет тот факт, что подаренная книга станет настоящим алмазом в праздничный день среди прочих подарков. И это, несомненно, будет способствовать хорошим отношениям, будь то деловое или неформальное знакомство.

ХОРОШИЙ СОВЕТ № 4

Воспользоваться помощью консультанта, специалиста в подарочных изданиях – эффективный метод. Каждый человек вправе самостоятельно выбирать презент. Но в процессе выбора дорогостоящего или особенного подарка без помощи эксперта в этой области можно упустить важные возможности или запутаться в многообразии, специфике предмета. Есть вещи, которые разумнее переложить на плечи профессионалов, оставив за собой только право окончательного решения.

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ: СПРОС В ОНЛАЙНЕ

По данным международного центра интернет-торговли Allbiz*, с помощью которого b2b компании ищут заказчиков и поставщиков в России и за рубежом, бизнес-сувениры в РФ в 2015 году пользовались наибольшим спросом в I квартале.

Количество онлайн заказов по сравнению с данными остальных месяцев было выше в начале года. Но больше всего запросов предпринимателям поступило в марте – мог сказаться сезонный тренд 8 марта. Во втором квартале спрос упал на 70%, а в третьем остался примерно на том же уровне. Показатели за последний квартал года ожидаемо вырастут – в новогодние праздники предприниматели все так же считают необходимым напоминать о себе партнерам и клиентам. Но прослеживается общая тенденция экономии на подарках и сувенирах.

Больше всего бизнес-сувениров покупали у компаний из Москвы, Санкт-Петербурга и Приморского края. Суммарно на их долю пришлась половина онлайн-заказов. Многие российские регионы пока неактивны в онлайне в принципе либо же заказывают продукцию из областей, не представленных на Allbiz.

Самыми популярными бизнес-сувенирами по итогам первых девяти месяцев 2015 года у пользователей Allbiz стали мини-видеокамеры, часы, брелоки и брендированный шоколад.

**Международный центр интернет-торговли Allbiz: это 22 млн. товаров и услуг от 1,4 млн. компаний из 90 стран, число заказов превышает 15 тысяч в день.*





Единственная платформа в Восточной Европе, специализирующаяся на продвижении бизнеса в сегменте B2B. Компания имеет 15-летний опыт в сфере онлайн-продвижения, в том числе на рынках подарочно-сувенирной продукции во всех странах мира.

Реклама

Kawaii factory.ru

Поставщик ярких подарков и аксессуаров для вашего бизнеса

Кто мы?

С 2006 года мы занимаемся дизайном и производством аксессуаров и подарков. Наша цель - создание нового формата магазинов и ассортимента на рынке подарков и аксессуаров России. К 2015 году мы производим десятки категорий товаров, которыми снабжаем своих розничных и франшизных партнеров по всей России, а также таких игроков как Wildberries и Lamoda. Сейчас работают 36 магазинов по франшизе и 4 собственных в Москве и Санкт-Петербурге.

Для кого мы работаем?

Наша цель - обеспечить совершенно разные розничные форматы яркими и быстрооборачиваемыми товарами. Часто это дополнительные прикассовые категории: туристическое агентство продает наши паспортные обложки для путешествий, магазины цветов размещают стойки с мягкими игрушками или с шоколадом, книжные - канцелярию. Для части товаров мы обеспечиваем партнеру торговое оборудование или прикассовые дисплеи. Отдельное направление бизнеса - корпоративные сувениры и подарки.

Откуда товар?

С самого начала нам было важно не просто перепродавать товар, а добавлять к этому процессу свое содержание. Поэтому большую часть товара мы производим в России по собственным дизайнам или совместно с нашими авторами - молодыми русскоговорящими иллюстраторами, копирайтерами и просто людьми с чувством юмора и вкусом. Другую часть товара мы закупаем в Китае и Таиланде и делаем свою брендированную упаковку. Также мы сотрудничаем с английскими дизайн-студиями подарков, которые импортируем напрямую.

Кто покупатель?

80% - девушки и молодые женщины от 14 до 35 лет из любой точки России. Средний чек около 1000 рублей, средняя наценка партнера 130% от оптовой до рекомендованной розничной цены.

Kawaii - японское понятие, означающее "милое", "симпатичное", "прелестное". Это основная эмоция, которую должен вызвать наш товар.





Десятки категорий.
Собственный дизайн.
Постоянные обновления.
Произведено в России.

Опт и франчайзинг:
Тел.: +7 (916) 430-22-67
partners@kawaiifactory.ru

Скидка 10% на первый заказ!

Реклама

Kawaii factory.ru

Опт и франчайзинг:
Тел.: +7 (916) 430-22-67
partners@kawaiifactory.ru



Кружки
Опт: 150 р.



Шоколад
Опт: 110 р.



Мыло
Опт: 70 р.



Плечики
Опт: 295 р.



Пледы
Опт: от 990 р.



Гирлянды
Опт: 590 р.



Сумки
Опт: от 550 р.



Тарелки
Опт: 350 р.



Флеш-тату
Опт: 90 р.

Реклама


Более
80 дизайнов
рюкзаков.
Опт от 600р.
Весь
каталог:
kawaiifactory.ru
Инстаграм
@kawaiifactory
Мягкие игрушки
Опт: от 330 р.
-10% на ваш
первый заказ!

Реклама

PSI: ТЕНДЕНЦИИ ПРОМОИНДУСТРИИ ИЗ ПЕРВЫХ РУК

В январе 2016 года в Германии пройдет очередной выпуск специализированной выставки, ориентированной на участников рекламного рынка. Экспоненты PSI представят в Дюссельдорфе свои решения для промо и брендирования.

PSI – КРУПНЕЙШАЯ ЕВРОПЕЙСКАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ
13-15 ЯНВАРЯ 2016
DÜSSELDORF EXHIBITION CENTRE
ГЕРМАНИЯ, ДЮССЕЛЬДОРФ

ВСЕ ВНИМАНИЕ НА ТЕКСТИЛЬ

В рейтинге наиболее востребованных позиций для промо – футболки, они названы специалистами номером один в Мадриде и Риме, номером два – в Париже, Лондоне, Берлине и Сиднее. Промотекстиль стал настоящим хитом. Только в Европе 42% людей имеют промофутболки, 16% – промокепки или шапки и еще около 13% – верхнюю одежду с логотипами разных компаний. Таковы данные института рекламы Advertising Specialty Institute (ASI) за 2014 год. В совокупности получается, что текстильные рекламные носители охватывают по меньшей мере 71% потребителей. На таких тенденциях сформирован сегодняшний интерес индустрии к данному виду промопродукции. Именно поэтому на выставке PSI 2016 текстиль будет основой экспозиции.

Экстремальную популярность брендированных футболок отмечают и крупнейшие участники сектора. В James Nicholson и в Textildruckerei Lunzenau подтверждают, что футболки в последний год стали бестселлером. В среднем срок использования промофутболки ее обладателем составляет 6 месяцев, а это означает, что себестоимость такого рекламного сообщения минимальна. И согласно исследованию ASI, 57% респондентов подтвердили, что промофутболка повлияла на их отношение к бренду.

ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ В ЦЕНЕ

Экспоненты PSI отлично знают, что сейчас нужно рынку. «Прежде всего, востребованы товары высокого качества, с которыми легко работать. Индустрии необходимо закрепить новые стандарты качества», – считает Даниэль Лопаки, руководитель отдела маркетинга в James Nicholson. По его словам, их компания в 2016 году сосредоточится на футболках, поло, пуловерах, шарфах и головных уборах, которые легко поддаются брендированию и при этом являются сами по себе стильными предметами гардероба. В то же время менее привычные для индустрии позиции тоже закрепляются в ассортименте. «Особенно хорошо идут модели в модной цветовой гам-



1 ADDRESS. THOUSAND CONTACTS.

PSI

THE LEADING EUROPEAN TRADE SHOW OF
THE PROMOTIONAL PRODUCT INDUSTRY

13th – 15th JANUARY 2016 DUSSELDORF



Reed Exhibitions

www.psi-messe.com



ме и со стильным дизайном», – подтверждает Кай Миндер, управляющий директор Gustav Daiber. В этой компании считают, что клиенты стали смелее заказывать широкую цветовую гамму и больше внимания уделяют дизайну, стилю. Кроме того, выше ценится индивидуальность. «Тренды промоиндустрии меняются. Тиражи сокращаются, уже больше нет таких больших заказов однотипной продукции. Раньше были футболки и водолазки белого и черного цвета, сегодня в нашем ассортименте порядка 20 000 различных позиций. Перед нами сегодня совсем другая картина рынка. Тиражи меньше, но разнообразия больше. Рынок развивается в ногу с изменениями в маркетинге», – объясняет Даниэль Лопаки.

НЕ ТОЛЬКО ТОВАР, НО И ПРОЦЕСС

Кирстен Дрейер, представитель ABER textil+design, отмечает, что заказчики сегодня готовы на смелые решения: «Современные стильные носки – яркие и веселые. ABER textil+design перенес этот тренд на свою промопродукцию, создав креативные линейки носков и тапочек с яркими принтами». Это новое направление в брендированном текстиле уже заслужило внимание публики. На PSI 2016 компания продемонстрирует инновационные технологии для изготовления промотоваров и предложит посетителям стенда лично поучаствовать в создании брендированной продукции с помощью их оборудования.

Стенд бренда Gustav Daiber на PSI также представит не только конечный продукт, но и работу своего термопресса. Сотрудники компании планируют наглядно показать разнообразие возможностей различных видов нанесения.

МИРОВЫЕ БРЕНДЫ И НОВИЧКИ

Посетителям PSI 2016 представится возможность изучить широкий спектр инноваций, трендов и технологий для промотекстиля будущего. В том числе будут представлены новинки от датских компаний Tee Jays и ID®/REXHOLM, скандинавской Nimbus и польской Lynka. Немецкая BD Group продемонстрирует свои разработки в сегменте текстиля для ванной. Fifty Five (Германия), производитель товаров для туризма, выставит на PSI спортивные новинки. Roba & Roba (Хорватия), специализирующаяся на кожаной одежде, футболках и худи, впервые примет участие в выставке в Дюссельдорфе.

БЕЗОПАСНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Тема ответственного подхода к производственным процессам, соответствия стандартам становится приоритетом для всей отрасли. Производство в Азии уже поставлено на достаточно высокий уровень, соблюдаются все необходимые требования. В James Nicholson подчеркивают, насколько качество заботит производителя. Они регулярно проводят проверки на соответствие сертификатам и соблюдение стандартов. В то же время, по словам Кирстен Дрейер, сбои на производственных мощностях в азиатском регионе все еще случаются. Участники PSI говорят о том, что им необходимо восстановить доверие, изменить отношение потребителей к текстильной отрасли в целом. В частности, в связи с этим ABER textil+design производит свои коллекции исключительно в Германии с использованием сертифицированных материалов.

Материал и фото предоставлены пресс-службой выставки PSI
www.psi-messe.com www.psi-network.de

ВСЯ ИНДУСТРИЯ ПРОМОМАТЕРИАЛОВ
И РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ
НА ОДНОЙ ПЛОЩАДКЕ!

IPSA

POWERED BY PSI

РАЗДЕЛ POSM

ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ И УПАКОВКИ GIFTEX

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ:
ПРОМОСУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРКОВ, ТОВАРОВ
И УСЛУГ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И МЕРЧАНДАЙЗИНГА



29-я IPSA ВЕСНА

IT'S PROMO TIME!*

*Время Продвижения!

15-17 МАРТА 2016

**МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО,
ПАВИЛЬОН 2, ЗАЛ 6**

ОРГАНИЗАТОР

Reed Exhibitions®

ООО «Рид Иванте» • РЕКЛАМА

0+

HAPTICA® LIVE'16: ФОРУМ ПРОМОПРОДУКЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО УРОВНЯ

16 марта 2016 года в Бонне пройдет HAPTICA® live – многопрофильное мероприятие для участников проморынка.

HAPTICA® LIVE'16
16 МАРТА 2016
WORLD CONFERENCE CENTER BONN
БОНН, ГЕРМАНИЯ

Организаторы подготовили универсальный микс из презентации продукции и деловой программы. Параллельно с выставочным проектом будут проходить лекции и семинары с участием практиков, состоится вручение премии Promotional Gift Award. Главным образом, это событие предполагает максимум возможностей личного делового общения и налаживания контактов с партнерами и коллегами.

Мероприятие пройдет в этот раз в конференц-центре WCCB в Бонне, где займет больше пространства, чем было прежде в привычном Palladium в Кёльне. Это говорит о том, что посетителям представят больше новинок и разработок. Более того, увеличилось и количество экспонентов – поставщиков промопродукции. По данным на конец октября, организаторы сообщили уже о 120 участниках выставочной зоны, среди которых и лидеры рынка, и нишевые проекты.

HAPTICA® live'16 ориентирована на компании, которые закупают промопродукцию, на маркетологов, сотрудников рекламных агентств и консультантов, а также на дистрибьюторов и поставщиков. Посещение мероприятия бесплатно, по предварительной регистрации на сайте www.haptica-live.de.



Фото: WA Media GmbH

реклама

ДИЗАЙН
РЕКЛАМНАЯ
ПОЛИГРАФИЯ
ИНТЕРНЕТ-
РЕКЛАМА
POS-
МАТЕРИАЛЫ
DIGITAL

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

22 ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ

12–15.04.2016

ЦДХ

МОСКВА

SIGNAGE
ВЫСТАВОЧНЫЕ
СТЕНДЫ
МАТЕРИАЛЫ
И ОБОРУДОВАНИЕ
РЕКЛАМНАЯ
СУВЕНИРНАЯ
ПРОДУКЦИЯ

12+

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

БЕСКОНЕЧНОЕ МНОЖЕСТВО ИДЕЙ НА GIFTS & PREMIUM FAIR

В 2016 году организаторы HKTDC Hong Kong Gifts & Premium Fair рассчитывают снова удивить количеством и качеством экспонентов. Более 4200 международных компаний станут участниками этой масштабной выставки.

HKTDC HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR
27-30 АПРЕЛЯ 2016 ГОДА
ГОНКОНГ
HK CONVENTION & EXHIBITION CENTRE
WWW.HKTDC.COM/EX/HKGIFTSPREMIUMFAIR/42

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ЗОНЫ

Павильон Hall of Fine Designs – это место для брендов, которые демонстрируют свои последние разработки и создают тренды в дизайне.

World of Gift Ideas объединит экспозиции новинок сувенирного рынка и наиболее актуальные товары, заведомо претендующие на звание бестселлеров.

Участники Small-Order Zone, зоны мелкооптовых закупок, предложат ассортимент, доступный для минимальных заказов от 5 до 1000 шт. Не так давно именно этот раздел выставки Hong Kong Gifts & Premium Fair был удостоен награды от Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI, что подтверждает эффективность взаимодействия байеров и поставщиков в таком формате. Каталог товаров, доступных для мелкооптовых заказов, уже опубликован на www.hktdc.com/so.

Также будут представлены традиционные разделы: iAccessories и Tech Gift (гаджеты), Green Gifts (эко), Luxury Gifts (премиальные товары), Avenue of Inspiration (Авеню вдохновения) и Beauty, Health & Wellness (товары для красоты и здоровья).

Выставка, история которой насчитывает более 30 лет, продолжает развиваться, чтобы предоставлять участникам все возможности быть в курсе последних тенденций отрасли и не упустить лучшие идеи и продукты. В 2016 году состоится премьера двух новых разделов: Photographic & Camera Accessories – аксессуары для фото- и видеотехники, Art & DIY Gifts – товары для рукоделия и хобби.



Дополнительное преимущество выставки в том, что она проводится параллельно с международной выставкой печатной и упаковочной продукции Printing & Packaging Fair в выставочном центре AsiaWorld-Expo.







ОТЗЫВЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ HKTDC HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR

Виджей Тальвар, президент Gift & Special Occasions, Sears, США

Мне встретились некоторые интересные бренды и технологии. Европейские компании показались более прогрессивными в инновациях, тогда как азиатские более продуктивными. Эта выставка предоставила возможность найти несколько новых поставщиков и увидеть много подходящей продукции. Перед заключением сделок мне необходимо будет проанализировать всю полученную информацию о ценах, упаковке, поставках. Мы заинтересованы в выстраивании долгосрочных отношений с узким кругом избранных партнеров. Это действительно достойная выставка, и я буду приезжать снова.

Лазло Баконий, генеральный директор Btech Hungary Ltd., Венгрия

Работа с надежными поставщиками из Гонконга для нас является залогом успеха. И мы знаем, что всегда можем найти новинки на Hong Kong Gifts & Premium Fair. Уровень экспонентов здесь достаточно высокий.



Фото: HKTDC


Акция для наших Партнеров:
универсальное зарядное устройство
power bank
склад Msk
емкость 2800mha
340р.
В комплект входят
переходники адаптер
для Iphone 4 и 5,6,6+
micro USB. и мешочек
под цвет корпуса
ART. PB036
Зарядное устройство
power bank PB036
под нанесение логотипа
Емкость 2800mah
адаптеры: I-phone 4 и 5S, micro USB

Реклама


tel. +7 495 64 999 20
e-mail: sales@3venta.com
web: www.3venta.com
3venta
64-999-20

Реклама

HOMI 2015: ЭСТЕТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

В сентябре в Милане прошел очередной выпуск Салона стилей жизни HOMI. Экспозиция существенно отличалась от прошлогодней. Участники сосредоточились на наиболее функциональных предметах домашнего обихода, с одной стороны, и на превосходных дизайнерских и стилевых решениях, с другой.

Формат выставки продолжает развиваться в сторону более зрелищного и вдохновляющего события, нежели просто деловая ярмарка. Несколько расширилось пространство для эмоциональной подпитки специалистов, традиционно охваченных суетой закупок и планирования. Так, появились настоящие арт-объекты (например, серия дизайнерских стульев) и зона инсталляций (на тему детских коллекций и фантазий), оригинально оформленные композиции с сервировкой стола и пр. Свою территорию на выставке получили дизайнеры и авторы оригинальных концепций в области предметного дизайна и в ювелирной тематике. К слову, в будущем организаторы планируют усилить фокус на начинающих талантах от дизайна и технологических разработок.





Ультрамодные прошлой осенью тренды, похоже, не оправдали ожидания рынка и тотально уступили позиции новым. Так, не было в этот раз цветового разнообразия ассортиментных линеек по градации panthone, не встречалось и повальное в недалеком прошлом увлечение силиконом, как, впрочем, и картоном уже никого не пытались удивить. Экспозиция павильона с подарочной продукцией показалась более унифицированной под интернациональные, не знающие границ традиции празднования и поздравления. Сохранился и даже, пожалуй, возрос, интерес к аромапродукции, представителей этого сегмента было больше, нежели в прошлом году. А вот на увлечение кулинарией, похоже, участники европейского рынка уже не делают таких высоких ставок. Количество новинок и разнообразие позиций среди изделий для выпечки, приготовления праздничных блюд существенно сократилось по сравнению с прошлым годом.







ФОТО: GR





ФОТО: GR

Итальянские дистрибьюторы и оптовые компании в этот раз отличились созвучием в ассортименте и стиле продукции – в изобилии были представлены интерпретации на тему прованса и дачной «небрежности». Белый цвет, фактура древесины, едва покрытой краской, псевдоантикварные кованые детали интерьера, кружевные мотивы в принтах, сдержанные цветовые гаммы – такова была основная часть экспозиции. Бросалась в глаза растиражированная во всевозможных версиях тема домиков. Подсвечники, ключницы, навесные полочки, подушки и многое другое, выполненное в виде домиков, было представлено почти на всех стендах с интерьерным ассортиментом. Тема часов также широко раскрывалась в экспозиции: было немало любопытных образцов, сочетающих в себе чувство стиля, модные материалы и оригинальные формы. Разумеется, итальянская выставка не могла обойтись без изобилия стекла – декоративного и столового, муранского, авторского литья, бижутерии.

Из бесед с представителями итальянских компаний-производителей можно сделать два вывода: с одной стороны, интерес к российскому рынку у них сохраняется, а с другой стороны, есть некоторые факторы, усложняющие работу с партнерами из России. И эти факторы не связаны с кризисными явлениями, санкциями и финансовыми барьерами. Так, в случае с брендом Ricardo Marzi главной проблемой при выходе на наш рынок стали стереотипы. Здесь покупателя оказалось тяжело убедить в обоснованности высокой цены для пластиковой посуды и декора. Уникальная технология «инкрустации» органического декора в виде листьев, кусочков фруктов, колосьев в прозрачный пластик позволяет создавать Ricardo Marzi привлекательные предметы, приковывающие взгляд. Однако в споре с традиционным фарфором и керамикой в аналогичной ценовой категории нестандартный товар проигрывает, увы. Сооснователь бренда Елена Марци посетовала и на еще одну особенность своей про-



ФОТО: Da Nord A Food

дукции – несмотря на впечатляющий в реальности внешний вид этот товар очень сложно достойно презентовать посредством фотографии. Фактура 3D-декора и объемы прозрачного материала усложняют работу фотографа. Не видя вживую продукцию, сложно прочувствовать ее настоящие эстетические качества. У представителей других дизайнерских брендов возникали трудности с адаптацией принтов и образов для русской аудитории, которая авторские оригинальные решения воспринимает более холодно, чем американская или европейская.

Из достойных внимания концепций хотелось бы привести два проекта из экспозиции HOMI Milano. Da Nord A Food – этой компании всего год, ее небольшая команда предлагает эксклюзивные продуктовые наборы в оригинальной упаковке в виде картонного стильного чемодана. Состав наборов формируется индивидуально под заказ, специалисты разыскивают деликатесы на просторах Италии, предоставляя возможность попробовать продукцию от небольших традиционных производств – консервации, соусы, шоколад, сыры, масла и пр. По словам Марии Лучии Нери, менеджера по продажам Da Nord A Food, в их кастомизмированных наборах не бывает того, что клиент может свободно приобрести в супермаркете.

Еще один интересный проект – Atlantide, предлагающий мини-инструменты в эксклюзивном декоре и комбинациях. В основном в ассортименте представлены гитары и барабанные установки в уменьшенных копиях и максимальной реалистичности. Из мини-гитар компания создает композиции в багете – фоновый постер и тематические расписные гитары на определенную тему или в единой стилистике. Эти позиции возможны в исполнении и в качестве корпоративного заказа.

Между тем, некоторые встреченные GIFT Review байеры вздыхали: «смотреть не на что», другие хмурились ценникам, третьи, наоборот, удивлялись прайс-листам при виде добротной и при этом недорогой продукции. В целом, по нашим ощущениям, в этом году российских посетителей было не так уж и много, русской речи практически не слышалось. Возможно, сказалось относительное затишье на рынке декора и подарков, из-за которого российские компании притормозили расширение ассортимента и линейки брендов, в особенности европейского производства. В то же время сама выставка была многолюдной как никогда. В немалой степени этому послужило



ФОТО: Atlantide

и соседство с глобальным проектом EXPO 2015, который именно в дни проведения HOMI демонстрировал рекордные цифры по количеству посетителей.

Хочется особо отметить еще одну особенность экспозиции минувшей HOMI Milano – основательный и творческий подход экспонентов к оформлению стендов. Приятно радовало глаз разнообразие выставочных декораций и выдержанных в идейном плане пространств брендов. Многие стенды издалека привлекали внимание посетителей конструкциями и витринными формами. Все пространство выставки смотрелось как собрание стильных шоу-румов, а не частокол стандартных холодных павильонов. Хотелось бы на наших профессиональных выставках чаще видеть подобное. GR

Дарья Балаян





ФОТО: Fiera Milano S.p.A.









The Italian trade magazines of giftware, wedding souvenirs, textiles and furnishing accessories, ceramics, decoration, design

Editorial Office and Subscriptions: redazione@emil.it – info@emil.it
Advertising: Mirco srl – tel. +39 (0)95 7560660 – mirco1931@emil.it

www.emil.it

Реклама

HOMI MILANO: ЛУЧШЕЕ СО ВСЕГО МИРА

Среди самых интересных выставочных образцов на итальянской выставке редакция GIFT Review встретила продукцию из самых разных стран. Чувство вкуса и вдохновение поистине не знают границ и не имеют национальности.

1 Коллекция рельефных подставок под чашки и горячее, PVC, дизайнер Peggy Raphael Dabar
Images d'Orient
Ливан





2 Кованое вешало для одежды
Powell Craft
Великобритания

Новогодняя композиция с подсветкой, музыкой и механизмами
Timstor NV
3 Бельгия





4 Декорированный почтовый ящик с тубой для прессы, металл
Gall&Zick
Германия

5 Домашний текстиль в новогодней стилистике
Hesta
Италия





Часы ручной работы, коллекция Matte 6
Gioacchino Brindicci
Италия

7 Дизайнерский огнетушитель
Fire Design
Франция



8 Свечи, которые «цветут» во время горения
Maria Buytaert Candele
Германия



9 Садовый декор с подвесными мини-клумбами
Lorenzon Gift
Италия





Коллекция домашнего декора и посуды для любителей кошек 10
Faye
Франция



11 Картина авторской техники, сочетание изображения и объемной лепнины
Colosseo Johnny dell'orto design
Италия

12 3D-пазл из дерева Harley Davidson
Dolfi
Италия





Панно с объемными металлическими элементами 13
Gilde Gallery
GILDE HANDWERK
Германия

В материале использованы иллюстрации с сайтов:

www.imagesdorient.net
www. powellcraftboutique.com
www.timstor.com
www. gallzick.com
www.besta.it
www.espressionidiarredo.com
www.s-i-e.fr
www.buytaert-candles.com
www.lorenzongift.it
www.faye-sas.fr
www.johnnydellorto.com
www.dolfi.com
www.gildehandwerk.com

MEGA SHOW: ВСЕ И ДАЖЕ БОЛЬШЕ

В конце октября Гонконг стал центром притяжения иностранных байеров, заинтересованных в потребительских товарах широкого ассортимента. В Hong Kong Convention & Exhibition Centre в два этапа прошла выставка MEGA SHOW Series. Редакция GIFT Review посетила первую часть выставки и подготовила обзор экспозиции.

МАСШТАБ СОБЫТИЯ

Mega Show Part 1 объединила огромное количество компаний – более 3400 производителей, поставщиков и экспортеров. География участников, разумеется, была с преобладанием стран Азии. Однако и другие регионы были представлены компаниями из европейских стран, США, Мексики, Израиля, Австралии и др. Поскольку у некоторых экспонентов было несколько стендов – в разных товарных категориях, общее количество стендов составило немногим больше: около 4,5 тысяч площадок с презентацией товара.

На этой выставке чувствуется азиатский деловой колорит с первых же мгновений. Огромный многоэтажный выставочный комплекс с самого утра полон посетителей. Открытие экспозиций происходит минута в минуту по расписанию. Все пространство зонировано по товарным категориям. Посетителям выдают путеводители, с помощью которых легко ориентироваться в пространстве центра и среди наименований экспонентов. Также организаторы подготовили каталоги с полным перечнем участников и их контактными данными. Что касается самой выставочной зоны, то она максимально практична и систематизирована, небольшие по площади стенды расположены концентрированно и оформлены с минимальным декором. Кажется, цель большинства экспонентов – наглядно продемонстрировать максимум своих производственных возможностей и ассортиментную линейку. Они выставляют огромное множество товарных позиций. По сути стенд является живым воплощением каталога компании, ну или, по крайней мере, основной его части.

Многие экспоненты могли предложить иностранным байерам выгодные цены и готовы были обсуждать условия поставок. Производители были открыты к рассмотрению корректировок по виду и функционалу имеющихся позиций. Большая часть представленных компаний в данный момент развивают экспорт в направлении стран Северной Америки, Австралии и Европы. Встречались также производители, которые уже работают с российскими клиентами. Однако чаще звучала заинтересованность в нашем рынке, экспоненты признавались, что находятся в поиске заказчиков из России.

Возможно, среди участников Mega Show не так много звезд от дизайна и стиля, ноу-хау и авторских разработок. Однако выбор продукции достаточно широк, чтобы удовлетворить запросы большинства байеров, рассматривающих продукцию в предложенных экспонентами категориях.

ВЫБОР ВЕЛИК

В большом количестве на Mega Show Part 1 были представлены канцелярские товары – от школьных принадлежностей до проморучек и деловой офисной продукции. Разнообразным было предложение сумок и аксессуаров для багажа. В случае с производителями, как правило, доступны для обсуждения возможности брендирования или изменения деталей и внешнего вида продукции.



Фото: GR

Разделы выставки MEGA SHOW Часть 1
20-23 октября 2015



Разделы выставки MEGA SHOW Часть 2
27-29 октября 2015



Среди множества однотипной продукции встречались позиции более оригинальные и эксклюзивные – по технологии производства, дизайну принтов или оформлению. К примеру, один из популярных видов интерьерного декора на этой выставке – панно с резным декором и подсветкой или декоративные фигуры и слова с LED-лампочками. Более десятка компаний предлагали вариации на эту тему, товар в основном различался габаритами и материалами. Однако были экспоненты, в исполнении которых такой вид декора выглядел более привлекательно за счет продуманного и эксклюзивного дизайна. Так, на общем фоне выделялась продукция компаний Grand Art Collection Co., Ltd. (Шанхай) – зеркальные панно с нанесением надписей и рисунков, которые подсвечиваются изнутри, и Hangzhou Shouyi I/E Co., Ltd. (Ханчжоу) – деревянные фоторамки с подсвеченными надписями, которые, к слову, могут быть выполнены на русском языке.



Фото: Mega Expo (Hong Kong) Ltd.

Сумки, органайзеры, аксессуары для багажа – эта категория была представлена в большом разнообразии: от самых типовых изделий, подходящих под промо, до авторских и премиальных работ. Бренд Olea (Гонконг) представил новинку – линейку для путешественников, в которую вошли разнообразные компактно складывающиеся сумки и рюкзаки, чехлы для гаджетов и документов, прочие аксессуары для путешествия. Вся коллекция выполнена в едином стиле коллажей из ярких цветочных мотивов. Представитель производства заверила, что все позиции могут быть адаптированы под предпочтения заказчика, а на этикетках и упаковках они готовы размещать лого.

Объединенные национальные экспозиции были представлены следующими странами: Бангладеш, Индия, Индонезия, Южная Корея, Пакистан, Китай, Тайвань, Таиланд, Филиппины, Турция, Великобритания, Вьетнам. В частности, турецкие участники предложили широкий выбор посуды и кухонной утвари, бытового пластика, продукцию из алюминия и нержавеющей стали. Вьетнамская зона отличилась большим ассортиментом бамбуковых изделий (посуда, декор, предметы интерьера, вазы). Индийские компании демонстрировали предметы деко-





Hangzhou Shouyi I/E Co., Ltd.





MGM & Co. Ltd.

ра и кухонную утварь из металла – как в традиционной индийской стилистике, так и в современных, европейских дизайнах. Также стенды Индии занимали производители домашнего текстиля, всевозможных ковров, ковровых дорожек и циновок.

Разнообразие в категориях посуды и керамики, товаров для дома радовало наличием ярких и смелых решений в дизайне. Так, например, ассортимент декора и предметов интерьера китайской компании C&I Crafts Co., Ltd. отличался ретро-стилистикой и европейской изысканностью. G-Sheng Ceramic (Китай) представила широкую линейку керамических диффузоров и аромаламп с замысловатым дизайном и «воздушным» керамическим кружевом. Отдельно стоит отметить производителей керамики, которые специализируются на сезонном декоре: рождественской, новогодней тематики и Хэллоуина. В их ассортименте большой выбор посуды и декоративных форм авторской ручной работы. Коллекции, как правило, имеют десятки позиций в единой стилистике и несколько тематических линеек. Елочные украшения представлены не только классическими формами и росписью – многие уже готовы предложить елочные игрушки с красивой футуристичной гидрографикой (нанесение рисунка процессом окунания в красители в водном растворе). В отличие от миланской выставки HOMI, где практически не была раскрыта тема Адвента (ожидания Рождества), который в некоторой трансформации начинает приживаться и у нас, в Гонконге многие производители сезонной атрибутики демонстрировали свои вариации на тему календарей Адвента. К примеру, текстильные версии этой детской забавы изготавливает MGM & Co. Ltd. (Гонконг).

Порядка 600 экспонентов в этом году организаторы отнесли к категории Go Green. Оригинальный декор на эко-тему предложила компания Tiger Lily (Вьетнам), которая использует в производстве вторсырье, в частности,



Фото: Mega Expo (Hong Kong) Ltd.



Фото: GR



Tiger Lily



www.treetoys.com

газеты. Из них мастера делают и габаритный настенный декор, и статуэтки, и елочные украшения, и вазы.

Тема часов была хорошо раскрыта несколькими производителями, в ассортименте которых модели от минималистичных настольных будильников до часовых композиций авторской работы. Маятниковые системы, оригинально оформленные подвижными частями циферблатов, демонстрировались на стенде Contact Innovate Electronics.

Павильон с товарами для детей и игрушками, судя по всему, был ориентирован как на специализированных ритейлеров, так и на тех, у кого эти категории в числе дополнительных. Элементы мебели, габаритные игрушки и игровой транспорт, а также лицензионная продукция, детская канцелярия, мягкие игрушки и многое другое было представлено в павильоне 5G. Там, в частности, встретилась фабрика Quanzhou Sunway Crafts (Китай), производящая детский керамический декор в различных тематических коллекциях. Одна из последних – коллекция с динозаврами: копилки, статуэтки, настенный декор и крючки в ярких цветах и привлекательных формах. Стенд Best & Plus (Тайвань) привлекал внимание негабаритными яркими системами хранения в виде маленьких стеллажей с текстильными коробами, оформленных под какой-либо сюжет или персонаж. Запоминающаяся оригинальная магнитная игра-лабиринт Ghost Mine была частью экспозиции Tree Toys Corp. (Австралия) – такое развлечение привлекало даже взрослых посетителей выставки.

В силу местных особенностей рынка широко была представлена категория, которая в России пока не так популярна – это многоразовые емкости для напитков и компактные термосы и термокружки. Многие производители предлагали разнообразие не только форм и расцветок, дизайнов и конструкций, но и материалов. К примеру, в JieYuCreativeCorp такие емкости объемом 450 мл выполнены из экологичного материала, альтернативного пластику, и оснащены съемным днищем для простой и эффективной очистки бутыли.

Касательно ассортимента выставки остается только добавить ремарку о том, что в экспозиции практически не представлены гаджеты. В лучшем случае вы могли бы найти здесь портативные зарядные устройства и осветительные приборы. И те в минимальном количестве.

ПРИЯТНОЕ ДОПОЛНЕНИЕ

Помимо тематических разделов организаторы Mega Show Series подготовили особые зоны. В павильоне Design Studio посетителям предлагалось ознакомиться с дизайнерскими и концептуальными разработками из Китая, Гонконга, Тайваня и Южной Кореи. Впрочем, этот раздел явно еще в начале своего развития и пока не может предложить каких-либо искрометных эксклюзивов.



AAsource.com Global Sourcing Platform





Olea, www.olea.com.hk

Разумеется, в регионе есть достаточное количество компаний и дизайн-лабораторий, которые, надеемся, в будущем займут свое законное место в этой зоне на Mega Show и расширят возможности байеров для знакомства с уникальным товаром.

Еще один павильон был сформирован из «концентрата» предложений от некоторой части экспонентов. Так называемый центр AAsource.com Global Sourcing Platform (платформа для закупок) был оформлен многоуровневыми компактными витринами, в ячейках которых были представлены лучшие экземпляры или демонстрационные модели производителей. В каждом таком микростенде была указана контактная информация компании, а также QR-код, который можно было отсканировать и сохранить в мобильное устройство для удобства дальнейшего пользования. К слову, это единственная зона выставки, где разрешалось свободно фотографировать эскпонируемые товары. Во всех остальных павильонах на стендах были категоричные таблички с запретом на фото. Впрочем, при необходимости для нужд байеров, насколько нам известно, многие экспоненты предоставляли такую возможность в индивидуальном порядке. Дело в том, что у многих экспонентов не было в наличии готовых каталогов или же не было полных каталогов с последними новинками, которые уже выставлялись на стенде. В некоторых случаях у посетителей Mega Show даже нет возможности ознакомиться с продукцией на сайте компании, часто у фабрик до сих пор вообще нет собственных сайтов. Эти детали считаем нужным упомянуть для планирующих свои первые посещения азиатских выставок. В Гонконге байеру необходимо на месте обзавестись по максимуму информацией и наглядными данными для дальнейшей работы. Как правило, азиатские компании высылают каталог по запросу либо предоставляют доступ к закрытой части на сайте компании.

В части организационных моментов выставка производит хорошее впечатление. Организаторы позаботились о наличии услуг по печати, копированию документов, установили пункты для подключения к сети зарядных устройств различных гаджетов, предоставляют бесплатный WiFi. Для приглашенных байеров работает лаунж-зона, где предлагаются напитки и закуски. Сервис бесплатного трансфера до выставочного центра предоставляется как организаторами, так и отелями. Предварительная регистрация на сайте выставки позволяет избежать дополнительных трат на входной билет (в этом году 100 гонконгских долларов, что примерно равно 800 руб.) и сэкономит время. GR

Дарья Балаян





Фото: GR

Московский международный мебельный салон

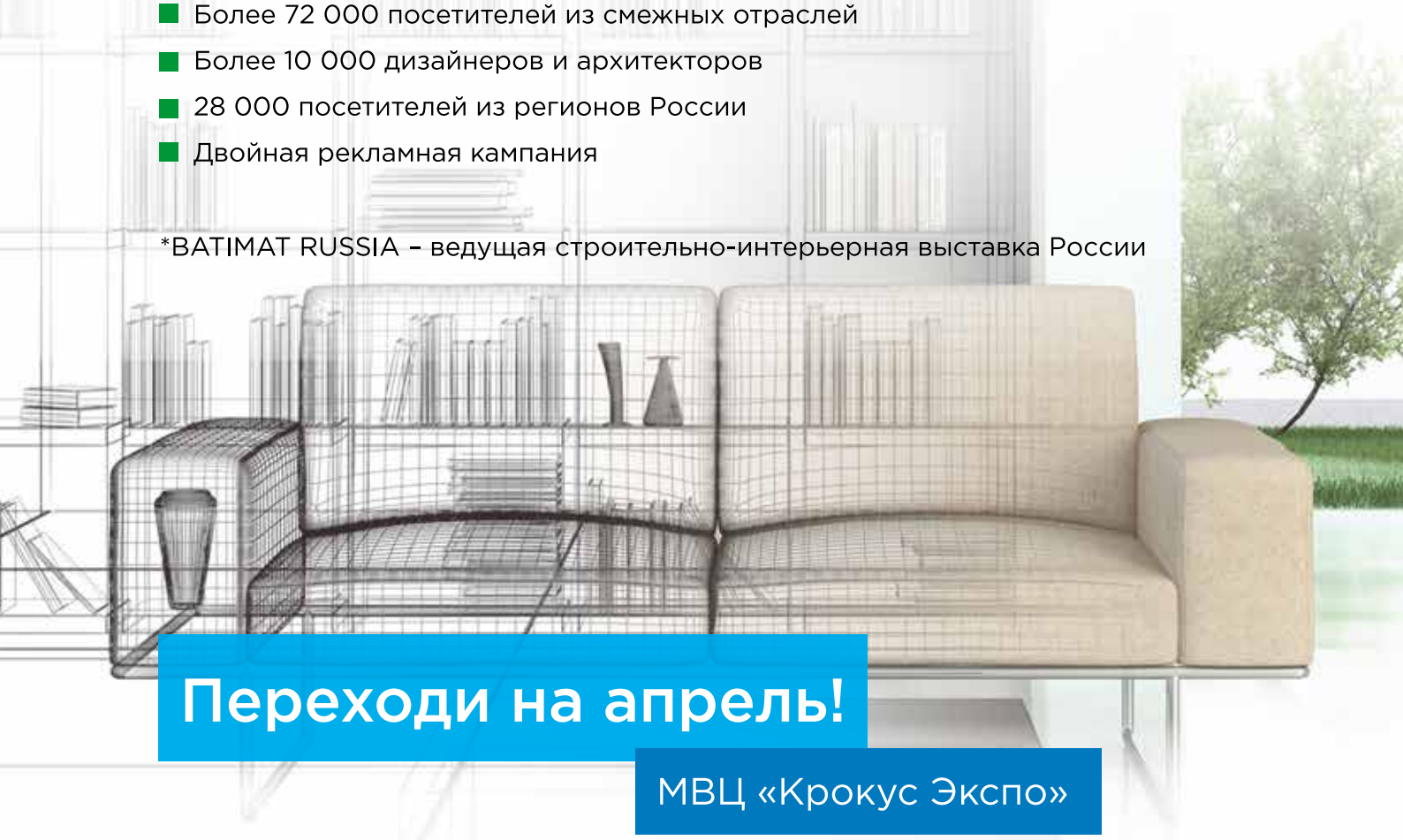
MIFS 2016

5 - 8 АПРЕЛЯ

Выставка новых возможностей!

- Впервые MIFS одновременно с BATIMAT RUSSIA*
- Мебель, интерьер, строительство на одной площадке
- Более 72 000 посетителей из смежных отраслей
- Более 10 000 дизайнеров и архитекторов
- 28 000 посетителей из регионов России
- Двойная рекламная кампания

*BATIMAT RUSSIA – ведущая строительно-интерьерная выставка России



Переходи на апрель!

МВЦ «Крокус Экспо»

mmms@mediaglobe.ru +7(495)961-22-62 www.mmms-expo.ru

Организаторы: MEDIA GLOBE, Крокус Экспо

Генеральный информационный партнер: SALON

Реклама

СКЛАД БОЛЬШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Этой осенью ГК «Оазис» впервые показала публике свое обновленное производственное и складское пространство, которое расположено в подмосковном Одинцове. В числе первых гостей были представители дилеров и рекламных агентств из Ярославля, Брянска, Рязани, Ростова-на-Дону, Воронежа и других городов. О том, что скрывается за этим впечатляющим складским проектом, мы пообщались с Натальей Аншиной, председателем совета директоров ГК «Оазис».

GIFT Review: На каком этапе развития ваша компания ощутила потребность в собственных складских площадях? Как до этого был организован процесс логистики и поставок?



Наталья Аншина

Наталья Аншина: «Круг» (а именно так называлась наша компания до осени 2014 года) рос и развивался очень быстро: с 2007 по 2012 годы объемы продаж выросли в два с половиной раза. А вся инфраструктура оставалась на прежнем уровне. Мы выросли из нашего склада, словно вытянувшийся вверх и вширь тинейджер, которому родители по привычке покупают детскую одежду. Склад площадью около 3000 кв.м занимал четыре этажа, и мы поэтапно пришли к аренде еще 7000 кв.м на трех этажах по соседству. Де-факто мы имели 7 разных складов, на которых теоретически мог собираться каждый заказ. При этом все это «великолепие» совершенно не поддавалось автоматизации. Все специалисты, к которым мы обращались с данным вопросом, только беспомощно разводили руками и отказывались от нас, словно от безнадежного больного. Если честно, мне самой было сложно понять, как «Круг» в то время умудрялся собирать по 300-400 заказов в день, при этом плюс-минус в заявленные клиентам сроки. В тот момент мы стояли перед дилеммой: или бросить все ресурсы на создание современной платформы для дальнейшего развития, или навсегда упустить шанс на лидирующие позиции в отрасли. Безусловно, мы выбрали первый вариант.



GR: Как вы рассчитывали объем необходимых площадей будущего склада?

Н.А.: К процессу проектирования будущего складского комплекса мы подошли с максимальной ответственностью. Посетили склады как европейских партнеров, так и современные комплексы в Московской области. В результате родился проект, который должен был полностью соответствовать потребностям «Оазиса» и был создан с учетом наших планов развития на ближайшие 3-5 лет. Мы рассчитывали, что 15000 паллетомест полностью удовлетворят наши «аппетиты» в среднесрочной перспективе. Пока мы проектировали и строили объект, пришлось осваивать смежную профессию строителей несмотря на то, что в штате компании появились профильные специалисты. Оказалось, что современный склад – это по сути отдельный бизнес, в котором мы теперь стали настоящими знатоками.

GR: А были ли сложности с выбором места под строительство?

Н.А.: Мы долго искали «склад нашей мечты»: не секрет, что в России большие проблемы найти «чистый» объект с «хорошими документами». Мы были поражены, как много предложений на рынке по сути оказывались игрой в орел и решку. Продавцы предлагали нам заплатить деньги, а потом что-нибудь построить в более или менее обозримом будущем. Но выбранный в итоге объект удовлетворял всем нашим требованиям. Более того, оказалось, что он расположен в замечательном месте Подмосковья: на окраине города Одинцово, примерно в километре от Минского шоссе и на расстоянии пары километров от платной автомагистрали. Это, безусловно, во многом облегчает нашу жизнь, так как на склад можно добраться общественным транспортом, а до офиса дорога занимает всего около получаса.

GR: Поиск территории под склад оказался самым трудным этапом? Или возникали и другие сложности?

Н.А.: Самым трудным, как всегда, оказалось найти нужных людей. Поскольку склад полностью автоматизированный, работать на нем и особенно руководить им должны люди с особыми компетенциями. Мы сменили

СКЛАД ГК «ОАЗИС» – ЭТО 12 000 кв.м, ОСНОВНАЯ ЗОНА РАССЧИТАНА НА 14 000 ПАЛЛЕТОМЕСТ И БОЛЕЕ 7000 ЯЧЕЕК ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ШТУЧНОГО ТОВАРА.

НА СКЛАДЕ ГК «ОАЗИС» НЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ НИ ОДНОЙ «БУМАЖКИ» ДЛЯ СБОРКИ ЗАКАЗОВ.

четырех директоров, пока не нашли нынешнего руководителя комплекса, который перешел к нам на работу из компании Coca-Cola. К нашему удивлению оказалось, что в России не так много складов, на которых полностью отсутствуют бумажные носители. И люди просто не понимают, как это так «работать без документиков в руках».

GR: А ваши менеджеры часто бывают на складе, лично контролируют процессы там?

Н.А.: В Одинцово расположен только непосредственно склад и производство по декорированию продукции. Офис по-прежнему находится в Москве. В прошлом году, когда мы запускали склад, практически весь персонал офиса, включая топ-менеджмент, буквально «дневал и ночевал» на складе, чтобы лично контролировать его работу. Сегодня в этом нет нужды. Поэтому наши офисные сотрудники посещают комплекс по мере необходимости.

GR: Ваш склад очень качественно оформлен, кажется, это замечают все ваши гости… С какой целью вы вкладывались в интерьер складских помещений?

Н.А.: Вы знаете, это очень интересный вопрос. Я обратила внимание на разницу в большинстве европейских и российских складов: в Европе эти помещения сияют чистотой и оформлены по самым высоким стандартам офисной отделки. А в Подмосковье даже самые современные дорогие и автоматизированные комплексы зачастую выглядят бедненько и убого. Я была поражена, увидев на недавно построенном складе площадью 60 000 кв.м одной из крупнейших канцелярских компаний горы мусора, которые складируются прямо посередине, а вечером весь этот хлам сметается в контейнер. А сотрудники проверяют там заказы, сидя на корточках. О какой культуре работы можно говорить на таком объекте?! Мы ставили задачу сделать склад европейского уровня, чтобы люди гордились местом, где они работают, и относились с уважением и к себе, и делу, которым они зарабатывают себе на жизнь. Уверена, что высокие стандарты сервиса, которые мы требуем от них, закладываются тогда, когда они приходят утром в чистый, яркий и современный комплекс.

GR: Какие особенности складского комплекса работают эффективно?

Н.А.: Преимуществ у нашего склада несколько. Во-первых, топография склада. Мы использовали плотную застройку стеллажей, которая требует использование особой дорогостоящей складской техники. Мы изначально инвестировали в склад большие деньги, чем могли бы. Зато мы заложили отличный фундамент для дальнейшего развития компании. К примеру, за счет такого расположения стеллажей мы увеличили объем склада в два раза по сравнению с тем, как было бы, если сэкономить на данном решении. Очень дорого нам обходится и полная автоматизация всех бизнес-процессов, так как каждого сотрудника склада мы обеспечиваем терминалом сбора данных стоимостью 70 000 рублей. Но автоматизация позволяет минимизировать влияние человеческого фактора и масштабировать бизнес-процессы. Наши сегодняшние возможности позволяют собирать до 3000 заказов в день. Согласитесь, это неплохой задел на перспективу.



Первая экскурсия для клиентов и журналистов по складу ГК «Оазис»

GR: С заделом на будущее все очевидно, согласны. А сегодня чувствуется отдача от появления собственных складских мощностей?

Н.А.: Позитивные изменения мы почувствовали в начале лета, спустя девять месяцев после запуска. По статистике это среднее время отладки всех бизнес-процессов после автоматизации на таком сложном объекте. В нашем же случае вместе с автоматизацией поменялся весь персонал, и плюс к этому нам пришлось работать в совершенно новых условиях. Так что, я считаю, мы справились с задачей не так уж и плохо. С одной стороны, это много – за 9 месяцев можно выносить ребенка. С другой стороны, уже к нынешнему сезону мы подошли во всеоружии и готовы предложить клиентам лучший сервис. Наши преимущества выражаются в том, что существенно снизилось количество пересорта и брака в заказах. И, конечно, сократились сроки отгрузки товара. Теперь все заказы, которые подтверждают до 6 часов вечера, собираются до конца дня. Это те стандарты сервиса, ради которых мы делали такие инвестиции. И это только начало наших удивительных возможностей, которые мы планируем продемонстрировать рынку в ближайшее время. GR

РАБОТАЮЩИЙ НА СКЛАДЕ ЭЛЕКТРОКАР СПОСОБЕН ПОДНИМАТЬ КАБИНУ С ЗАХВАТАМИ НА ВЫСОТУ В 14 м.

ТОП-10 ЗАПОМНИВШИХСЯ ЗАКАЗОВ 2015 ГОДА

GIFT Review вместе с маркетологами и агентствами подводит итоги уходящего года. В этом шорт-листе собраны самые-самые, по версии компаний, кейсы по корпоративным подаркам. Список не претендует на звание рейтинга отрасли, нет-нет. Это, скорее, отражение общей картины и настроений по рынку. Порой просто приятные воспоминания его участников. Местами, действительно, шикарные идеи и источник вдохновения. Кстати, большая часть участников этого заочного обмена кейсами вспоминает новогодние подарки. И еще один тренд – в большинстве случаев речь идет о комплексных подарочных решениях, наборах, комплектах, линейках в единой концепции.

№1 Компания: «ЛанКей» Проект: **Концептуальные посылки**

К поздравлению клиентов с Новым 2015 годом в IT-компании подошли творчески и сделали концептуальные новогодние посылки с сюрпризами и wow-эффектами. Подарки должны были воздействовать на все органы чувств: зрение, обоняние, осязание, слух и вкус.



Все волшебство начиналась с упаковки. Коробка была завернута в настоящую почтовую бумагу, винтажного вида, перевязана джутовым шнуром с маленькой почтовой открыткой, шнур был запечатан настоящей сургучной печатью с логотипом компании. Вскрыв оберточную бумагу, получатель обнаруживал элегантную коробку, перевязанную ярко-синей атласной лентой. При открытии коробки на свет реагировал специальный модуль, на который под музыку было записано голосовое поздравление с Новым годом, при этом из коробки доносился аромат настоящего лапника и мандаринов (эссенция), лапник был припорошен искусственным снегом. Главный сюрприз – в календаре. С виду это обычный квартальник с пейзажем летней природы. Но в картинке календаря скрывалось окошко в лето. Нужно было скачать с QR-кода приложение с дополненной реальностью (разрабатывали специально для этой идеи), навести устройство на картинку и... она оживала. В комнату прилетала бабочка, картинка становилась подвижной и панорамной, можно было заглянуть в трехмерное пространство, все сопровождалось пением птиц и стрекотом кузнечиков.

Виктория Нестерова, менеджер по маркетингу «ЛанКей»: «Все это напоминало маленькое новогоднее чудо, когда за окном кружатся снежинки, а попадаешь в настоящий летний день! Мы получили массу положительных отзывов и радостных впечатлений от того, что смогли удивить и порадовать наших клиентов».

№2 Компания: **Магазин подарков Thepresents.ru** Проект: **Вязаные чехлы на кружки**

В магазине подарков www.thepresents.ru для одного из заказчиков сделали пошив чехлов на кружки с надписью Happy New Year. Это была полностью ручная работа. Компании пришлось искать бабушек, которые бы сделали чехол четко по схеме и точно в срок.



Степан Чельцов, генеральный директор «Магазина подарков»: «Сначала одна бабушка сделала образцы. Потом уже другие бабушки начинали делать свои копии по тем образцам».

№3 Компания: **Агентство Podarking** Проект: **Персональный набор для газификации на День газовика**

Получатели подарка обзавелись возможностью создать знакомый с детства лимонад-ситро для праздничного стола. В наборе – сифон для газирования воды, сироп «Ситро для газовика» и балончики CO_2 «Газ для вас».



№4

Компания: **Event-агентство «Правильное Агентство»**
Проект: **Настоящий Щелкунчик**



На Новый 2015 год агентство дарило своим клиентам сказочные подарки. По задумке это душевный сувенир, вызывающий ассоциации из детства. От него становилось бы тепло, радостно и празднично, он призван был создать в доме волшебную новогоднюю атмосферу. Воплощением всего этого стал Щелкунчик – настоящий, большой, красивый, как в сказке из детства, расписанный вручную. В подарочном комплекте были волшебные золотые грецкие орехи: каждый орех, расколотый Щелкунчиком, исполнял по одному желанию. Так в компании оформили свои пожелания клиентам.

Маргарита Быченко, генеральный директор «Правильного Агентства»: «Казалось, что в новогоднюю ночь он оживет – так нам потом говорили клиенты. В этот год мы получили больше всего откликов. Щелкунчик пришелся по душе не только клиентам, но и членам семей, деткам и занимал почетное место под елками».



№5

Компания: **Международный оператор экспресс-доставки СДЭК**
Проект: **Наборы вязаных сувениров**



В январе 2015 года компания СДЭК совместно с партнерами из креативного агентства «Кьюти» разрабатывала подарочные наборы. Лейтмотивом коллекции стала идея выразить заботу компании о клиентах и партнерах. Была выбрана «вязаная» тема, которая говорит не только о теплоте, но также о тесной связи между клиентам и партнерами. В результате получился целый подарочный комплект из пледа, подушки и большой кружки с вязаным орнаментом под названием «Связано с любовью». Все это было упаковано в фирменные пакеты с тем же вязаным орнаментом. Сувенирный набор «Связано с любовью» от СДЭК стал одним из победителей конкурса «Кейс-контроль» в апреле 2015 года.

Татьяна Симутина, СДЭК: «Учитывая время года, мы решили, что «зимние» подарки будут наиболее уместными, приятными и полезными».

№6

Компания: **PR-агентство PR Partner**
Проект: **Зонт и шоколад с пожеланиями**

В агентстве PR Partner на свой День рождения принято дарить подарки клиентам. В августе этого года компания отмечала 9-летие и по такому случаю подготовила подарочный комплект из брендированного зонта и набора шоколадок с добрыми пожеланиями. Подарок сопровождался специальной поздравительной открыткой с зонтиком и надписью «9 лет заботимся о PR наших Клиентов». Гвоздем комплекта был шоколадный набор. Партнеры из ChokoCat воплотили идеи PR-агентства за рекордно-короткий срок – три недели (включая согласование макета, изготовление и доставку).

Olga Smirnova, эксперт по маркетингу PR Partner: «Тексты пожеланий, которые имеют отношение к специфике нашей работы, и оформление упаковки мы придумывали сами. Похоже, идея удалась! Было приятно получать восхищенные отзывы от клиентов».



№7 Компания: **Particula Smart Beauty**
Проект: **Ароматы для Парка Горького**

Компания Particula Smart Beauty, дистрибьютор парфюмерного бренда Demeter, разработала ароматы для Парка Горького. Впервые в мире у парка появился собственный аромат. Инициатива исходила от российского офиса Demeter. Переговоры шли с конца 2014 года, в том числе во время двух визитов в Москву владельца бренда Марка Креймса. В апреле 2015 руководство парка пришло к пониманию, что появление ароматов к началу летнего сезона станет удачным решением. Все три композиции – это ароматы-ассоциации, посвящённые разным уголкам парка. «Туман на Андреевском пруду» – сложный аромат с нотками прохлады, влажной листвы и сладкими цветочными аккордами. «Пикник на траве» – аромат с нотами росы, полевых цветов и знаковым для Demeter запахом травы. «Прогулка по Нескучному саду» – аромат с нотами цветущих фруктовых деревьев с медовым оттенком. Теперь ароматы продаются в сувенирной лавке у центрального входа в парк и на официальном сайте парка.



Ирина Шконда, маркетолог Particula Smart Beauty: «Сейчас Парк Горького – это самое прогрессивное место отдыха в Москве, которое известно всей Россию и не только. И Demeter со своим новаторским подходом к парфюмерии сможет привнести частичку нового и уникального в историю одного из самых знаковых и старейших мест досуга нашей столицы».

№8 Компания: **ООО «Срочноденьги»**
Проект: **Концепция новогодних подарков «Радужное настроение»**

В компании «Срочноденьги» считают: если партнеры удивляются и улыбаются, значит следующий год, наверняка, будет удачным. Именно поэтому ежегодно сотрудники ломают головы над идеей для новогодних подарков. Концепция «Радужное настроение» родилась спонтанно. Считалка «Каждый охотник желает знать...» легла в основу поздравительной открытки. К ней прилагался набор цветных карандашей, чтобы раскрасить открытку. Разноцветный леденец и пружинка – приятные моменты из детства, вязаные чехол для телефона и манжета для кружки – шерстяной «привет» от символа года овечки. Радужных впечатлений в рабочие будни добавили яркие стикеры. Да и праздник не праздник без веселого шампанского. Не забыли и о практичности, поэтому ежедневник, блокнот, ручка, карманный календарик и магнит заняли свое законное место в подарочной коробке. Такие радужные подарки улетели в Татарстан и Башкирию, Чувашию и Марий Эл, Самару, Оренбург, Саратов, Ярославль, Владимир и другие уголки страны.





Анастасия Крюкова, PR-специалист «Срочноденьги»: «Невозможно дарить веселый подарок в скучной коробке. Поэтому мы собственноручно превратили ее в овечку. С настоящими лапками и даже хвостом! Отовсюду мы получали восторженные слова благодарности, заряд позитива и годовой запас добрых пожеланий от друзей и партнеров!»

№9

Компания: **«Промышленные силовые машины» («ПСМ»)**
Проект: **Подарочный набор в стиле инжиниринга**



В набор вошли два вида календарей. Первый – настенный перекидной формата А3 под названием «Галерея изобретений» (идея и дизайн «ПСМ», печать – подрядчик). Каждый месяц посвящен одному из технических изобретений человечества. Например, октябрь – это первая фотокамера с цветными снимками, декабрь – это первый самолет, поднявшийся в небо, июнь – первый трамвай в Российской империи. Всё это нашло отражение в картинах разных художников. Они и украшают сам календарный блок с краткой информацией об изобретении.

Второй – настольный календарь изобретателя – состоял из нескольких частей, в единое целое всё собиралось силами сотрудников компании. Железная подставка изготавливалась по собственным эскизам на заводе компании «ПСМ-Тутаев», эта производственная площадка специализируется на проектировании и производстве металлоконструкций. Подставка представляет из себя согнутую под острым углом металлическую пластину с изображением паровой машины. Нанесение контактов и логотипа делал подрядчик. Календарный блок «ПСМ» выполнил в виде маленькой копии настенного перекидного календаря. Каждая страничка, кроме непосредственной цели напоминать о дате, выполняет познавательную функцию – содержит информацию об изобретении с небольшой иллюстрацией. Шестеренки-магниты создавались подрядчиком с нуля по эскизу компании, вырезались из цветного акрила (красный и синий). Также в этой серии были выпущены «тренажер изобретателя» – головоломка (заказывалась у подрядчика), пакет в едином стиле и новогодняя открытка со схемой изготовления снежинки.

Андрей Медведев, генеральный директор «ПСМ»: «Этот подарок дарился на Новый год и после него в течение 2015 года без новогодней атрибутики. Концепция была полностью разработана сотрудниками компании. Технически идея воплощалась частично на собственном производстве, частично отдавалась на аутсорсинг подрядчикам».

№10

Компания: **Коммуникационная группа MOVIE**
Проект: **Годовая серия подарков «Эмоционариум»**



Концепция «Эмоционариум» делится на 4 части: подарок на Новый год, на 23 февраля, на 8 марта, на Дни рождения клиентов. Стартовал проект в Новый год 2015 и финиширует в Новом 2016 году. Подарочный пакет «Эмоцианариум» несет в себе смысл подарить настоящие эмоции, которые нельзя потрогать, а можно лишь ощутить. Письма-легенды, вложенные внутрь, переносят и погружают в необычайные места и обстановки, туда, где можно испытать счастье, стать смелее, испытать трепет, почувствовать предвкушение.

На Новый год дарили три вида красок Холи для поездки на весенний фестиваль красок Холи в Индии, но каждый мог сам выбрать, где и когда раскрасить свою жизнь яркими цветами. На 23 февраля дарили плащ-дождевик – всегда нужная вещь и незаменимая в поездке на водопады. На 8 марта дарили корм для колибри, чтобы представительницы женского пола почувствовали что-то неуловимое и интригующее, захватывающее и манящее в Южную или Центральную Америку. На День рождения клиенту дарили вилку для устриц – она способна разыграть фантазию и наполнить предвкушением гастрономических открытий, что можно осуществить в лучших традициях в устричной столице Франции – Канкале.



Пескова Маргарита, младший PR менеджер Коммуникационной группы MOVIE: «Концепция родилась еще в 2014 году, когда руководящий состав Коммуникационной группы MOVIE решился на эксперимент и отправил часть команды, а именно креативное агентство ANYBODYHOME, на целый месяц работать удаленно на Гоа».

РОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ



МИНПРОМТОРГ РОССИИ

CJF – ДЕТСКАЯ МОДА

2016

ЭКСПОЦЕНТР

Международная выставка «Детская и юношеская мода. Одежда для будущих мам»

23–26.02
27–30.09

Организатор: ЗАО «Экспоцентр»

При поддержке Министерства промышленности и торговли РФ

Под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.cjf-expo.ru

12+ Реклама

kids russia
МОСКВА КРОКУС ЭКСПО



1–3 марта 2016

МЫ ПРАЗДНУЕМ ВМЕСТЕ С ВАМИ
WE CELEBRATE TOGETHER WITH YOU

10-я Международная Специализированная выставка товаров для детей
10th International Trade Fair for Our Children's World

Организатор: ЗАО «ГРАНД ЭКСПО» – профессиональная выставочная компания, учрежденная совместно Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров России (АИДТ) и компанией Spielwarenmesse eG, организатором крупнейшей в мире выставки игровой индустрии Spielwarenmesse® (Германия). Spielwarenmesse eG – организатор международного павильона "World of Toys" на выставке

Organizer: GRAND EXPO CJSC –
is the professional exhibition company, a joint company of Russian Association Of Children's Goods Industry Enterprises (ACGI) and Spielwarenmesse eG – organizer Spielwarenmesse® (Germany), the biggest world fair for toys, hobbies and leisure Spielwarenmesse eG is an organizer of International Pavilion World of Toys by Spielwarenmesse eG at Kids Russia.

Присоединяйтесь! Join Us!

www.kidsrussia.ru

Реклама

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. ЯНВАРЬ-АПРЕЛЬ 2016

РОССИЯ И СНГ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
26.01 - 29.01 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**УПАКОВКА / УПАК ИТАЛИЯ 2016** Международная специализированная выставка упаковки	www.upakowka.ru
03.02 - 06.02 Украина, Киев	**ProMaisonShow** Международная выставка подарков и товаров для дома	www.pem.com.ua
16.02 - 19.02 Москва, ВЦ «ВДНХ»	**ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ** Федеральная оптовая ярмарка товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности	www.textilexpo.ru
23.02 - 26.02 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**CJF – ДЕТСКАЯ МОДА** Международная выставка «Детская и юношеская мода. Одежда для будущих мам»	www.cjf-expo.ru
23.02 - 26.02 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**CPM. ПРЕМЬЕРА МОДЫ В МОСКВЕ** Международная выставка одежды и аксессуаров	www.cpm-moscow.ru
01.03 - 03.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**HOUSEHOLD EXPO. PODARKI. CHRISTMAS BOX. STYLISH HOME. OUTDOOR DACHA. HORECA JUST HORECA** Международные специализированные выставка посуды, подарков, декора, товаров для интерьера и загородного дома	www.hhexpo.ru
01.03 - 03.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**ДЕТСТВО/KIDS RUSSIA** Международная специализированная выставка товаров для детей, игр и игрушек	www.toyrussia.ru
02.03 - 06.03 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**ЛАДЬЯ. Весенняя фантазия** Выставка народных промыслов России: ювелирные украшения, сувениры, подарки, народное творчество	www.nkhp.ru/ladya.spring.htm
14.03 - 17.03 Москва, ВК «Гостиный Двор»	**ПОДАРКИ. HOUSEWARE EXPO. БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ. ИНДУСТРИЯ ТОРЖЕСТВА. НОВЫЙ ГОД ЭКСПО** Международные специализированные выставки подарков, посуды, товаров для дома, бижутерии, новогодней и свадебной продукции	www.gifts-expo.com
15.03 - 17.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**СКРЕПКА ЭКСПО** Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров	www.skrepkaexpo.ru
15.03 - 17.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**IPSA Рекламные Сувениры** Специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков и материалов для промоушн	www.ipsa.ru
24.03 - 27.03 Санкт-Петербург, ВК «Ленэкспо»	**ПЛАНЕТА ДЕТСТВА** Специализированная выставка товаров и услуг для детей	www.planet.lenexpo.ru
31.03 - 03.04 Москва, КВЦ «Сокольники»	**КЛИНОК** Международная выставка клинковых изделий	www.exponica.ru/klinok
05.04 - 08.04 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**MIFS** Московский международный мебельный салон	www.mmms-expo.ru
05.04 - 08.04 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**BATIMAT RUSSIA** Международная строительно-интерьерная выставка	www.batimat-rus.com
05.04 - 08.04 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**MosBuild** Международная выставка строительных и отделочных материалов	www.mosbuild.com
12.04 - 15.04 Москва, ЦДХ	**ДИЗАЙН И РЕКЛАМА** Специализированная выставка рекламной индустрии	www.design-reklama.ru
22.04 - 26.04 Москва, ВЦ «ВДНХ»	**ЖАР-ПТИЦА** Фестиваль народных художественных промыслов России	www.nkhp.ru/firebird.htm

В МИРЕ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
13.01 - 15.01 Германия, Дюссельдорф	**PSI** Международная специализированная выставка сувенирной продукции и материалов для промоушн	www.psi-messe.com
22.01 - 26.01 Франция, Париж	**MAISON & OBJET** Международная специализированная выставка товаров для дома, декора, подарков и посуды	www.maison-objet.com
29.01 - 01.02 Италия, Милан	**HOMI MILANO** Международная выставка товаров для дома, предметов интерьера и декора, подарков и праздничных украшений и др.	www.homimilano.com
29.01 - 02.02 Германия, Франкфурт-на-Майне	**CHRISTMASWORLD** Международная специализированная выставка подарочной, декоративной и праздничной продукции	www.christmasworld.messefrankfurt.com

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
30.01 -02.02 Германия, Франкфурт-на-Майне	**PAPERWORLD** Международная специализированная выставка канцелярской продукции	www.paperworld.messefrankfurt.com
30.01 -02.02 Германия, Франкфурт-на-Майне	**CREATIVEWORLD** Международная специализированная выставка товаров для творчества и хобби	www.creativeworld.messefrankfurt.com
30.01 - 03.02 США, Нью-Йорк	**NY NOW** Международная выставка подарков, товаров для дома, интерьера, декора	www.nynow.com
03.02 - 07.02 Испания, Мадрид	**INTERGIFT** Международная специализированная выставка подарков	www.ifema.es/intergift_01
07.02 - 11.02 Лондон, Бирмингем	**SPRING FAIR INTERNATIONAL** Специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.springfair.com
12.02 - 16.02 Германия, Франкфурт-на-Майне	**AMBIENTE** Международная специализированная выставка подарков, посуды, товаров для дома и др.	www.ambiente.messefrankfurt.com
20.02 - 23.02 Индия, Дели	**INDIAN HANDICRAFTS & GIFTS FAIR** Международная специализированная выставка подарков и товаров ремесленного производства	www.epch.in
27.02 - 29.02 Германия, Лейпциг	**CADEAUX Leipzig** Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.cadeaux-leipzig.de
27.02 - 06.03 Италия, Турин	**EXPOCASA** Международная выставка аксессуаров для дома, предметов интерьера, мебели и декора	www.expocasa.it
05.03 - 08.03 США, Чикаго	**INTERNATIONAL HOME & HOUSEWARES SHOW** Международная специализированная выставка посуды и товаров для дома	www.housewares.org/show
16.03 Германия, Бонн	**HAPTICA® live** Международная специализированная выставка сувенирной продукции и материалов для промоушн	www.haptica-live.de
31.03 - 03.04 Турция, Стамбул	**IDEAL HOMEX** Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.idealhomefuari.com
02.04 - 05.04 США, Бостон	**BOSTON GIFT SHOW** Международная специализированная выставка подарков	www.bostongiftshow.com
16.04 - 18.04 Индия, Дели	**HOME EXPO INDIA** Международная специализированная выставка товаров для дома	www.epch.in
18.04 - 21.04 Гонконг	**CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & HOME** Международная специализированная выставка подарков, сувениров, товаров для дома и пр.	www.chinasourcingfair.com
20.04 - 23.04 Гонконг	**HONG KONG HOUSEWARE FAIR** Крупнейшая в Азии международная специализированная выставка товаров для дома	www.hktdc.com/fair/hkhousewarefair-en
21.04 - 24.04 Филиппины, Манила	**MANILA F.A.M.E.** Международная специализированная выставка: предметы интерьера, товары для дома, дизайн, сувенирная продукция, бижутерия, ювелирные украшения, аксессуары	www.manilafame.com
22.04 - 25.04 Тайвань, Тайпей	**GIFTIONERY TAIPEI** Международная весенняя выставка подарков и канцтоваров	www.giftionery.net
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
Апрель (даты уточняются) Китай, Гуанчжоу	**Jinhan Fair for Home & Gifts** Международная специализированная выставка подарков	www.jinhanfair.com
Апрель (даты уточняются) Таиланд, Бангкок	**BIG+BIH** Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.bigandbih.com
Апрель (даты уточняются) Китай, Шэньчжэнь	**GIFTS & HOME CHINA** Международная специализированная выставка домашней утвари, товаров для отдыха и подарков	www.chinagiftsfair.com
Первый этап: **15.04 – 19.04** Второй этап: **23.04 – 27.04** Третий этап: **01.05 - 05.05** Китай, Гуанчжоу	**CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR (CANTON FAIR)** Кантонская ярмарка: 119-ая международная выставка товаров народного потребления	www.cantonfair.org.cn/russian

7-я международная специализированная выставка

STYLISH HOME
OBJECTS & TABLEWARE

1–3 МАРТА
ВЕСНА **2016**
Москва, **«Крокус Экспо»**



ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА ПРЕМИУМ-КЛАССА

ПОСУДА, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА

ПОДАРКИ, ОСВЕЩЕНИЕ, ТЕКСТИЛЬ

ФЛОРИСТИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Организаторы: «МОККА Экспо Групп», ИнтерДеко Экспо
115088 Россия, Москва, ул. Южнопортовая д. 7. Тел.: +7 (495) 363-50-32/33. www.styhome.ru

Реклама

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

ТПП РФ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ

АССОЦИАЦИЯ «НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА

XIX ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Зимняя сказка

- Традиционные изделия и авторские подарки из 65 регионов России
- Экспозиция высокохудожественных произведений
- Увлекательные мастер-классы для детей и работа "Города мастеров"
- Выступление фольклорных коллективов, показы мод, конкурсы, лотереи
- Конференции, семинары, круглые столы



16-20 декабря

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 2 (залы 1-3)
метро «Выставочная»

Генеральный спонсор

Транснефть

XX ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

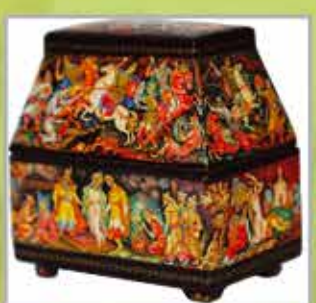
ЛАДЬЯ

Весенняя фантазия

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

2 - 6 марта 2016
Павильон № 2 (залы 1-3)







Адрес: метро Выставочная, 1-й Красногвардейский пр-д

Тел. Ассоциации: (499)124-48-10,124-08-09 **www.nkhp.ru nkhp@mail.ru**

Реклама

Darito.ru.

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА
ПОДАРОЧНЫХ КНИГ И СУВЕНИРОВ

МУДРОСТЬ ВЕЛИКИХ. НАСТОЛЬНАЯ КНИГА.

Этот подарок отлично подходит:

- *руководителю*
- *партнеру по бизнесу*
- *чиновнику*
- *друзьям и коллегам*



Старая цена
~~24900 ₽~~
Новая цена
19900 ₽

Код скидки
D-1215

арт: 070-0005

«Мудрость Великих Бизнесменов, Мыслителей и Правителей» - отличный настольный подарок . На страницах издания собрано множество занимательных и поучительных историй из жизни великих людей. Перед Вами откроются секреты успеха выдающихся дипломатов и финансистов настоящего и прошлого.

Книги исполнены в строго деловом стиле - в кожаном переплете с золотым тиснением и подарочном деревянном футляре. Ограниченный тираж.

Приглашаем к сотрудничеству
Региональные магазины и интернет магазины подарочной продукции.
Подробнее по тел.:8(800)500-04-96
С полным ассортиментом Вы можете ознакомиться на нашем сайте www. Darito. ru (Доставка по России)

Реклама