GIFT REVIEW

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 1(28)/2017
www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА
VIP-подарки

КЕЙСЫ
Что подарить тем, у кого есть всё

СЕГМЕНТ
Летние сувениры

ГАЛЕРЕЯ
Промокружки, промозонты

CARAN D'ACHE
Genève



888 INFINITE®
COLOURFUL SWISSNESS***

- Шариковые ручки и механические карандаши 888 INFINITE **100% Swiss Made****
- Стержни **SWISSRIDE®**: плавный поток чернил и легкость письма
- Широкие возможности для персонализации благодаря почти **безграничной палитре цветов корпуса ручек**

merlion

carandache.com/corporate-gifts
merlion.com

* Ваш логотип **Сделано в Швейцарии ***Все краски Швейцарии

Реклама

IPSA

POWERED BY PSI

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ

МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА О ТОМ, КАК СДЕЛАТЬ ВАШ БРЕНД ВИДИМЫМ:

• брендированная одежда
• корпоративная униформа
• ручки • ежедневники • флаги
• календари • кружки • портфели
• зонты • часы • гаджеты
• рюкзаки • награды • подарки
• упаковка • брошюры
• календари • постеры
• таблички • указатели...

И многое, о чём вы ещё не слышали!

14-16 МАРТА 2017
IPSA ВЕСНА



5-7 СЕНТЯБРЬ 2017
IPSA ОСЕНЬ

ООО «РЕЕД ИС» РЕКЛАМА

ОРГАНИЗАТОР:

Reed Exhibitions®

WWW.IPSA.RU

0+

tendence



new seasons ahead.

be first.

24 – 27. 6. 2017

Начиная с 2017 года самые актуальные международные идеи продукции для дома и сектора сезонных подарков будут впервые представлены на выставке в июне.

new date

Подробности здесь: **tendence.messefrankfurt.com**

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

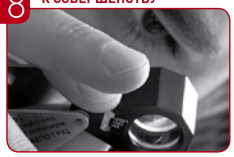
messe frankfurt

СОДЕРЖАНИЕ

3 АКТУАЛЬНО
АКТУАЛЬНО


11 БРЕНД
PREMEC - ШВЕЙЦАРСКИЕ РУЧКИ


12 ТЕМА НОМЕРА
АКТУАЛЬНЫЕ VIP-СУВЕНИРЫ – И УМУ, И СЕРДЦУ


18 БРЕНД
ПРЕМИАЛЬНЫЕ РУЧКИ CARAN D'ACHE: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВУ


24 КЕЙСЫ
ЧТО ПОДАРИТЬ ТЕМ, У КОГО ЕСТЬ ВСЁ


28 МНЕНИЕ
ДА ПОМОГИТЕ ЖЕ ИМ, НАКОНЕЦ, ИЛИ КАК ЗАРАБОТАТЬ НА VIP-ПОДАРКАХ


30 БРЕНД
PAPERPRODUCTS DESIGN: СОЗДАН ДАРИТЬ РАДОСТЬ


34 ГАЛЕРЕЯ
КРУЖКИ

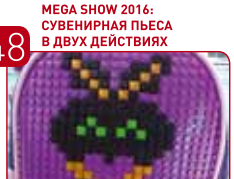

36 КОМПАНИЯ
«МИР КАК СУВЕНИР» – СОТРУДНИЧЕСТВО, ВЫГОДНОЕ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

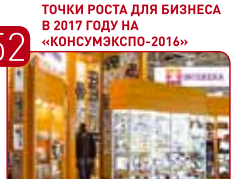

38 БРЕНД
ЛИЦЕНЗИЯ НА УСПЕХ: КАК «МОЛОДЕЖКА» УВЕЛИЧИВАЕТ РЯДЫ ПОКЛОННИКОВ ROBIN RUTH


40 ГАЛЕРЕЯ
ЗОНТЫ


42 СЕГМЕНТ
ПОДАРКИ ОТ DRAGON GIFTS: ЛЕТО В КАРМАНЕ


46 СЕГМЕНТ
КАК УГНАТЬСЯ ЗА МОДОЙ: ЛЕТНИЕ ИДЕИ ОТ «МИЛЛИОНА ПОДАРКОВ»


48 ВЫСТАВКИ
MEGA SHOW 2016: СУВЕНИРНАЯ ПЬЕСА В ДВУХ ДЕЙСТВИЯХ


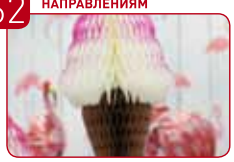
52 ВЫСТАВКИ
ТОЧКИ РОСТА ДЛЯ БИЗНЕСА В 2017 ГОДУ НА «КОНСУМЭКСПО-2016»


53 ДИЗАЙН
ПОБЕДИТЕЛЬНИЦА ФЕСТИВАЛЯ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ - О ПЛАТОНЕ И ВДОХНОВЕНИИ


54 ВЫСТАВКИ
PSI – ПРОМО ПО-ЕВРОПЕЙСКИ


56 ВЫСТАВКИ
CHRISTMASWORLD И FLORADECORA: РОЖДЕСТВО В ПОЛНОМ РАСЦВЕТЕ


60 ВЫСТАВКИ
HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR – РАЗВИТИЕ, НЕ ЗНАЮЩЕЕ ПРЕДЕЛА


62 ВЫСТАВКИ
TENDENCE-2017: ОБНОВЛЕНИЕ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ


Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW:

- на сайте www.gift-review.ru в разделе «Подписка»
- или по телефону: +7 (495) 587-15-69

Журнал GIFT REVIEW
№ 1(28)/2017
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Екатерина Соколова
news@gift-review.ru
Редактор-корректор: Анна Монич
Дизайн и верстка: Марина Еськина

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.: +7 (495) 587-15-69
info@gift-review.ru
www.gift-review.ru
Тираж: 3000 экз.

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.



АКСО

Компания «АКСО» теперь выпускает галантерейные изделия из натуральной кожи. Мы делаем ставку на долговечность и удобство в использовании!

www.akso.su

+7-83-171-524-00

info@akso.su

T

TOTALITA

МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ КРУЖЕВА

Сувениры для дома и офиса, изготовленные методом лазерной резки.

Замечательные подарки к различным праздникам, корпоративная символика, приятные вещицы для дома.

Изящные резы, оригинальные формы, различные цвета, изготовление от 1 шт.

Продажа готовых изделий и реализация Ваших ярких идей!



ООО «Тоталита»
+7 (495) 150-40-05
www.totalita.ru info@totalita.ru

Промокод: Gift Review, скидка 10%

ЛОГАРИФМ ИНТЕРЬЕРА

Высококачественные авторские принты художника Геннадия Курочкина для интерьеров любого уровня и подарков, которым рады.

Достойный, редкий подарок – авторский принт из нашего каталога, произведенный по технологии жикле.

Принты могут быть выполнены разной техникой на всевозможных материалах (от холста до стекла), в любом размере и неограниченных тиражах – все зависит от желания или задачи.

+7-926-823-1660, +7-926-339-0061, +7-926-022-7549

79268231660@yandex.ru

www.opoos1.ru

www.opoos2.ru



ЧАСОВОЙ ЗАВОД
ЗВЕЗДА

ТЕЛ. (48532) 5-43-58
5-62-44, 5-05-91
ТЕЛ./ФАКС (48532) 5-43-01

ЧАСЫ С ВАШЕЙ СИМВОЛИКОЙ ПОД ЗАКАЗ

НАРУЧНЫЕ

НАСТЕННЫЕ

НАСТОЛЬНЫЕ



www.design-zvezda.ru/e-mail: watch@mm-zvezda.ru



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО BRANDTEAM

Благодарим заказчика «Место рыбное» за оказанное доверие, ведь мы прошли нелегкий путь от создания макета до нанесения его на авто. Цель — максимально притянуть взгляды жителей столицы на данный арт-объект. В проекте использовалась пленка KPMF 5000 на кузов + перфорированная пленка на окна 3M™Scotchcal™ 8173. Получилось ли не переборщить с яркостью, судить, конечно, вам, но хорошее настроение при встрече с такой машиной будет обеспечено! Не верите? Тогда мы уже едем к вам!

Услуги:

Реклама на авто
Дизайн-студия
Брендирование авто
Indoor-реклама
Изготовление видеороликов

+7 (495) 509-58-01
+7 (495) 509-58-02
info@brteam.ru
www.brteam.ru





ПРОИЗВОДСТВО СКЛАДНЫХ ВАЗ ДЛЯ ЦВЕТОВ

Размещайте ваш логотип на удобной вазе, создавая свою уникальную рекламную промопродукцию!

- Ваза-визитка с вашим логотипом. Рекламная ваза с вашим логотипом, контактами, сайтом и слоганом – персональный промосувенир вашей компании. От 20 руб. От 100 ваз. Сроки: 7 дней.
- Удобная напольная МЕГА-ваза для крупных, объемных, тяжелых, высоких букетов. Высота до 58 см. Диаметр 17 см. От 50 руб. От 100 ваз. Сроки: 7 дней.
- Индивидуальный заказ на изготовление складной вазы по вашим размерам и с вашим дизайном.

  Флексография. От 10 000 ваз. Сроки: 50 дней.





Сделано в России. Защищено патентом.

#удобнаяваза

Оптово-производственная компания «Удобная Ваза»
+7-902-299-4444
uvaza@ya.ru
www.uvaza.com www.uvaza.ru
@uvazacom



kem ТИПОГРАФИЯ

ЕЖЕДНЕВНИКИ, ПЛАНИНГИ, ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКИ – ЛУЧШИЙ ДЕЛОВОЙ ПОДАРОК

Опции: премиум исполнение в натуральной коже; серебрение, золочение обрезов и полноцветная печать на обрезах; накладные металлические уголки и шильды, подарочная упаковка в шуберы или коробки.

Типография полного цикла «КЕМ»

+7 (495) 363-56-12
www.a-kem.ru



ПОСУДА ИЗ ИРАНА

Тел.: 8-492-412-46-11
nzss_gus@mail.ru
www.guspriymak.ru

Priymak



EDHome

EDHOME – ПРЯМЫЕ ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ ПРЕДМЕТОВ ДЕКОРА ИЗ ИТАЛИИ

- Надежный поставщик с широким ассортиментом товаров для оформления интерьера.
- Одни из лучших оптовых цен в своих категориях товаров. За несколько лет работы EDHome имеет лучшие условия у европейских поставщиков.
- Регулярное обновление ассортимента.
- Доставка товара во все регионы РФ.
- Индивидуальные заказы по каталогам фабрик.

- **Искусственные цветы и композиции**
- **Вазы и предметы интерьера**
- **Новогодний ассортимент и искусственные елки**
- **Товары для оформления свадьбы и праздников, подарочная упаковка**







Шоу-рум: Москва, Дмитровское шоссе, 157, стр. 5
бизнес-центр «ГЕФЕСТ»
+7 (499) 905-00-11, +7-915-210-70-60
www.edhome.ru
manager@edhome.ru

АРТСИМВОЛ

artsymbol.ru
8 (831) 464-54-19
zakaz@artsymbol.ru

Производство и оптовая продажа изделий из дерева и металла, лазерная резка и гравировка. Лидер по ассортименту сувенирных ложек, брелков, амулетов и талисманов. Корпоративные подарки, эзотерическая продукция. Индивидуальный дизайн под заказ.

НАШИ КОЛЛЕКЦИИ:



1. **АМУЛЕТЫ И ТАЛИСМАНЫ** более 700 видов (славянские, кельтские, пентакли, мировая символика и др.).



2. **ЛОЖКИ С ГРАВИРОВКОЙ** более 400 видов (именные, профессиональные, прикольные, праздничные и др.)

3. **СУВЕНИРЫ ИЗ ДЕРЕВА** более 500 видов (автодомовые, обережные расчески, подставки под горячее, ловцы снов, руны и др.)



4. **ТУРИСТИЧЕСКИЕ КОЛЛЕКЦИИ** (брелки, ложки, магниты, сувенирные спички и др.)





5. **ОБЪЕМНЫЕ ТАЛИСМАНЫ** (кумирница, пентакли судьбы, фэн-шуй)



6. **МАГИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ** (духи, свечи, ларцы желаний, ловцы денег и др.)

Наши преимущества: цены производителя, аннотация на каждом товаре, бесплатные стенды и доставка товара.

Промокод на скидку 7% на первый заказ: **GIFT 7**

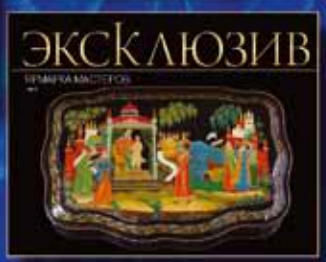
ЭКСКЛЮЗИВ

Все лучшие идеи в одном каталоге



Книги в эксклюзивном исполнении

Уникальные изделия народного промысла





Бизнес-подарки руководству, партнерам, сотрудникам

Благодарность тем, кто рядом с тобой в семье и на работе



Персональная консультация по телефону: 8(910)434-20-73

- По вопросам сотрудничества
- Оформление заказов
- Подбор и переплет библиотек
- Размещение в каталоге

Компания «Эксклюзивная коллекция» Тел.: +7(495)974-29-79 premium@premiumbook.ru www. premiumbook.ru

НОВАЯ СУМКА ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ ДЛЯ НОШЕНИЯ НА ПОЯСЕ ОТ КОМПАНИИ «АКСО»

Ваши документы и мелочи всегда под рукой, когда вы на мотоцикле или велосипеде!

www.akso.su

+7-83-171-524-00

info@akso.su



МОСКОВСКАЯ ШОКОЛАДНАЯ МАНУФАКТУРА

Фигурный шоколад, шоколадные инструменты, шоколадные формы по индивидуальному заказу.
Сувенирные подарочные наборы в розницу и для корпоративных клиентов.

+7 (499) 322-43-58, +7-926-067-68-65

Ул. Нижняя Красносельская, д.5, стр. 1

order@moschoco.com

www.moschoco.com



Уличный камин
металлическая сфера

Идея, бренд, рисунок –
любой дизайн
на ваш выбор в
очаге с живым огнем.

+7 (495) 2408684
info@firecup.ru
www.firecup.ru

Уличные очаги ручной работы
FIRECUP



МАСТЕР СУВЕНИРОВ

Российский производитель промосувениров из ПВХ

•БРЕЛОКИ
•МАГНИТЫ
•ФЛЕШКИ

и другая рекламно-сувенирная продукция

ФЛЕШ:КА

+7 (495) 241-23-59
мастерсувениров.рф

t°ERMO СУВЕНИР
ВОЛШЕБНАЯ СИЛА ТЕПЛА!

Корпоративные подарки к любому празднику



СУВЕНИРНЫЕ ГРЕЛКИ

К НОВОМУ ГОДУ



К 8 МАРТА И 23 ФЕВРАЛЯ | К ДНЮ МЕДРАБОТНИКА | К ДНЮ ВСЕХ ВЛЮБЛЕННЫХ

Грелка с Вашим логотипом это:

ОРИГИНАЛЬНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ НОСИТЕЛЬ
ПОЛЕЗНЫЙ БИЗНЕС-СУВЕНИР
ОТЛИЧНЫЙ ПОДАРОК К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ И НАЦИОНАЛЬНЫМ ПРАЗДНИКАМ
ИДЕАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ ДЛЯ ПРОМО-ПОДАРКА



info@termosuvenir.ru | +7(499)157-70-40 | www.termosuvenir.ru

термосувенир.рф



Бумага упаковочная

-Крафт бумага
-Цвет бумаги (бурый, белый)
-Рисунок (разнообразный)
-Размер рулона (0,5х10м, 0,5х50м,0,5х150м, 0,75х50м, 0,75х50м)
-Цена (от 5,5р.м.)



Коробки с самовытягивающимися салфетками

-Печать(полноцвет)
-Размер (10*10/15*11*4,5)
-Тираж (от 1000р.)
-Цена (45р)





Коробки для Кейтеринга

-Гофрокартон
-Цвет (белый,бурый)
-Размер (50х25х33)
-Тираж (от 500шт.)
-Цена (от 60р.)



ПЛЕЙСМЕТЫ

-Бумага (пергамент, крафт,жироотталкивающая)
-Цвет (белый,бурый)
-Размер (множество типоразмеров)
-Тираж (от 5000шт.)
-Цена (от 2р.)

МИРУПАК
(495) 221-05-11
www.mirupac.su
www.tdkraft.ru

тел/факс:
+7 (495) 221-05-11
109202 Россия, г. Москва, м. Авиамоторная
ул.Басовская д16, пл.Карачарово, пл.Фрезер
e-mail: mirupac@mail.ru



Пакеты бумажные брендированные

- Ручка (бумажная, крученная)
-Цвет (белый,бурый)
-Размер (множество типоразмеров)
-Тираж (от 1000 шт.)
-Цена (от 12р.)



Пакеты бумажные брендированные

-Ручка (бумажная, плоская)
-Цвет (белый,бурый)
-Размер (множество типоразмеров)
-Тираж (от 1000шт.)
-Цена (от 9р.)



Пакеты бумажные брендированные без ручек

-Цвет (белый,бурый)
-Размер(иножество типоразмеров)
-Тираж (от 2000шт.)
-Цена (от 2,5р.)



Реклама

Premec ШВЕЙЦАРСКИЕ РУЧКИ

SWISS WITH PRIDE

Одним из главных приоритетов швейцарского бренда Premec является внедрение инновационных технологий и креативных решений в индустрии пишущих принадлежностей. Компания, основанная более полувека тому назад, сумела не только получить признание по всему миру, но и зарекомендовать себя как новатора отрасли. Высочайшее качество производства обеспечило Premec выход на кардинально новый уровень создания продукции. Компания дала понять своим клиентам, что канцелярская ручка может обладать исключительными характеристиками и при этом иметь более чем доступную цену.

В 2014 году Premec выходит на российский рынок и тут же привлекает внимание и интерес многочисленной аудитории. Спустя три года присутствия компании в России уже с уверенностью можно сказать, что бренд нашел широкий отклик среди клиентов. Так полюбившаяся всем уникальная эргономика, дизайн и надежность отличает Premec от всех предложений на рынке.

Цветные чернила в цвет корпуса:

голубой
пурпурный
фиолетовый
красный
оранжевый
зеленый
черный
синий



Полноцветная печать 360°

На ручках CHALK Вы можете заказать полноцветную круговую печать.





Дополнительные опции отделки корпуса:

SAND - отделка содержит мелкие частицы, которые придают корпусу ручки особый текстурированный вид. Ручку можно персонализировать печатью на клипе, используя до 6 цветов.

DROPS - специальная прозрачная отделка создаёт эффект конденсата.

Speckled - с помощью этой специальной техники на ручку можно напылить максимум 3 цвета, делая, таким образом, каждую ручку уникальной.

Leather - специальная отделка придаёт ручке фактуру кожи. Этот эффект получается благодаря специальному покрытию, которое образует трещинки в верхнем слое.





Вы можете заказать набор из нескольких ручек в персональной упаковке.
Индивидуальный дизайн обложки.

Chalk



Модель CHALK В пластиковом и металлическом корпусе. Виды пластика: матовый, BIO, FLUO, METALLIC. Данная модель обладает широкими возможностями для нанесения Вашего логотипа: круговая полноцветная печать по всему корпусу ручки; широкий клип; различные варианты покрытия корпуса.



RADICAL



Модель RADICAL может быть с металлическим клипом или без клипа. Корпус может быть выполнен из обычного матового или прозрачного пластика, а также с покрытием SOFT TOUCH.



BRAVE



Модель BRAVE отличается своей оригинальной, эргономичной, треугольной формой. Корпус может быть выполнен из прозрачного или непрозрачного глянцевого пластика, а также из металлопластикового композита.



torsion



Модель TORSION имеет эргономичный корпус со спиральными гранями. Корпус может быть выполнен из обычного матового пластика, а также с покрытием SOFT TOUCH.



Эксклюзивный представитель в России, Казахстане и Белоруссии ООО «РПК «Пи-Ай-Ви»,
г. Москва, ул. Электролитный проезд, 3, тел.: +7(495) 225-995-3, premec-russia.ru

Реклама

АКТУАЛЬНЫЕ VIP-СУВЕНИРЫ – И УМУ, И СЕРДЦУ

В ситуации с премиальной сувенирной продукцией больше вопросов, чем ответов. Что дарить бизнес-партнерам, если это первые лица компаний: элитный алкоголь, дорогую канцелярку? А как брендировать, и надо ли вообще это делать? Будут ли ваш VIP-подарок с удовольствием использовать или в лучшем случае передарят? И что делать, если вы не намерены обойтись протокольным сувениром, а искренне желаете отблагодарить или обратить на себя внимание? В попытке ответить на эти вопросы мы собрали опыт производителей и заказчиков подарков VIP-класса.



АЛЕКСАНДРА ЛИШАНКОВА,
ведущий менеджер проекта «Мир Эксклюзивной Книги», ООО «Императорский монетный двор»

www.premiumbook.ru

ВОПРОС: ***Какие VIP-подарки чаще всего заказывали у вас в 2016 году? Из каких отраслей активнее всего поступали заказы?***

ОТВЕТ: Наиболее востребованными VIP-подарками в 2016 году были книги по искусству, изделия из янтаря, ювелирные украшения, аксессуары из латуни. Чаще всего заказы поступали от частных клиентов, из администраций городов, от коммерческих фирм.

ВОПРОС: ***Какова специфика сроков при заказе VIP-подарков?***

ОТВЕТ: Большая часть нашей продукции изготавливается вручную и, как правило, на это уходит немало времени. Поэтому основная специфика в том, что клиенту приходится запастись терпением – иногда на создание изделия уходит больше месяца. Но надо помнить, что качество не терпит спешки. Наши специалисты серьезно относятся к своей работе, чтобы заказчик получил уникальный сувенир, отражающий индивидуальность адресата.

VIP-подарок должен быть уникальным, отображать индивидуальность заказчика.





ТАТЬЯНА СЫСОЕВА,
руководитель отдела закупок VIP-продукции ГК «Оазис»

www.vip.oasiscatalog.com

ВОПРОС: ***Надо ли брендировать премиальные сувениры или их упаковку?***

ОТВЕТ: Персонализация VIP-сувениров – это, наверное, самая спорная тема. Наши технологии позволяют брендировать любой предмет из нашей коллекции, однако с VIP-изделиями надо быть очень осторожным. Никто не будет носить портмоне известного бренда с логотипом другой компании: нанесение убивает самый смысл такого подарка. Поэтому разработаны способы брендирования VIP-подарков, которые не лишают их эмоциональной ценности: допустим,



можно упаковать изделие в корпоративную бумагу, на фирменной упаковке сделать шильд с нанесением или вложить специальный корпоративный вкладыш.

ВОПРОС: ***Какова специфика сроков при заказе премиальных сувениров?***

ОТВЕТ: В нашей компании создан большой склад для VIP-подарков, и оттуда мы доставляем их за один-два дня. Если же заказывают продукцию из Европы, то надо учитывать, что почти ни у кого из элитных европейских компаний нет своих складов. Производство ведется строго под заказ. Обычно на это уходит 30-45 дней плюс две недели на доставку и таможню, то есть продукция европейских представителей приходит через полтора-два месяца.

В 2016 году у нас чаще всего заказывали продукцию известных брендов и изделия русских промыслов. В основном заказы поступали из сферы связи и информационных технологий, а также от компаний топливно-энергетического комплекса.



ИГОРЬ ТЯБУТ,
заместитель генерального директора по работе с корпоративными клиентами ГК «Часпром»

www.time-logo.ru



ВОПРОС: ***Из каких отраслей активнее всего поступали заказы на VIP-подарки в 2016 году?***

ОТВЕТ: Мы работаем в таком, на первый взгляд, узком сегменте рекламного и сувенирного рынков, как производство часов с логотипом заказчика. Однако в данном направлении у нас весьма широкий диапазон цен и богатый ассортимент продукции. К сожалению, тенденции 2016 года, связанные со сложностями в российской экономике, перешли и в 2017. Это сказалось и на объемах закупаемой VIP-продукции, и на снижении ценовой ниши данной категории подарков. Тем не менее можно отметить некоторое увеличение заказов от предприятий ВПК. И по-прежнему в пуле заказчиков находятся крупные производственные предприятия и торговые компании.

Самый необычный VIP-сувенир мы изготовили для компании Wargaming.net – швейцарские наручные часы. Мы разработали эксклюзивный дизайн часов с логотипом WORLD of TANKS, который был воплощен и реализован совместно с нашими швейцарскими партнерами. Работа заняла полгода, но конечный результат превзошел все ожидания.

ВОПРОС: ***Каковы основные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры?***

ОТВЕТ: Главной сложностью является, пожалуй, повышенная требовательность со стороны заказчика. Собственно, это и не удивительно: клиент хочет получить эксклюзивный подарок, исходя из затраченных на него материальных средств. Правда, заказчик не всегда отдает себе отчет в том, что конечная стоимость продукта прямо пропорциональна степени его уникальности. Изначально заложенные бюджеты не всегда соответствуют намеченным целям. Приходится искать компромиссы. Кроме того, чем уникальнее продукт, тем больше времени требует его воплощение. Все, что попадает в категорию «ограниченного выпуска», не может быть выполнено за два дня.

СЛОВО ЗАКАЗЧИКУ



ЕЛЕНА СКАКУН,
менеджер по рекламе и PR, Бюро научно-технической информации и рекламы АО ОКБ «ГИДРОПРЕСС»

www.gidropress.podolsk.ru

АО ОКБ «ГИДРОПРЕСС» осуществляет сложный комплекс работ по созданию реакторных установок различных типов для АЭС. VIP-подарки для Нового года мы начинаем подбирать еще в апреле-июне. Получатели подобных сувениров – генеральные директора, их заместители, а также начальники направлений. Как правило, сувениры брендируются методом тиснения или лазерной гравировки. Самый необычный VIP-сувенир, который нам приходилось заказывать, – это малахитовый шахматный стол высотой 120 см. Мы считаем, что подарок должен быть таким, чтобы человек захотел забрать его домой, а не оставить на работе или передарить.





МИХАИЛ СОЛОМАТИН,
коммерческий директор
ООО «Дятьковский хрустальный завод плюс» – владельца торговой марки «Мальцов 1790»

www.maltsov.com

ВОПРОС: ***Какие VIP-подарки чаще всего заказывали у вас в 2016 году? Из каких отраслей активнее всего поступали заказы?***

ОТВЕТ: В 2016 году из товаров категории VIP наибольшим спросом пользовались хрустальные шахматы, дарохранительницы, иконы, а также обычная продукция высокого ценового сегмента (вазы, питьевые наборы). Традиционно заказы на такие изделия поступают из администраций областей и городов, управлений федеральных служб, от руководства крупных компаний.

Лично мне запомнился один из самых сложных заказов: для человека, связанного с большим теннисом, нужно было изготовить сувенир в виде теннисного корта и ракетки. К сожалению, фотографии не осталось, но представьте себе – сделать теннисную сетку из хрусталя!

ВОПРОС: ***Каковы основные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры?***

ОТВЕТ: Главной сложностью при любом индивидуальном заказе является то, что клиент чаще всего толком не знает, чего хочет. Мы всегда делаем визуализацию, но она довольно плохо передает реальный вид изделия, а подкорректировать готовую вещь уже не представляется возможным. Поэтому изначальное согласование всех нюансов – довольно сложный процесс. Кроме того, все хотят получить свой заказ быстрее, а срок изготовления эксклюзивных изделий, как правило, составляет не менее 30 дней.



каталог радуга

КАТЕРИНА ВЯЗОВЦЕВА,
коммерческий директор
ООО «Рэйнбоу Каталог»

www.ra-duga.ru

Если важно, чтобы запомнился сам момент дарения, то нужно брендировать упаковку. Но если даритель подошел к выбору нетривиально, то подарок, да и его самого, запомнят и так!

ВОПРОС: ***Каковы основные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры?***

ОТВЕТ: Зачастую, получая заказ на VIP-подарок, мы сталкиваемся с отсутствием хоть какой-нибудь информации о том, кому он предназначен. Все, что у нас есть, – лишь направление для рассуждений.

ВОПРОС: ***Какова специфика сроков при заказе VIP-подарков?***

ОТВЕТ: Не могу сказать, что есть какая-то специфика. Все зависит от заказчика. Если человек четко понимает, что он ищет, и ставит конкретные задачи, тогда и сроки минимальны. А если перед нами ситуация из серии «пойди туда – не знаю куда, принеси то – не знаю что», то сроки могут и растянуться.



СЛОВО ЗАКАЗЧИКУ

НАДЕЖДА СЕДОВА,
ведущий специалист АО «Центр технологии судостроения и судоремонта»

www.sstc.spb.ru

Наша компания занимается судостроением и разработкой технологий. Подбирать VIP-подарок мы начинаем за два-три месяца, а дарим на Новый год и на 23 февраля. Мы считаем, что сувениры надо брендировать, чтобы было понятно, от кого преподносится подарок. Бюджет – в пределах 3000 рублей на один подарок. Самые большие сложности при заказе VIP-продукции заключаются в согласовании с нашим руководством.



АНТОН АФАНАСЬЕВ,
коммерческий директор компании «АКСО»

www.akso.su

Наши лидеры продаж из категории VIP – подарочные наборы посуды для пикника, упакованные в дипломаты, а также шашлычные наборы в чехлах из натуральной кожи.



ВОПРОС: ***Какой самый необычный VIP-сувенир вам приходилось изготавливать?***

ОТВЕТ: За 12 лет работы на рынке подарков нам доводилось выполнять много необычных заказов. Больше всего мне запомнился ранец солдата московского гренадерского полка 1812 года (частичная копия). Идея исходила от заказчика. Ранец был выполнен из натуральной кожи с нанесением тематических изображений методом слепого тиснения.

ВОПРОС: ***Каковы основные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры?***

ОТВЕТ: Если речь идет о разработке нестандартной продукции, то зачастую заказчик не до конца понимает, что он хочет получить в итоге. Трудно объяснить, как будет выглядеть готовое изделие, когда «живых» примеров просто не существует в природе. Это нормально – ведь не все могут похвастаться развитым воображением. Но не припомню случая, чтобы клиент уходил от нас недовольным. Добиться нужного результата удавалось всегда.



АНТОН ВЕРТ,
основатель и генеральный директор VertComm

www.vertcomm.ru

Топ продаж среди VIP-подарков – это ручки, часы, подставки из различных благородных металлов. Заказы поступают из госаппарата, корпораций с государственным участием; от заводов; из отраслевых компаний, связанных с металлургией, нефтедобывающим и газопромышленным комплексами.

ВОПРОС: ***Надо ли брендировать премиальные сувениры или их упаковку?***

ОТВЕТ: Наносить логотип непосредственно на продукцию имеет смысл только в тех случаях, когда есть проверенная площадь нанесения, или если речь идет о персональном подарке. И делать это лучше на обратной, не лицевой стороне. Большинство VIP-сувениров богато упакованы, и брендировать такую упаковку надо отчетливо, но неярко: допустим, ограничиться тиснением логотипа или названия.



ВОПРОС: ***Какой самый необычный VIP-сувенир вам приходилось изготавливать?***

ОТВЕТ: Набор для протокольных встреч, состоящий из кирки, лап мамонта и расписной матрешки, в индивидуальном бокс-сете. Все эти предметы символизировали специфику одного из регионов России.

СЛОВО ЗАКАЗЧИКУ



ИРИНА МАКИРКА,
коммерческий менеджер ООО «АКС»

www.cis-catering.com/ru

Наша компания работает в сфере аутсорсинга и кейтеринга. VIP-персона, для которой мы чаще всего заказываем подарки, – это директор, начальник отдела или руководитель департамента; как мужчина, так и женщина 35-50 лет. Поводы для вручения VIP-подарков – дни рождения и профессиональные праздники. Сами сувениры, как правило, не брендируем – только подарочные пакеты. Бюджет на один экземпляр предварительно согласовывается с руководством. Подбирать VIP-подарки мы начинаем за два месяца до часа икс. Главные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры – гарантия качества конечного продукта, соответствие последнего нашим пожеланиям, а также сроки изготовления и получения.



АЛЕКСАНДР ЗАПОРОЖЕЦ,
генеральный директор компании Bag&Wallet

www.bagandwallet.ru

> *Чем больше выбор у клиента (например, три вида кожи и четыре цвета), тем больше времени он будет согласовывать нюансы, поэтому такие заказы выполняются дольше и сложнее.*

ВОПРОС: ***Какой самый необычный VIP-сувенир вам приходилось изготавливать?***

ОТВЕТ: Для двух известных банков мы произвели кардхолдеры с RFID-защитой от считывания данных и с индивидуальным тиснением. Банкам и их VIP-клиентам понравилась эта концепция, в том числе и потому, что стоимость единицы продукции не превышала 2000 рублей, а выглядел подарок очень дорого и, самое главное, был полезен получателю.

ВОПРОС: ***Каким критериям, кроме стоимости, должна соответствовать премиальная продукция?***

ОТВЕТ: Сейчас VIP-подарок должен быть не только дорогим, но и полезным. Заказчику важно, чтобы получатель пользовался подарком.











ИРИНА ЛАРИНА,
старший менеджер департамента по работе с VIP-клиентами и индивидуальным заказам компании «Императорский фарфоровый завод»

www.imp.ru

> *Самые необычные VIP-подарки? Фарфоровое декоративное блюдо со стерлядью и набор «Градирни» (градирни – устройства для охлаждения большого количества воды, которые используются на ТЭЦ – GR).*



ВОПРОС: ***Какие VIP-подарки чаще всего заказывали у вас в 2016 году?***

ОТВЕТ: В 2016 году по индивидуальным заказам мы выполняли вазы, декоративные блюда, тарелки, сервизы, жанровую и анималистическую скульптуру, а также копии исторических произведений из коллекции Государственного Эрмитажа.

ВОПРОС: ***Каковы основные сложности в согласовании заказов на элитные сувениры?***

ОТВЕТ: В изготовлении любого произведения по спецзаказу задействовано много отделов и специалистов. Это дизайнеры, мастера, отливщики, живописцы, художники, менеджеры и др. Эскизы разрабатываются в индивидуальном порядке. Поскольку нашими заказчиками являются люди не только из России, но и из-за рубежа, порой возникают сложности с фотографированием, согласованием образца и составлением фирменного сертификата подлинности. Кроме того, при создании изделий по спецзаказу часто используется ручной труд – отсюда и долгие сроки изготовления.





СЛОВО ЗАКАЗЧИКУ



ЕВГЕНИЯ САВОЧКИНА,
начальник отдела маркетинговых коммуникаций ГК «Финвал»

www.finval.ru



ГК «Финвал» работает в области инжиниринга, поставки металлообрабатывающего оборудования, а также технического обслуживания и проведения пуско-наладочных работ. Наиболее популярными подарками в 2016 году были мобильные зарядные устройства, бизнес-книги и элитный алкоголь. Самым ярким и запоминающимся сувениром стал самовращающийся глобус, который постоянно вертится под воздействием только света и магнитного поля Земли.

В основном VIP-подарки мы преподносим партнерам на Новый год, готовиться к которому начинаем за шесть месяцев. Также поводом для подарка может стать юбилей организации-заказчика – в этом случае сроки намного меньше. Наша целевая аудитория – мужчины в возрасте от 40 до 60 лет, главные инженеры и технологи, генеральные директора и собственники бизнеса.

Основная цель, которой мы хотим достичь при вручении подарка, – вызвать у человека положительные эмоции. Поэтому все наши подарки не столько практичные, сколько запоминающиеся на эмоциональном уровне – и обязательно персонифицированные!

ХАРАКТЕРИСТИКИ VIP-СУВЕНИРОВ

КОМПАНИЯ	ПОВОД ДЛЯ ВРУЧЕНИЯ	СТОИМОСТЬ за 1 шт., руб.	БРЕНДИРОВАНИЕ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
«Мир Эксклюзивной Книги»	Новый год, 8 марта, 23 февраля, дни рождения, Пасха, 9 мая	**5 000 – 500 000**	Мы не оказываем данной услуги, так как наши подарки рассчитаны, в основном, на частных лиц, а брендирование более востребовано в корпоративном сегменте	Мужчина 45-65лет / женщина 35-55лет, занимающий / -ая высокую должность или на пенсии; увлекается искусством, составлением библиотеки, оформлением кабинета
«Часпром»	Юбилеи предприятий; презенты ключевым партнерам и руководителям отделов компаний, входящих в ГК	**5 000 – 50 000**	Тампопечать, шелкография, лазерная и ударно-игольчатая гравировка; логотип в виде объемного металлического накладного знака	Представитель высшего и среднего звена менеджмента компаний
«Оазис»	Новый год, 8 марта, профессиональные праздники, юбилей компании, конференции и семинары	**3 000 – 15 000**	Упаковка в корпоративную бумагу, шильд с нанесением на фирменной упаковке, специальный корпоративный вкладыш	Мужчина и женщина любого возраста (за последнее время руководящий состав значительно омолодился)
«Дятьковский хрустальный завод плюс»	Юбилеи, назначение на должность, профессиональные праздники	**25 000 – 70 000**	Специальные подарочные коробки с логотипом компании; в коробку вложена брошюра с информацией о том, что подарок выполнен вручную потомственными мастерами	Высокопоставленный чиновник, руководитель управления или крупной компании (мужчина за 50, увлекающийся охотой и рыбалкой)
«Рэйнбоу Каталог»	Завершение крупных проектов, профессиональные достижения, личные события	**от 1500**	Нанесение логотипа любым способом, исходя из технических характеристик	Чиновник и политик любого уровня, крупный бизнесмен, а также всякий человек, важный для самого дарителя
«АКСО»	Юбилей компании-заказчика, день рождения руководителя компании, Новый год, различные корпоративные мероприятия	**5 000 – 20 000**	Ручной рисунок художника, горячее тиснение, лазерная гравировка, прямая полноцветная печать	Мужчина за 45, преуспевший в карьере и занимающий руководящую должность
VertComm	День основания компании, протокольные встречи, дни рождения, отраслевые праздники	**5 000 – 55 000**	Гравировка на продукции, тиснение на упаковке	Директор или президент компании – мужчина старше 45 лет
Bag & Wallet	Календарные и профессиональные праздники, дни рождения	**2000 – 25 000**	Тиснение	Мужчина 35-45 лет, занимающий топ-позицию в компании
«Императорский фарфоровый завод»	Юбилеи, визиты знаменитостей из мира политики и культуры; международные соревнования и фестивали; дни рождения, корпоративные праздники, Новый год, 8 марта, 23 февраля, День Победы	**30 000 – 180 000**	Ручная роспись	Знаменитость из мира политики и культуры либо руководящий работник

ПРЕМИАЛЬНЫЕ РУЧКИ CARAN D'ACHE: ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВУ

Мало кто знает, что премиальные письменные принадлежности – не только прекрасный подарок к важному празднику или значимой дате, но и перспективная область для развития бизнеса. Сегодня мы расскажем о b2b-возможностях и предложениях всемирно известного швейцарского производителя роскошных пишущих принадлежностей – компании Caran d'Ache. Вашему вниманию предлагается свыше 260 наименований персонифицированных презентов, которые придутся по вкусу даже тем, кого трудно чем-нибудь удивить. Не будем забывать и о том, что премиальный подарок – это прекрасный способ отблагодарить клиентов и партнеров или укрепить их лояльность.

ДАРИТЕ УДОВОЛЬСТВИЕ ОТ ЖИЗНИ

Удовольствие от процесса дарения – это ощущение, которое остается в памяти надолго. Премиальная ручка может нести в себе эмоции, связанные не только с процессом дарения, но и с установлением связи между людьми. Ручка – постоянный спутник в работе, позволяющий фиксировать на бумаге важные мысли и планы, поэтому она всегда будет желанным подарком. А пишущие принадлежности от компании Caran d'Ache еще и воплощают собой те ценности, которые лучше всяких слов выражают уважение и признательность. Все продукты: перьевые ручки, роллеры, шариковые авторучки, обычные и механические карандаши, бутылочки чернил и т.п., – изготовлены с соблюдением высочайших стандартов качества и



нестандартного уровня изысканности. И то, и другое становится очевидным, как только написанные такой ручкой слова и строчки ложатся на бумагу.

Премиальные презенты, появившиеся из сочетания уникальных знаний и навыков, пропитаны неустанным стремлением к совершенству и незаурядным творческим духом. Это уже не просто подарок, а приглашение получать удовольствие от жизни!

МАРКА «СДЕЛАНО В ШВЕЙЦАРИИ»

Компания Caran d'Ache разделяет те же принципы, что и именитые швейцарские изготовители наручных часов и драгоценностей. Ее продукция полностью оправдывает эксклюзивную марку «Сделано в Швейцарии» и соответствует



1010 Diamonds



Astrograph



Crystal





самым строгим стандартам качества, поскольку изготавливается из отборного сырья в ходе множества производственных операций, с обязательным контролем и тестированием на каждом этапе процесса. Исключительный профессиональный опыт мастеров компании на сегодняшний день также является общепризнанным.

МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Любой подарок может стать эксклюзивным с помощью продуманной персонализации. Современные технологии дают возможность не просто подарить вещь, но и запечатлеть на ней нужные слова, логотипы или другие символы, понятные только получателю. На швейцарской фабрике Caran d'Ache мастера используют несколько типов нанесения изображения на пишущие принадлежности, и у каждого из них есть свои преимущества.

Горячее тиснение позволяет осуществлять рельефную цветную печать на любой основе. Для этого рельефную матрицу нагревают до температуры 100-200°C, после чего между поверхностью и материалом для печати помещают цветную пленку (золотистую или серебристую). Под воздействием давления и тепла матрицы графическое изображение переводится с пленки на соответствующий материал.

Лазерная гравировка – бесконтактный процесс нанесения надписи с помощью интенсивного светового луча, под воздействием которого поверхность для гравировки начинает плавиться. Движение луча по поверхности управляется зеркалами, обеспечивающими высокую точность.

ПИШУЩИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ОТ КОМПАНИИ CARAN D'ACHE ВОПЛОЩАЮТ СОБОЙ ТЕ ЦЕННОСТИ, КОТОРЫЕ ЛУЧШЕ ВСЯКИХ СЛОВ ВЫРАЖАЮТ УВАЖЕНИЕ И ПРИЗНАТЕЛЬНОСТЬ.


Caelograph


Ecridor

ПРОДУКЦИЯ КОМПАНИИ CARAN D'ACHE ПОЛНОСТЬЮ ОПРАВДЫВАЕТ ЭКСКЛЮЗИВНУЮ МАРКУ «СДЕЛАНО В ШВЕЙЦАРИИ» И СООТВЕТСТВУЕТ САМЫМ СТРОГИМ СТАНДАРТАМ КАЧЕСТВА.



ГОРЯЧЕЕ ТИСНЕНИЕ



ЛАЗЕРНАЯ ГРАВИРОВКА



АЛМАЗНАЯ ГРАВИРОВКА

Алмазная гравировка осуществляется наконечником алмазного резца. Данная техника позволяет создать персонализированные подарки в виде ручек с выгравированным текстом. Данный метод не ведет к удалению какого-либо материала с ручки (в отличие от гравировки фрезерным резцом), а полученная гравировка отличается высочайшим уровнем точности и качества.

Шелкография схожа с трафаретной печатью. Скребок проталкивает чернила через отверстия в очень тонком решете и наносит их на поверхность изделия. Решето представляет собой кусок тканого материала, на котором пространство между нитями на одних участках закрыто, а на других – открыто, что позволяет нанести логотип или напечатать текст.

Тампопечать представляет собой систему непрямой печати, которая используется для нанесения изображения на самые различные материалы. На металлической пластине кислотой гравируется нужный рисунок или сообщение. Затем полости заполняются чернилами, после чего к пластине прижимают силиконовый тампон, с помощью которого чернила будут перенесены на объект. Благодаря данному процессу надпись наносится очень точно и быстро.

КУЛЬТОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ

Коллекция **Ecridor** включает в себя семь линеек продукции, выполненных в технике гильошированния (гравировка на поверхности металла сетки волнистых, закономерно переплетающихся линий). Эти изделия словно бы вдохновлены другим миром и ценятся особенно высоко, а выгравированный логотип или имя сделают их и вовсе неповторимыми.

Коллекции офисных ручек и карандашей характеризуются цветовым разнообразием – с таким расчетом, чтобы с легкостью «вписаться» в любой корпоративный стиль. Так, коллекция **849** – отличный посредник в области корпоративного общения. Шариковые ручки и механические карандаши из алюминия могут быть выполнены в различных цветах и с любыми графическими дизайнами. Такие изделия отлично подходят для создания персонализированных подарков.

Новая линейка продукции **888 INFINITE®** включает в себя шариковые ручки и механические карандаши, доступные практически в любом цветовом исполнении. Жесткий шестигранный корпус из прочного пластика может быть изготовлен в любой расцветке по шкале Pantone® (минимальный заказ 1000 шт.).



ТАМПОПЕЧАТЬ



РЕЛЬЕФНАЯ ПЕЧАТЬ



ШЕЛКОГРАФИЯ

По вопросам приобретения и персонализации продукции Caran d'Ache обращайтесь к официальному дистрибьютору марки в России компании MERLION (www.merlion.com)

СКРЕПКА ЭКСПО

Объединяя лучших

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



24 международная специализированная выставка

КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

14-16 марта 2017

Информационная поддержка:

Лидер · Профессионал · GIFT REVIEW · Административный Директор · KANST.RU · AUGUSTBORG · Хороший секретарь · Журнал для детей Фиксик · Имидж-Медиа · Полиграфия · Игры и игрушки

При поддержке:

АПКОР · Крокус Экспо · МОП

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

Панно с применением сусального золота







Сегодня Вы можете стать родоначальником своей "Золотой истории" и воспроизвести в благородном металле семейные реликвии, проследить вехи создания предприятия, пролистать золотые страницы истории родного города. Мягкое, толерантное и неагрессивное золото станет действительно неповторимым, так как фон, образуемый вручную уложенными листами, так же уникален, как узор на стекле в морозный день.




РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ

ПАТЕНТ

НА ИЗОБРЕТЕНИЕ

№ 2604311

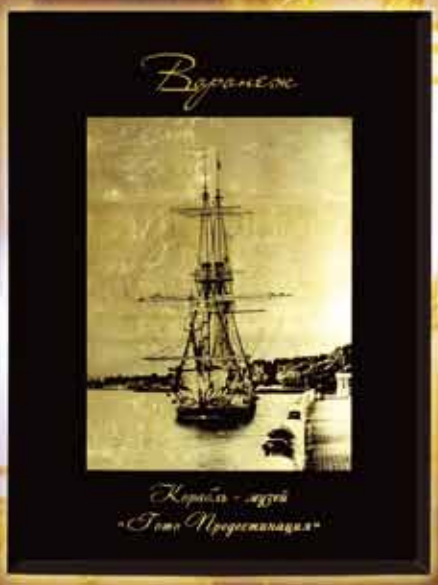
СПОСОБ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СУВЕНИРНОГО ПАННО С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СУСАЛЬНОГО ЗОЛОТА, СЕРЕБРА, ПОТАЛИ С НАНЕСЕННЫМ ИЗОБРАЖЕНИЕМ НА ПОВЕРХНОСТЬ

Компания ООО "Дизайнцентр" получила патент на изобретение технологии изготовления панно с использованием сусального золота и серебра.

Реклама

ДИЗАЙН ЦЕНТР
www.dizaincentr.ru









В золоте сосредоточены
все силы человечества
Оноре де Бальзак



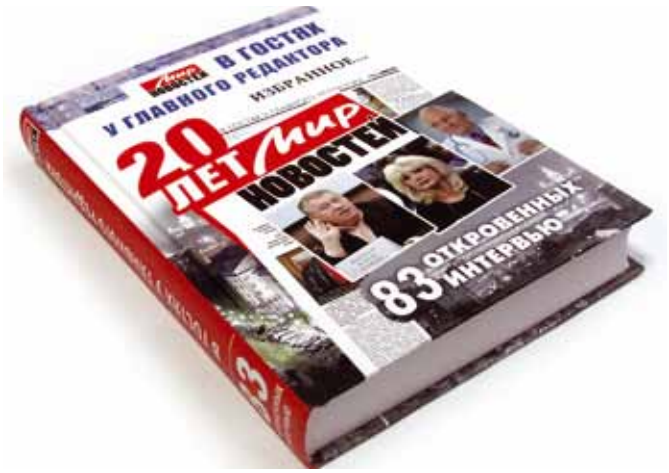


Реклама

ЧТО ПОДАРИТЬ ТЕМ, У КОГО ЕСТЬ ВСЁ

Какой подарок вручить статусному бизнес-партнеру или знаменитости – иными словами, человеку, у которого и так есть все или почти все? Вечная проблема! А если нужен презент для чиновника, который по закону обязан передать в государственную собственность любой подарок стоимостью более трех тысяч рублей? Мы задали различным компаниям вопрос о том, какие VIP-подарки им доводилось изготавливать или преподносить. И получили весьма информативные, а порой и неожиданные ответы.

Книга в подарок от газеты



В 2013 году газета «Мир новостей» отмечала двадцатилетний юбилей. Соответственно, встал вопрос, что дарить приглашенным на торжество знаменитостям, которые за столько лет стали хорошими друзьями редакции. Газета устаревает быстро, но многие большие интервью, опубликованные в рубрике «В гостях у главного редактора», – это летопись страны в портретах. Поэтому было решено выбрать 83 самых «душевных» интервью и выпустить сборник. Получилось внушительное издание, героями которого стали политики, артисты, ученые и общественные деятели нашей страны. Сборник разослали всем героям в качестве подарка, а часть тиража попала в московские книжные магазины. Книга – лучший подарок. Это правило не стареет и объединяет всех образованных людей, которые умеют и любят читать.

Андрей Авдонин, первый заместитель главного редактора еженедельника «Мир новостей»

Президентский накопитель

В 2014 году наша компания Promo Vere по заказу Министерства обороны РФ разработала и изготовила папки-накопители для главы республики Ингушетия Юнус-Бека Евкурова. Макеты разрабатывались у нас на производстве с учетом пожеланий заказчика: наши специалисты придумали специальный гибкий карман, который складывается в зависимости от объема вложенных документов. Папка-накопитель выполнена из натуральной кожи бордового цвета, подкладка – из муара. На лицевой стороне золотой фольгой выполнено тиснение герба Ингушетии. Наше изделие используется для рабочих встреч с Владимиром Путиным. Приятно видеть свою работу по телевидению. Ещё приятнее, что данной папкой пользуются уже не один год!

Светлана Чех, коммерческий директор компании Promo Vere – производителя бизнес-аксессуаров из натуральной и искусственной кожи







ФОТО :ТАСС

Какой ручкой пишет Путин?

На многих заседаниях и пресс-конференциях в руке президента можно заметить скромную ручку-роллер Pentel Document Pen. Эта весьма доступная модель обладает высокой стойкостью чернил: они не размываются водой, имеют уникальную морозоустойчивость и не выгорают на свету.

Точная копия реактивного двигателя для чиновников высшего звена



Наша организация («Сувенирная компания ПУСК») уже много лет поставляет заказчику (оборонное предприятие) протокольную настольную композицию, в точности повторяющую реактивный двигатель с отклоняемым вектором тяги – такие устанавливаются на самые современные и перспективные российские военные самолёты (Су-30, Су-35, Т-50), которые этот завод и производит. Сувенир представляет собой литую скульптуру на подставке из стекла с объёмной лазерной гравировкой внутри. В разное время этот подарок в качестве протокольного вручался многим высокопоставленным должностным лицам из российского правительства, а также огромному количеству иностранных делегаций.

Интересна история его создания. После того как заказчику была предложена идея проекта, он выразил желание сделать скульптуру достаточно детальной, с учетом пропорций и взаимного расположения элементов. Для этого пришлось оформлять допуски в святая-святых – сборочный цех, где была сделана узловая фотосъёмка. Прототип был изготовлен по фотографиям, и все равно заказчик составил список из тридцати правок, которые надо было внести в модель для придания большей достоверности. На перечне правок стояли подписи четырех или пяти сотрудников завода – от мастера сборочного цеха до технического директора. И вот уже более пяти лет мы поставляем заказчику этот подарок без существенных изменений, совершенствуя лишь упаковку и варьируя подставку (на фото – самый первый, сигнальный образец).

Роман Гельфанд, директор «СК ПУСК»

Деловые подарки для заключения выгодных контрактов

В 2016 году компания «Акцент Реклама» выполнила несколько заказов для Игоря Манна – ведущего маркетолога России, спикера и бизнес-тренера, владельца профильного издательства «МИФ». В начале работы Игорь сразу дал понять, что деловой подарок в его случае – это эффективный инструмент маркетинга, позволяющий увеличивать продажи. От нас требовались не безделушки с логотипом, а метафорическое послание партнерам Манна, которое соответствовало бы его общей маркетинговой стратегии. Среди прочего, мы создали серию подарков для руководителей крупных строительных компаний.

Первый подарок – зарядное устройство в форме строительного камня. Нестираемая надпись на одной стороне гласит «Заряжаем Ваши гаджеты», а на другой – «Заряжаем Ваш маркетинг». Как сама форма сувенира, так и нанесенный текст являются частью послания клиенту – предложения повысить уровень маркетинга.

Вторым подарком для управленцев строительного бизнеса стал экокуб – деревянная емкость с семенами сосны внутри. На куб нанесена следующая надпись: «Строите дом (или даже несколько)? Пора посадить дерево! В этом кубе есть все, чтобы его вырастить. А мы поможем вырастить Ваши продажи и прибыль». Состоявшиеся и успешные люди, строящие дома и вырастившие сыновей, были искренне рады получить сувенир, позволяющий выполнить «мужское предназначение». Как оказалось, обращение к простой житейской мудрости позволило растопить лед первой встречи и поспособствовало тому, чтобы партнеры тщательно изучили поступившее коммерческое предложение. И, безусловно, сувенир подчеркнул статус дарителя.

Константин Панин, генеральный директор РА «Акцент Реклама»









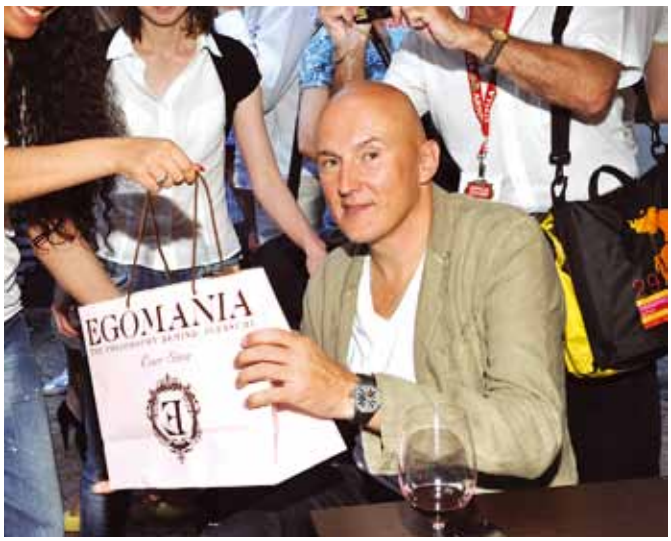
Ковбойский подарок для принцев

Президент США Дональд Трамп в ходе предстоящего в 2017 году визита в Великобританию преподнесет в качестве подарка для юных принца Джорджа и принцессы Шарлотты ковбойские седла ручной работы. Этот вариант был предложен консультантами американского лидера, которые знают, что члены британской королевской семьи являются любителями верховой езды.

Косметика VIP-класса

Дарить партнерам косметические средства – вариант почти беспроигрышный. А если компания является производителем этой самой косметики, то складывается просто идеальная ситуация: и приятное важному человеку сделал, и продукцию разрекламировал, и «сарафанное радио» запустил. Торговый дом «Эгомания» уже много лет дарит VIP-персонам наборы косметики исключительно собственного производства. Главное в этом вопросе – высокое качество продукции и умение скомпоновать универсальный набор для мужской и женской аудитории.

Олег Картамышев, управляющий партнер ТД «Эгомания»



Подарок из кругосветного путешествия



У нас в логистической компании Traft подарки для VIP-клиентов начали готовить еще за 14 месяцев до Нового года – и все благодаря случаю. Тогда один из наших клиентов по ошибке загрузил свою фуру армянским вином Voskeni. Мы выкупили у клиента вино, чтобы не создавать для него дополнительных сложностей, и поняли, что в сложившейся ситуации этот продукт имеет хороший потенциал в качестве будущего подарка. Вино мы отправили в кругосветное путешествие на транспорте нашей компании. Путешествовало оно ровно год в специальной ударопрочной таре. Бутылки проехали полсвета, посетили 14 стран и более 70 городов, ну а вино в них настоялось и насытилось дополнительным вкусом и ароматом, как того и требовали рекомендации виноделов.

По завершении путешествия мы напечатали специальные карточки с описанием интересной судьбы этого вина и вручили нашим VIP-клиентам из МТС, DHL, МГТС, Lacoste, «Сбербанка» и других компаний подобного уровня. Это тот самый случай, когда благодаря обстоятельствам донельзя заезженный подарочный носитель действительно обрел вторую жизнь. Получатели были в восторге!

Артур Мурадян, исполнительный директор транспортной компании Traft

Президентский бренд

Уже на протяжении 60 лет президенты США получают в подарок часы швейцарской фирмы Vulcain – собственно, благодаря этому бренд и заслужил репутацию президентского. Интересно, станет ли недавно избранный Дональд Трамп носить их вместо любимых кварцевых часов собственного бренда (Trump) и не менее любимых Vacheron Constantin и Rolex?

Картина со смыслом

Картины являются популярным подарком в высших эшелонах власти. Так, в 2016 году на день рождения Дмитрий Медведев из рук президента получил картину под названием «В цеху». По словам Владимира Путина, картина «соответствует тому, чем Дмитрий Анатольевич сегодня занимается».

Кукла-талисман по фотографии



В идеале VIP-подарок должен быть единственным и неповторимым. А можно ли найти что-то уникальнее самого человека? Заказав куклу-талисман, которая изготавливается по фотографии, вы будете уверены, что у вашего подарка не окажется аналогов. Кроме того, у каждой из этих статуэток своя душа, которую вдохнул в нее мастер. Куклы-талисманы приносят удачу, радость и счастье, а самое главное – исполняют желания.

Один из таких талисманов был подарен президенту Национальной Ассоциации Рекламно-Сувенирной Индустрии (НАРСИ) Наталье Аншиной 22 декабря 2016 г. на церемонии вручения Первого сувенирного «Оскара».

Павел Глухов, генеральный директор
РА «Творческая Экспериментальная Студия»



Подарочный фонд Самарской области

Самарское отделение компании «Акцент Реклама» реализовало более сотни подарочных проектов для родного края. Их результаты стали частью подарочного фонда чиновников высшего звена: министров, депутатов и т.д. Каждый проект начинался с концептуальной разработки, которая учитывала статусы дарителя и получателя, имидж организации-заказчика, желаемое информационное послание и пр. Например, подарки для «Корпорации развития Самарской области» должны были продемонстрировать непрерывное развитие региона.







Богатое историческое прошлое города и масштабные проекты последних лет мы отразили в стихах: «Улочки купеческой Самары, / Вас теснят широкие бульвары...». Сейчас Самара – один из наиболее развитых городов России. Здесь построен самый большой в Европе железнодорожный вокзал и самая длинная набережная; здесь сконцентрирована бо**о**льшая часть заводов космической промышленности. С помощью карандашной графики наши специалисты изобразили ключевые объекты города, передав яркое сочетание исторических корней и достижений дня сегодняшнего. Подарок понравился получателям самого высокого уровня, способствовал развитию отношений с инвесторами.

Константин Панин, генеральный директор
РА «Акцент Реклама»

Национальный колорит

В дипломатических кругах принято дарить подарки, выполненные в национальных традициях. Канцлер Германии Ангела Меркель, уже много лет подряд признаваемая журналом Forbes самой влиятельной женщиной мира, также не остается без подарков. Например, в 2015 году во время визита в Индию канцлеру преподнесли золотое сари.

ДА ПОМОГИТЕ ЖЕ ИМ, НАКОНЕЦ, ИЛИ КАК ЗАРАБОТАТЬ НА VIP-ПОДАРКАХ

Почему менеджер-консультант должен быть из «хорошей» семьи, имеет ли смысл организовать специальный VIP-поддомен на основном сайте и где учат работать с премиальной продукцией? Обо всем этом – в материале президента компании Oasis Владимира Слуцкого.


Владимир Слуцкий

Я чувствую себя проповедником. Я выступаю перед рекламными агентствами, меня слушают, соглашаются, но очень боятся что-то изменить.

Да, да, я опять о VIP-продукции. Потому что достали меня уже конечные клиенты. Достали своими звонками с просьбой помочь им найти партнера по решению проблем с VIP-подарками. Я выступаю на разных форумах, рассказываю о возможностях нашей индустрии. После выступления они окружают меня, задают вопросы и берут визитку. И вскоре начинают звонить... Я могу проконсультировать одного, второго, потом передать их для оформления заказа дилеру, но ведь это капля в море!

Да и нужно им совершенно другое. Не разовая консультация, а надежный партнер по VIP-подаркам, который уверенно ориентируется в брендах и в подарочных возможностях и способен оперативно порекомендовать то или иное решение для конкретного случая. А случаев таких великое множество. Это далеко не только Новый год и 8 марта (хотя, конечно, в эти периоды подарочная нагрузка достигает пика). Это и профессиональные праздники, притом не только свои, но и партнеров. Это и различные конференции, которые собирают топ-менеджеров, и юбилеи компаний, и важные переговоры, и еще десятки ситуаций, в которых без подарков не обойтись.

Что же делать сотруднику, которому поручили обеспечить руководство VIP-подарками? На сегодняшний день у него всего три возможности.

Первая – пойти в реальный магазин подарков. Плюс: изделие можно потрогать. Минусы: ограниченный ассортимент, значительные временные затраты, сложности при оплате по безналу. К тому же почти невозможно получить даже небольшую партию одинаковых подарков.

Вторая – обратиться в интернет-магазины. Плюс: совокупно широкий выбор. Минусы: огромные временные затраты, плохая информированность операторов о товаре, риск напороться на контрафакт, отсутствие очень многих заявленных позиций. Добавьте к этому сложность юридического оформления и невозможность персонализации.

Третья возможность – сделать заказ через рекламное агентство. Плюсы: сплошные. Персональный менеджер-консультант поможет выбрать подарки для каждого конкретного случая, ответит на многочисленные вопросы, расскажет о новинках в подарочной индустрии, позаботится об упаковке и персонализации. Наконец, организует доставку в офис. С агентством легко заключить долгосрочный договор, в котором будут оговорены все важные вопросы, включая качество продукции. Минусы: для конечных клиентов отсутствуют при условии профессиональной работы агентства.

И вся проблема на сегодня скрыта в этом небольшом условии.

Что же потребуется компании для успешной работы с VIP-подарками? Во-первых, подготовленный клиентский менеджер, обладающий экспертными знаниями в области премиальной продукции. Сначала один, а потом (довольно быстро) второй. Почему двое? Работа с VIP – обособленный сектор. Пока один на встречах, другой сидит над коммерческими предложениями, делает звонки. Назавтра они меняются: теперь второй работает «в поле», а первый принимает звонки с сайта, готовит предложения, ищет новые возможности. Конечно, мне могут возразить: мол, Вам хорошо рассуждать, а где взять таких менеджеров-экспертов? Действительно, собрать урожай VIP-заказов совсем без затрат не удастся. Но ведь все знают, что в бизнесе сначала затраты, а потом результаты, и по-другому не бывает.

Найти готового менеджера по VIP-продукции вряд ли получится – слишком редкая специализация. Тогда у вас два варианта. Первый – хорошо образованный молодой человек/девушка обязательно(!) из хорошей семьи. Под «хорошей» я подразумеваю семью, где родители были владельцами бизнеса либо топ-менеджерами. У такого соискателя совершенно другой подход к VIP-продукции – она окружала его с детства. Ну и, конечно, должно быть желание заниматься VIP-подарками. Второй вариант – представитель «интеллигентной» профессии (библиотекарь, учитель, психолог и т.п.), желательно старше 40 лет. Как правило, такой человек респектабельно выглядит, умеет убедительно говорить, ответственно относится к работе и достигает неплохих результатов.

Обучение специально отобранных менеджеров можно проводить в нашем постоянно действующем учебном центре. Там они получат знания по контенту (у нас регулярно проводят презентации представители известных брендов), по технологиям работы с премиальной продукцией. Не пройдет и месяца, как выйдут в самостоятельное плавание.

Второй фактор успеха – наличие специального сайта по VIP, что говорит о серьезном подходе к этому виду продукции. Сделать его можно на поддомене. Допустим, домен компании – www.simvol.ru. Тогда VIP-сайт можно легко разместить на домене www.vip.simvol.ru . Он будет иметь тот же движок, но другой, специализированный дизайн. Такой сайт можно и нужно развивать, подгружая все интересное, что компания находит у поставщиков.

Итак, если у агентства имеется специалист по VIP-продукции и тематический сайт, то конечные клиенты смогут получить тот уровень сервиса, который им так необходим. А за сервис они готовы платить.

12+ реклама

11–14/04

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ДОМ ХУДОЖНИКА

В РАМКАХ
БИЕННАЛЕ ДИЗАЙНА

ДИЗАЙН РЕКЛАМА

ВЫСТАВКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

SHOP! ENHANCING RETAIL ENVIRONMENTS & EXPERIENCES

КОНКУРС POPAI AWARDS

КОНКУРС 25 КАДР

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ПРАЗДНИЧНОГО, СОБЫТИЙНОГО И СРЕДОВОГО ДИЗАЙНА

ВЫСТАВКА ПРОМДИЗАЙН

ВЫСТАВКА CHRISTMAS TIME 2017

DESIGN-REKLAMA.RU

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ EXPO-PARK

PAPERPRODUCTS DESIGN: СОЗДАН ДАРИТЬ РАДОСТЬ

Компания Paperproducts Design (Германия) была основана в 1991 году двумя энтузиастами – Томасом Холстриком и Вернером Рикеро. С самого начала они определили вектор развития бренда и с тех пор не изменяли ему. Начав с производства бумажных салфеток, они быстро завоевали популярность и расширили ассортимент чайниками, кружками и другими столовыми аксессуарами. Все предметы создавались для каждодневного использования, но при этом выглядели невероятно ярко, празднично и ни на что не похоже.

Сегодня бренд продолжает развиваться и радовать своих поклонников уникальными товарами, созданными при участии талантливых художников и иллюстраторов. Компания предлагает коллекцию столовой посуды и чайно-кофейных предметов в красивых подарочных упаковках, а также изделия из стекла и кухонный текстиль. Большинство рисунков выполнены профессионалами, которые сохраняют творческий подход к работе и стараются придать индивидуальность каждой кружке. Можно с уверенностью сказать, что ассортимент Paperproduct Design – это собрание уникальных коллекций чайно-кофейных предметов, созданных дарить хорошее настроение и позитивные эмоции.











QDO

Скандинавский дизайн
для счастливой жизни

QDO — это молодой датский бренд, завоевавший популярность своими удивительными стаканами с двойными стенками Elements. Лаконичность, функциональность и запоминающийся дизайн порадуют всех, кто ценит уют и любит окружать себя красивыми вещами.





Реклама

Компания FineDesign – оптовый поставщик и дистрибьютор QDO в России • Гибкие условия ценообразования • Быстрая отгрузка товаров в течение 3-х дней • Маркетинговая поддержка • Полный комплекс услуг по мерчендайзингу • Собственный склад в Москве
+7(495) 641 59 60 / для регионов: 8 (800) 550 98 60 / www.finedesigngroup.ru







Продукция Paperproducts Design – отличный выбор для тех, кто стремится удивить своих родных и близких и не хочет, чтобы подарок был быстро забыт или заброшен в дальний угол шкафа. Удивительные чашки и кружки точно найдут свое применение, тем более что дизайнеры бренда не забывают о создании специальных праздничных серий: это и оригинальная линейка с пасхальными мотивами, и коллекция свадебных салфеток, и весенние цветочные принты.

Все кружки, чайники и чашки Paperproducts Design сделаны из высококачественного фарфора. Салфетки изготовлены из очень мягкой, приятной на ощупь бумаги, отбеленной без хлора, и окрашены гипоаллергенным светостойким пигментом, устойчивым к выгоранию.





Эксклюзивным представителем бренда Paperproducts Design в России является компания FineDesign. Наши контакты: www.finedesigngroup.ru, +7-495-641-59-60, для регионов: 8-800-550-98-60

С **28** ФЕВРАЛЯ ПО **2** МАРТА **2017**

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

CHRISTMAS BOX. PODARKI

ПРАВИЛЬНАЯ ВЫСТАВКА

НОВОГОДНЯЯ ПРОДУКЦИЯ • ПОДАРКИ • СУВЕНИРЫ
ПРАЗДНИЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ • ПОДАРОЧНАЯ УПАКОВКА
САЛЮТЫ И ФЕЙЕРВЕРКИ • ПРАЗДНИЧНЫЙ СВЕТ • ИГРУШКИ





Организаторы: МОККА Экспо Групп, ГК «Майер Джей Групп».
Тел.: +7 (495) 363-50-32/33. www.christmasbox.ru

Реклама



ООО «Мерх Тим»

Кружка цилиндрическая 300 мл Dike белая, шпатовый фарфор

Бюджетная кружка-евроцилиндр для промоакций и для домашнего использования

Диаметр: 8 см.

Объём: 300 мл.

Высота: 9.5 см.

Персонализация: деколь.

(495) 225-57-21
merx@merxteam.ru
www.merxpromo.ru
www.merxteam.ru
www.merxteam.com

FineDesign

Keepcup

Новая версия культовых кружек Keepcup с еще более удобной крышкой. Двойной корпус теперь состоит из стекла и пластика Tritan. Кружка лучше сохраняет тепло и предотвращает образование конденсата, если напиток со льдом. Привлекательный и яркий дизайн. Специальная крышка с открывающимся и закрывающимся клапаном спасет от брызг, а силиконовый ободок поможет не обжечься, плюс удобно держать кружку в руках. Крышка сделана из нетоксичного пластика без содержания вредного бисфенола (BPA-free).

(495) 641-59-60, 8-800-550-98-60

www.finedesigngroup.ru





«ЭВРИКА»

Кружка 5 шин

Артикул: 95208. Объём: 0,5л.
Материал: нержавеющая сталь, полимер.
Размеры: 17,5x8x8,5см.
Стенки кружки выполнены из нержавеющей стали. Пластиковый корпус не позволит обжечься, а удобная герметичная завинчивающаяся крышка препятствует проливанию.
Кружка станет отличным подарком для автолюбителей из-за своего необычного вида.

8-800-775-04-48

www.evruka.ru

«Рекона Grand»

Кружка Earl grey 400 мл в подарочной коробке
Чайная пара Earl grey 250 мл в подарочной коробке

Брендирование: тампопечать, гравировка, деколь.
Сроки изготовления: от 5 дней.

www.rosgifts.ru

САМАРА:
(846) 252-42-82, 379-21-23
63@2057510.ru

САРАТОВ:
(8452) 694-500
zakaz@saratovsuvenir.ru



ООО «Си-Би-Эс» senator



MAXIM

Арт.0914 Maxim. Необычная форма для максимального внимания.
Размер: высота 100 мм; диаметр 85 мм; содержимое 0,3 л.
Материал: фарфор. Цвета: белый.
Виды нанесения: прямая печать, деколь, фотопечать, гравировка.
Минимальный тираж с нанесением: от 36 штук. Минимальный тираж без нанесения: от 72 штук.
Сделано в Германии.

(495) 514-03-44
(495) 961-38-93

www.senator-pen.ru
www.s-collection.ru

Futurra

Кружка-неваляшка

Минимальный тираж: от 500 шт.
Индивидуальный дизайн.
Уникальная термокружка, которая позаботится о вашем напитке и сохранит его в целости и сохранности, ведь ее невозможно уронить!

(499) 713-80-69
da@futurra.ru
www.futurra.ru









«Виспо»

«Виспо» – самое крупное в России круглосуточное сублимационное производство

- Количество цветов печати не влияет на стоимость.
- За 7 лет работы нами выполнена печать более чем на 4 млн кружек.
- Склад с постоянным наличием посуды.
- Изготовление пробного образца за 15 минут.
- Тираж от 1 шт. и до 6000 изделий в сутки.

(495) 668-13-10
info@vispo.ru
www.vispo.ru

XINDAO

Банка Eco

Эта экологичная банка для напитков полностью изготовлена из биоразлагаемого материала PLA, а значит, используя ее, вы делаете мир лучше и, главное, чище! Банку можно нагревать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине. Оригинальный дизайн крышки не даст вашему напитку пролиться. Банка поставляется в красивой подарочной упаковке.
Артикул: P436.53

(495) 374-74-63
info@xindaorussia.ru
www.xindaorussia.ru





XINDAO

Компактная термокружка Dia

Компактная и стильная термокружка Dia от бренда XD Design создана для настоящих ценителей кофе, ведь она легко помещается под дозатор кофе-машины. Внутренний слой кружки выполнен из нержавеющей стали, а внешний слой из прочного прозрачного пластика создает множество возможностей для персонализации. Термокружка изготовлена без использования клея и легко разбирается для утилизации.
Артикул: P432.02

(495) 374-74-63
info@xindaorussia.ru
www.xindaorussia.ru

«МИР КАК СУВЕНИР» – СОТРУДНИЧЕСТВО, ВЫГОДНОЕ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКА

Зачем заказчику работать с рекламным агентством, если можно обратиться напрямую к производителю и, казалось бы, сэкономить? Но, как известно, скупой платит дважды. Пожалуй, только в рекламных агентствах полного цикла с клиента снимается бо**о**льшая часть мелких проблем: кто будет отвечать за дизайн и кому ехать за образцами, кто займется маркировкой и упаковкой, а кто продумает логистику. Об этом мы беседуем с коммерческим директором компании «Мир Как Сувенир» Эльмирой Нурутдиновой.

GIFT Review: Эльмира, добрый день! С чего начиналась история вашего рекламного агентства, и на чем «Мир Как Сувенир» специализируется сейчас?

Эльмира Нурутдинова: У нас семейный бизнес. Мы начинали с поставок сувенирной продукции и нанесения логотипов, и в то время у нас был только двухкрасочный станок для тампопечати. Сейчас компания является агентством полного цикла, и мы можем поставлять абсолютно все, так как значительно расширили парк оборудования.

GR: Сколько времени у вас ушло на формирование нынешней команды? Какими специалистами вы особенно дорожите?

Э.Н.: Команда формируется и по сей день, так как, на наш взгляд, это бесконечный процесс. Однако есть люди, которыми мы действительно дорожим особенно, например, наш дизайнер-художник. Это уникальный человек: не только креативный, но и самоорганизованный, исполнительный и дисциплинированный, что редко встречается среди людей творческих профессий.

GR: Многие стремятся работать напрямую с производителями, минуя рекламные агентства, так как считают их посредниками и не желают переплачивать. Почему заказчикам все-таки стоит обратить внимание на вашу компанию?

Э.Н.: Конечно, на рынке есть серьезные игроки – например, производители изделий из пластика. Однако в работе с ними имеются свои нюансы: в крупной компании никто не будет бегать по клиентам с образцами. А ведь порой это необходимо – и дело тут не в «капризах», просто мнения могут меняться, и очень часто приходится что-то согласовывать, вносить какие-то уточнения и т.п. В небольшой же организации все значительно проще: мы легко подстраиваемся под каждого заказчика и с улыбкой принимаем любые корректировки.

Также у производителей не всегда предусмотрен сервис (я имею в виду дизайнерские услуги и логистику), а ведь на доставку документов, образцов и продукции уходит немало сил и средств! Плюс упаковка, плюс маркировка... Все-таки подобные задачи – именно для рекламных агентств. Кроме того, у клиента не всегда есть время съездить на приладку и утрясти прочие мелочи. Делать все это через РА гораздо проще и ненамного затратнее. К тому же у нас много заказов и хорошие объемы, что позволяет работать с производителями напрямую. Партнеры дают нам ощутимые скидки и привилегии, благодаря которым мы можем выставлять клиенту адекватные цены без лишней наценки.

«В НЕБОЛЬШОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ВСЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО ПРОЩЕ: МЫ ЛЕГКО ПОДСТРАИВАЕМСЯ ПОД КАЖДОГО ЗАКАЗЧИКА И С УЛЫБКОЙ ПРИНИМАЕМ ЛЮБЫЕ КОРРЕКТИРОВКИ».









«МЫ, НАВЕРНОЕ, ОДНО ИЗ НЕМНОГИХ АГЕНТСТВ, КОТОРЫЕ ГОТОВЫ РАБОТАТЬ ДЛЯ КЛИЕНТА 24 ЧАСА В СУТКИ, И ЭТО НЕ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЕ!»

GR: Что выделяет вас среди других компаний сектора? Может быть, специализация или какая-либо особенность работы с клиентами?

Э.Н.: Мы, наверное, одно из немногих агентств, которые готовы работать для клиента 24 часа в сутки! И это не преувеличение. Мы действительно печатаем и доставляем заказы даже ночью и действительно готовы выезжать к клиенту в любое удобное для него время. Конечно, печать в ночное время рассчитывается по отдельному тарифу, но мы гарантированно все сделаем.

GR: Насколько широк спектр услуг, которые предоставляет ваше РА?

Э.Н.: Достаточно широк, так как есть и опыт, и собственные ресурсы, и надежные подрядчики. У нас свое цифровое полиграфическое оборудование, что позволяет оперативно печатать небольшие тиражи; есть лазерная резка, благодаря которой мы можем делать, например, фигурные открытки. А заказы на офсете мы переразмещаем на специальных условиях в крупных типографиях. Еще в нашем офисе представлены все виды бумаги, которые можно посмотреть и потрогать. У многих иностранных компаний есть свой бренд-бук, где прописана определенная бумага для визиток, бланков и т.п. А найти ее не всегда получается, так как в Россию поставляется далеко не вся бумага. И в этом случае мы подбираем абсолютный аналог и по плотности, и по ощущению, и по виду!



GR: Что вы можете предложить клиенту помимо сувенирной продукции?

Э.Н.: Сейчас мы активно занимаемся изготовлением наружной рекламы: вывески, таблички, широкоформатная печать, ролл-апы, стенды и многое другое. Пожалуй, это одно из самых сложных направлений в рекламном бизнесе, но мы научились прекрасно разбираться в материалах и сегодня предлагаем отличный сервис и гарантированно высокое качество. Кроме того, мы даем профессиональные консультации. Также у нас был успешный опыт по работе со СМИ, и, скажу по секрету, мы готовы и дальше двигаться в этом направлении. Возможно, в следующий раз нам будет что рассказать о своих успехах и на этом поприще тоже.

GR: Эльмира, а каковы основные достижения компании за 2016 год?

Э.Н.: Главное наше достижение – это собственное производство по шелкотрафаретной печати. Мы обзавелись станками, расширились. А главное – у нас грамотные и квалифицированные специалисты, ведь для успеха мало одного лишь хорошего оборудования. Мы печатаем на текстиле изображения абсолютно любой сложности!

GR: Напоследок поделитесь, пожалуйста, своими планами на 2017 год.

Э.Н.: Планируем работать с крупными клиентами по текстилю, чтобы заслужить хорошую репутацию еще и в этом сегменте. Кроме того, мы намерены расширить отдел продаж и модернизировать сайт. А еще мы, конечно же, будем учиться на своих ошибках и постоянно повышать качество услуг. GR

РА «МИР КАК СУВЕНИР»
(495) 726-65-51 WWW.MK-SUVENIR.RU

ЛИЦЕНЗИЯ НА УСПЕХ:

КАК «МОЛОДЕЖКА» УВЕЛИЧИВАЕТ РЯДЫ ПОКЛОННИКОВ ROBIN RUTH

В последние годы на мировом и российском рынках наблюдается стабильный спрос на лицензионную продукцию с использованием известных анимационных и кинообразов. По этому пути пошла и голландская компания Robin Ruth: известный производитель сувенирных аксессуаров из текстиля с недавних пор является лицензиатом сериала «Молодежка» («СТС Медиа»). Легко ли заработать на таких товарах, какова тенденция их развития и специфика целевой аудитории? Об этом и о многом другом мы поговорили с Георгием Родивиловым, директором компании «Сувенир Сити», которая является официальным дистрибьютором торговой марки Robin Ruth.

GIFT Review: Расскажите, пожалуйста, с чего начиналось и как развивалось сотрудничество с «СТС Медиа», итогом которого стала ваша коллекция «Молодежка»? В чем заключаются основные сложности и преимущества работы по лицензии?

Георгий Родивилов: Все просто: на популярном канале начался показ сериала, который ранее активно рекламировали по разным источникам. Сработало обычное любопытство. А уж когда один из героев появился на экране в изделиях нашего бренда, у меня совершенно не осталось сомнений. Наша компания решила стать лицензиатом в проекте «Молодежка». Особенность этой лицензии в том, что она работает на нишевую подростково-молодежную аудиторию (от 14 до 20 лет), тогда как подавляющее большинство лицензионных товаров в России ориентированы только на детский возраст.

GR: Как разрабатывался дизайн продукции? Какую поддержку оказывает вам правообладатель?

Г.Р.: Нашими силами был разработан дизайн бейсболок, шапок, перчаток и шарфов, дизайны всего остального ассортимента (футболки, сумки, поло и пр.) для нас разработала команда СТС. Поддержка была более чем ощутимой. Не так часто правообладатели брендов берут на себя создание дизайна лицензионной продукции. Стандартно производителю передается лишь брендбук для самостоятельной работы. Отдельно хотелось бы поблагодарить СТС за демонстрацию наших вещей на концертах по мотивам сериала – это отличный ход для привлечения покупателей. Также большое спасибо за широкую поддержку в социальных сетях и мобильных приложениях СТС.

GR: Какие товары пользуются наибольшим спросом?

Г.Р.: Из представленного нами ассортимента максимальным спросом пользуются зимние и летние головные уборы. Самый активный интерес аудитория проявила к футболкам, копирующим хоккейную форму сериальной команды «Медведи». Не отстают и сумки – они пользуются большим спросом у школьников, которые носят их вместо рюкзаков и портфелей.

GR: Насколько увеличились продажи компании после запуска лицензионной коллекции?

Г.Р.: Мы должны понимать, что тенденция развития лицензионного продукта не всегда постоянна, так как проекты имеют свойство подходить к концу. Тем не менее



можно смело сказать, что за период работы с данным проектом мы получили более 10 процентов прироста к обороту компании. Исходя из таких показателей, мы планируем продолжить развиваться в этом направлении.

GR: Лицензионная коллекция адресована только поклонникам сериала или более широкой аудитории?

Г.Р.: Естественно, при запуске столь масштабного проекта мы осознавали риски, связанные с тем, что основными потребителями будут поклонники и актеры сериала. Но в ходе продаж мы заметили, что товар пользуется спросом не только у тех, кто смотрел «Молодежку». Многих привлекла новая идея торговой марки Robin Ruth, а также интересный дизайн. Возможно, процент этих покупателей несопоставим с аудиторией сериала, и все же благодаря проекту мы привлекли в ряды фанатов Robin Ruth немало людей!



GR: Где и как распространяется лицензионная коллекция?

Г.Р.: У нас два основных канала продаж: традиционная сувенирная сеть и веб-ресурсы (наш интернет-магазин и различные группы в социальных сетях). Огромную помощь в распространении информации о продукте мы получаем от нашего партнера «СТС Медиа», который размещает рекламу на своих интернет-ресурсах. Также по предложению продюсеров группы «Интонация», музыка и песни которой звучат в сериале, наша лицензионная продукция «Молодежка» была представлена в специально организованных местах продаж во время концерта.

GR: Могут ли вас заинтересовать лицензии других правообладателей? Будете ли продолжать сотрудничать с холдингом «СТС Медиа»?

Г.Р.: Конечно, мы планируем сотрудничать с другими правообладателями, так как данный проект показал, что на сегодняшний день лицензионная продукция очень актуальна и востребована. Также мы намерены продолжать работать с другими проектами «СТС Медиа». С большим интересом будем ждать новых предложений.

GR: С какими всемирно известными лицензиями работает Robin Ruth за рубежом? А какие были бы вам особенно интересны в России?

Г.Р.: За рубежом Robin Ruth активно работает с Walt Disney. И в России мы планируем двигаться по такому же пути – делать лицензионную продукцию в сотрудничестве с правообладателями, ориентированными на самых маленьких зрителей. Вообще, мы готовы к сотрудничеству с разными сегментами российской аудитории и с удовольствием рассмотрим различные проекты!

GR: А какие планы на 2017 год компания может озвучить уже сегодня?

Г.Р.: Сейчас мы активно развиваемся на черноморском побережье. И Крым, и курорты Краснодарского края сейчас для нас являются приоритетным направлением. Здесь основной упор делается на туристов из других регионов России, а также из-за рубежа. По опыту Крыма, данный продукт сейчас очень актуален. Главный акцент сделаем на головные уборы, сумки и шлепанцы. Будем рады представить вам нашу новую коллекцию! GR

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО ROBIN RUTH В РОССИИ
Москва, Нижегородская улица, 29-33
т/ф: +7 (499) 258 05 03
www.robin-ruth.ru



«Виспо»

Зонты от «Виспо»

-Производство позволяет выполнять печать на зонтах всеми возможными методами.
- Производство работает круглосуточно и без выходных.
- Возможна полноцветная печать на зонте.
- Тираж от 10 шт.
- Широкий ассортимент товаров.

(495) 668-13-10

info@vispo.ru www.vispo.ru

FineDesign

Senz

Противоштормовые зонты Senz – это самое революционное изобретение в мире зонтов. Благодаря своей аэродинамической форме зонт не выворачивается наизнанку даже при скорости ветра до 100 км/ч. В коллекции бренда есть автоматические и механические зонты, складные и трости, а также множество расцветок, как яркие, так и сдержанные. Зонты имеют удобную эргономичную ручку, УФ-защиту, безопасные колпачки на кончиках спиц, а также в комплект входит чехол из плотной ткани. Гарантия на все зонты – 2 года.

(495) 641-59-60

8-800-550-98-60

www.finedesigngroup.ru





«ЭВРИКА»

The Times

Большой полуавтоматический зонт-трость – это стильный аксессуар, подходящий как дамам, так и джентльменам. Качественный материал купола с влагоотталкивающей пропиткой спасет от ливня, а крепкие спицы не поддадутся упрямому ветру.
Артикул: 96163.
Размеры:90x5x5 см.
Диаметр раскрытого купола: 120 см.

8-800-775-04-48

www.evruka.ru

«Рекона Grand»

Зонт-трость с деревянной ручкой

Брендирование: шелкография, трансферная пленка, тампопечать либо гравировка на ручке зонта.
Сроки изготовления от 2 дней.

(846) 205-75-10, (846) 379-21-23

smr3@rosgifts.ru

www.rosgifts.ru





XINDAO

Зонт-трость антишторм Hurricane 27"

Зонт-трость Hurricane от бренда XD Design с продуманным двухслойным куполом выдержит порывы даже самого сильного ветра. Купол зонта диаметром 120 см состоит из двух частей, благодаря прорези между ними уменьшается нагрузка на купол во время сильного ветра. Уникальный механизм обеспечивает легкое открытие и закрытие зонта – больше никаких прищемленных пальцев! Изделие поставляется в индивидуальном чехле и подарочном тубусе. Зарегистрированный дизайн®.
Артикул: P850.50.

(495) 374-74-63

info@xindaorussia.ru

xindaorussia.ru

Licensing World Russia

МОСКВА 2017

МОДНЫЕ И LIFESTYLE БРЕНДЫ

ДИЗАЙН, КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ, ИСКУССТВО





Новый взгляд на ваш продукт!





КОРПОРАТИВНЫЕ БРЕНДЫ И АГЕНТЫ

ПЕРСОНАЖИ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

28 ФЕВРАЛЯ–2 МАРТА 2017

ЛИЦЕНЗИОННАЯ ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ, СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

Лицензии и бренды для потребительского рынка

www.licensingworld.ru

Реклама

ПОДАРКИ ОТ DRAGON GIFTS: ЛЕТО В КАРМАНЕ

Готовь сани летом, а летние подарки – в начале весны! Партнер журнала компания Dragon Gifts предлагает актуальные в теплое время года сувениры, которые прекрасно подходят для брендирования. Перед вами вещи не только стильные, но и полезные: они освежат в жару, сохранят порядок, выручат в нужную минуту и создадут летнее настроение. Такими вещами ваши клиенты будут пользоваться с особой благодарностью.

БУТЫЛКА-СПРЕЙ

Многофункциональная бутылка с распылителем, оснащена держателем и мерными рисками. Удобная и практичная, она спасет от жажды и освежит по полной программе.



ОРГАНАЙЗЕР С POWERBANK

Органайзер со встроенным аккумулятором станет незаменимым помощником на совещаниях и в командировках. Все кабели и разъемы удобно размещены внутри: больше никаких спутанных проводов!



МОНОПОД С ВЕНТИЛЯТОРОМ

Все еще пользуетесь программами для обработки селфи? Забудьте о них! Ведь теперь к вашим услугам профессиональный стилист и фотограф в одном гаджете. Хотите легкие локоны, развевающиеся на ветру? Мягкий прохладный ветерок от монопода подарит вам выгодный ракурс и гарантирует отличное настроение, а внешний аккумулятор спасет гаджет от разрядки.



ВЕНТИЛЯТОР «ТРИ В ОДНОМ»

Эта многофункциональная вещь сочетает в себе вентилятор, фонарик, внешний аккумулятор и подставку для портативных устройств.



ЧЕХЛЫ И АКСЕССУАРЫ «ЗЕЛЕНАЯ ТРАВА»

С такими яркими чехлами и аксессуарами для смартфонов лето всегда будет у вас в кармане. А разнообразие в дизайне позволит реализовать даже самые необычные идеи.



ЗОНТ-ТРОСТЬ С ВЕНТИЛЯТОРОМ

Летняя новинка, которая спасет от изнуряющей жары и палящего солнца, а также порадует окружающих. С таким аксессуаром новые знакомства вам просто обеспечены!



ДЕТЕКТОР УЛЬТРАФИОЛЕТОВЫХ ЛУЧЕЙ

Без этой новинки не обойтись путешественникам, которые заботятся о своем здоровье и о красоте кожи. Всем известно, что солнечные лучи могут приносить не только полезный витамин D. Избыток ультрафиолета негативно сказывается на организме, поэтому нелишне обзавестись миниатюрным детектором, который мгновенно передает на ваши гаджеты данные об уровне излучения.





НАДУВНОЙ ДИВАН

Теперь вам не нужно таскать с собой насос – этот диван надувается буквально двумя взмахами руки. Даже хрупкая девушка справится с задачей без посторонней помощи. Просто, быстро и удобно – теперь полежать и расслабиться можно где угодно!







ОДНОРАЗОВЫЙ POWERBANK

Настоящая скорая помощь для вашего смартфона, когда под рукой нет розетки или внешнего аккумулятора. Можно использовать только один раз до полного заряда батареи.







kids russia
МОСКВА 28.02 - 2.03 2017



From Moscow with Love

Kids Russia 2017 — ваш уникальный шанс получить нужных торговых партнеров

Международная профессиональная выставка товаров для детей Kids Russia предложит вам признанную экспертами лучшую в России отраслевую платформу для ваших новых бизнес-контактов.

Как самая важная для российской индустрии детских товаров выставка Kids Russia создает уникальные возможности для презентации новых товаров, обмена опытом и деловых коммуникаций.

Присоединяйтесь!
Join Us!
www.kidsrussia.ru

Реклама

КАК УГНАТЬСЯ ЗА МОДОЙ: ЛЕТНИЕ ИДЕИ ОТ «МИЛЛИОНА ПОДАРКОВ»

Лето – пора отпусков и самое подходящее время для неформальных подарков. Ведь кому из нас не хочется уехать куда-нибудь подальше и хоть ненадолго забыть о работе? По мнению большинства, идеальный отпуск обязательно включает в себя свежий воздух, солнце и воду. Поисковик «Миллион подарков» предлагает модные и полезные гаджеты, которые сделают отдых ваших коллег и партнеров увлекательным и комфортным!

▼ Все мы родом из детства, пусть и давно уже выросли и стали солидными людьми. Чемодан-самокат станет надежным прикрытием для тех, кто хочет с ветерком прокатиться и при этом «сохранить лицо». К тому же это еще и прекрасный рекламный продукт, потому что обладателю подобного агрегата гарантировано повышенное внимание окружающих!





▲ Те, кто любит движение и не устает гнаться за модой, просто обязаны обратить внимание на гироскутер с колонками и подсветкой. Эта новинка – отличное средство для покорения городских джунглей. Осталось брендировать – и молодая и активная аудитория ваша!

▼ Фанатам здорового образа жизни и велосипедов обязательно пригодится велоколонка. Подарите ее своим партнерам, и они смогут не только слушать музыку, но и транслировать рекламу.





▲ Тему звукового оповещения продолжает беспроводная плавающая акустика Perfeo Floating Speaker. «Миллион подарков» предупреждает: устройство совместимо со смартфонами, плеерами и даже ноутбуками (и, само собой, его можно погружать в воду), а потому количество классной музыки будет катастрофически огромным! Кстати, эта чудо-колонка может работать без подзарядки целых восемь часов.

И еще немного о подводной музыке. Среди нас есть меломаны, которые просто не могут существовать в тишине, и дайверы, для которых нет ничего милее глубины. Но кто сказал, что эти страсти не могут сочетаться в одном человеке? Если среди ваших партнеров найдутся дайверы-меломаны, то идеальным подарком для них станут водонепроницаемые наушники со встроенным MP3-плеером и водонепроницаемый чехол Lifefroop на iPhone 5/5s.



Любители поездок на природу по достоинству оценят и гамак-палатку Stingray Air. Теперь можно не беспокоиться о выборе места для стоянки – эта удивительная вещь позволяет парить над землей, защищая от незваных гостей и сырости. Сделать такой презент не стыдно даже начальнику!





Ищете свежие идеи для корпоративного отдыха, тимбилдинга или выездной конференции? «Миллион подарков» рекомендует обратить внимание на плавающий бар Intex Mega Chill 2. Он оснащен шестью подстаканниками и выдерживает не только 72 бутылки с прохладительными напитками, но и портативный холодильник на 45 литров! Бар можно использовать как в бассейне, так и на природном водоеме. Главное – не забыть бросить якорь с помощью специального крепления для троса.



Надувной бассейн Intex «Океан» – отличное, а главное, безопасное развлечение для детей. Любого родителя подкупает чуткое отношение к его ребенку, и такой подарок обязательно заметят и оценят, даже в брендированном виде. Вес бассейна в сложенном виде чуть больше шести кг, и он легко помещается в багажнике автомобиля.

MEGA SHOW 2016: СУВЕНИРНАЯ ПЬЕСА В ДВУХ ДЕЙСТВИЯХ

В конце октября 2016 года в Гонконге состоялась одна из наиболее значимых выставок подарочно-сувенирной индустрии – Mega Show. Как обычно, мероприятие проходило в два этапа. Mega Show Part 1 (20-23 октября) на этот раз отметила юбилей – ни много ни мало 25 лет – и объединила более трех с половиной тысяч компаний из 26 стран мира. Вторая же часть (27-29 октября) по традиции прошла более скромно и собрала около 550 участников, явившись, скорее, дополнением к первой.



Выставка Mega Show (главным образом, первая часть) является отличной площадкой для закупок самой разнообразной сувенирной продукции – от проморучек до предметов интерьера и декора. Кстати, это мероприятие особенно значимо для тех импортеров, которые по каким-либо причинам пропустили апрельский марафон азиатских выставок. Да, здесь нет яркой имиджевой составляющей, как на апрельской Gifts & Premium, нет специальной площадки, где были бы собраны крупные бренды. Даже всемирно известные компании (OOKY, Laban и пр.) располагаются на стандартных стендах и заявляют о себе довольно скромно – ведь большинство из них уже представили свои новинки весной, а здесь продолжают наращивать объемы продаж и находить новых партнеров по бизнесу. И все же выставка в полной мере отвечает своей главной задаче – предложить максимально разнообразный ассортимент сувенирной продукции и смежных сегментов. Вот и мы, не смутившись кажущимся однообразием, попытались отыскать нестандартные варианты продукции в разных категориях и выделить общие тренды.

Первое, что бросилось в глаза на стендах экспонентов, – обилие всевозможных емкостей для напитков. Участники Mega Show словно сговорились – куда ни взглянешь, всюду сплошные термосы, бутылочки, баночки, стаканы и т.п. Цвет, форма, материал и функциональные возможности – на любой вкус, лишь бы удивить и привлечь клиента.

Например, на одном из стендов демонстрировалась бутылочка, которая после опустошения легко складывается и занимает совсем мало места, а также снабжена карабином для пристегивания, что делает ее особенно привлекательной в качестве сувенира для туристов.

Здоровый образ жизни как никогда в тренде, и производители стремятся учесть это в своей продукции: ее функционал максимально адаптирован под активный отдых. Теперь любителям спорта и туризма не придется расставаться с любимым гаджетом – разработчики позаботились об удобном кармане для смартфона прямо на термосе. Такой же предусмотрен и для хранения пластиковых карт.

Помимо спортивных бутылочек, термосов и термокружек нам встретилось множество бокалов весьма оригинального дизайна. Только представьте себе: пить коктейль из … лампочки! Концептуальным барам и другим подобным заведениям советуем взять на заметку. Впрочем, не исключено, что подобный креатив оценят и представители компаний из сферы электроэнергетики – чем не идея для корпоративного подарка!















Наше внимание привлекла и еще одна разработка: благодаря специальной конструкции дна обычный стакан превратился в самую настоящую непроливайку!

И наконец, любопытный аксессуар из той же серии – охладитель для бутылок, полностью приспособленный под брендирование.

Еще один тренд на Mega Show – продукция в стиле LEGO: от флешек и чехлов для смартфонов до макетов зданий и узоров на сумках.

И чехол, и рюкзак (к слову, от совершенно разных производителей) можно сделать абсолютно индивидуального дизайна, а когда принт надоест, легко сменить его на другой. Помимо функциональности у такого рода продукции есть еще один очевидный плюс – эмоциональная вовлеченность потребителя. Ведь создать своими руками уникальный, ни на что не похожий предмет – это так здорово! Подобные «сборно-разборные» свойства продукта







ОТДЕЛАМ ЗАКУПОК НА ЗАМЕТКУ: льготные условия для иностранных байеров

В этот раз организаторы предоставили российским импортерам возможность поучаствовать в программе компенсации затрат на посещение Mega Show Part 1. Частично оплачивалось проживание в гостинице, а на специальной стойке на выставке можно было оформить возврат денег наличными – 1800 гонконгских долларов при условии посещения мероприятия в течение трех дней. Редакция GR собрала делегацию из представителей ведущих российских компаний-импортеров. Отметим, что в перерыве между частями Mega Show многие из участников программы не упустили возможность посетить еще и Кантонскую выставку в Гуанчжоу.





также на руку заказчикам персонализированной продукции.

Впрочем, акцент на максимальную персонализацию делается не только в случае с товарами-конструкторами. Индивидуальной, а главное, любимой становится и самая обычная кружка – если на ней можно обозначить день недели, отметить погоду и вообще написать все, что душе угодно. А чего стоит сумка, меняющая форму по велению хозяина!

Возвращаясь к наиболее распространенным на Mega Show категориям продукции, отметим спикеры (т.е. усилители звука) для смартфонов. Этот гаджет не только не теряет популярности, но и обрастает все новыми функциями, к примеру, возможностью делать селфи.



Один из актуальных вариантов – спикеры в виде смайликов. К слову, стиль «эмодзи» уже давно вышел за рамки технологичных сувениров и распространился на предметы декора. Так, керамическая фигурка в виде всем знакомой рожицы обязательно найдет отклик в сердцах поклонников мессенджеров и займет достойное место на их рабочем столе.



Зонты – поистине благодатная почва для фантазии дизайнеров и одна из наиболее распространенных категорий на азиатских выставках. Не стала исключением и Mega Show. На этот раз из широчайшего ассортимента нас привлекла разработка, призванная обеспечить комфорт потребителя: ручка зонта расположена не посередине, как мы привыкли, а выведена немного вбок – теперь зонтик больше не ударит вас по лбу при неосторожном движении.



Конечно же, мы не могли обойти вниманием «Галерею дизайна», к сожалению, совсем небольшую – не более 30 компаний. Улыбнуться заставила новинка от корейских дизайнеров. Признайтесь, как часто вам мешали колени соседа, развалившегося на сидении рядом в метро, самолете, поезде?! С помощью приспособления Limb Rest («Отдых для конечностей») проблема решается просто и



РАЗДЕЛЫ MEGA SHOW PART 1:

- ПОДАРКИ И БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ
- УПАКОВКА
- НОВОГОДНЯЯ, ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ И СЕЗОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ
- ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА И ДЕКОР
- КУХОННЫЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ И ПОСУДА
- ИГРЫ И ИГРУШКИ, ТОВАРЫ ДЛЯ НОВОРОЖДЕННЫХ

РАЗДЕЛЫ MEGA SHOW PART 2:

- ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА И ТЕКСТИЛЬ
- КАНЦЕЛЯРСКИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
- ТОВАРЫ ДЛЯ ВАННОЙ
- ПОДАРКИ, БИЖУТЕРИЯ, ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ



кардинально. Теперь остается ждать смельчаков, которые решатся воспользоваться «девайсом» на практике и внедрить новинку в массы!

Что касается интерьерной и декоративной продукции, то на отдельной площадке была широко представлена рождественская/новогодняя тематика: искусственные ели, елочные украшения, праздничное освещение и прочая атрибутика. Особого упоминания заслуживает свечная продукция. Сразу отметим, что она встречалась буквально всюду, а не только в специальном разделе. А самое интересное – на смену обыкновенным классическим свечам пришли изделия, в которых сам корпус изготовлен из воска, а вот горение имитировано (фитиль движется и подсвечивается изнутри). Такими свечами заполнена вся выставка.



Много интерьерной продукции было представлено в национальных павильонах. Там же чаще всего встречались товары, соответствующие направлению эко-подарков. В основном это продукция из натуральных либо переработанных материалов – дерева, стекла, кофейной гущи.

А вот такого большого количества различных экосистем, как на весенних выставках в Гонконге и Тайване, здесь нам почему-то не встретилось. Запомнились лишь «живые» подарочные коробочки бренда Creative Home.

И в завершение пару слов о второй части выставки – Mega Show Part 2. Как уже говорилось, пока это лишь дополнение к основной, и посещать эту площадку мы бы порекомендовали только при удобном случае, например, на обратном пути из Гуанчжоу. В этот раз Mega Show Part 2 проходила одновременно с выставкой освещения, что обеспечило дополнительный приток посетителей. Довольно большая площадь была отведена под канцелярские принадлежности и бижутерию. GR





MEGA SHOW 2016 В ЦИФРАХ:

4 161 УЧАСТНИК, ИЗ НИХ **3 610** УЧАСТНИКОВ ИЗ **26** СТРАН НА **MEGA SHOW PART 1**,
551 УЧАСТНИК ИЗ **12** СТРАН НА **MEGA SHOW PART 2**

ТОЧКИ РОСТА ДЛЯ БИЗНЕСА В 2017 ГОДУ НА «КОНСУМЭКСПО-2016»

С 21 по 25 ноября 2016 года в ЦВК «Экспоцентр» под патронатом ТПП РФ состоялась 32-я международная выставка товаров народного потребления «Консумэкспо-2016». Мероприятие проходило параллельно с 28-й международной выставкой «Мебель-2016».

Площадка объединила торговые марки из Германии, Испании, Китая, Польши, Республики Корея, России, Франции. С экспозицией ознакомились более 10 200 посетителей. Традиционно гости выставки смогли увидеть новые товарные позиции, представленные в рамках проекта «Новинки и инновации». На выставке также работали «Биржа деловых контактов», «Биржа контактов персон» (Биржа труда), была продолжена реализация проекта «Экспоцентр» – за выставки без контрафакта».

В рамках деловой программы состоялись следующие мероприятия:

• конференция «Больше продаж из интернета: эффективный онлайн-магазин на падающем рынке» о трендах онлайн- и офлайн-торговли, изменениях в законодательстве, аналитике за 2016 год, а также точках роста для бизнеса в 2017 году. В рамках конференции прошел конкурс интернет-магазинов. В b2b категории победителем стал сайт www.subsilver.ru, в b2c категории первое место занял www.bailong-tea.ru;

• XVI сессия «Разработка системы франчайзинга в современных экономических условиях, короткий путь к успеху»;

• стратегическая сессия «Выбор эффективной ценовой и ассортиментной стратегии для успешной работы в 2017 году»;

• II сессия «Приемы стимулирования сбыта в магазине товаров для дома»;

• семинар «Тренды в дизайне товаров для дома».

Более 3000 переговоров о поставках потребительских товаров в розничные сети России провели участники XII Всероссийского форума «Поставщик-2017. Товары для дома, посуда, подарки». Мероприятие собрало свыше 100 делегатов – руководителей компаний-производителей и



поставщиков потребительских товаров и около 30 представителей федеральных и региональных, специализированных и универсальных, а также мебельных розничных сетей.

Также на выставке были подведены итоги фестиваля молодых дизайнеров «Консумдизайн-2016», организованного АО «Экспоцентр», Московским художественно-промышленным институтом и Московским государственным университетом дизайна и технологий. Были определены победители в четырех номинациях: «Посуда», «Упаковка», «Подарок/Сувенир», «Подарок для президента». Гран-при удостоилась студентка МХПИ Валерия Баклашова за разработку дизайна упаковки алкогольной продукции.





ПОБЕДИТЕЛЬНИЦА ФЕСТИВАЛЯ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ - О ПЛАТОНЕ И ВДОХНОВЕНИИ

В рамках 32-й международной выставки товаров народного потребления «Консумэкспо-2016» прошел фестиваль молодых дизайнеров «Консумдизайн-2016». В качестве организаторов выступили АО «Экспоцентр», Московский художественно-промышленный институт (МХПИ) и Московский государственный университет дизайна и технологий (МГУДТ). В номинации «Упаковка» победительницей стала студентка МХПИ Валерия Баклашова (факультет «Графический дизайн», четвертый курс).

GIFT Review: Валерия, мы поздравляем Вас с победой на фестивале. В качестве конкурсной работы Вы представили упаковку водки. Почему именно этот продукт? Это Ваш первый опыт в данном направлении?

Валерия Баклашова: Спасибо за поздравления! В рамках конкурса мне хотелось представить именно бутылочную продукцию. Проанализировав алкогольный ассортимент, я поняла, что упаковка водки дает наиболее широкие возможности для реализации необычных идей, особенно при разработке формы бутылок. Это мой второй опыт в данной сфере.



GR: Чего больше в Вашей работе: фантазии или знаний, полученных в ходе учебы? Что вдохновило Вас на создание этого образца?

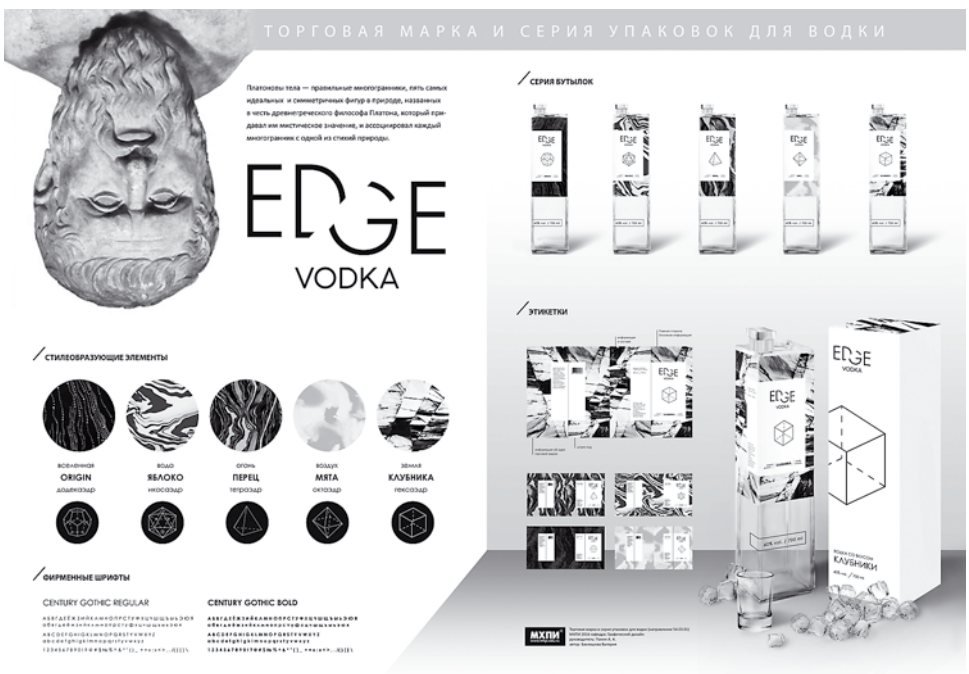
В.Б.: Я думаю, что, как бы ни бурлила фантазия и какими бы интересными ни были идеи, главное – уметь грамотно их оформить, чтобы они были поняты другими. Вдохновением для этой работы стала идея Платона о правильных многогранниках – пяти идеальных и уникальных формах в природе. Перенос этой теории на упаковку водки показался мне удачным решением. Я разработала серию из пяти бутылок, каждую из которых сравнила с одним из многогранников.

GR: А какая фестивальная работа запомнилась лично Вам?

В.Б.: Особенно мне запомнилась работа Юлии Рытиковой «Концепция бренда духов с промокоммуникационными материалами». Мне понравился минималистский дизайн, в котором она выполнена.

GR: Как Вы считаете, какое направление стоило бы добавить в конкурсную программу? Как Вы можете прокомментировать то, что в номинации «Бизнес-сувениры» не было представлено ни одной работы?

В.Б.: В конкурсной программе, на мой взгляд, не хватает номинации «Арт-объект». Что же касается «Бизнес-сувениров», то это очень узкая область, которая отличается некой строгостью в оформлении. А молодым дизайнерам с их задором хочется большего простора для своих фантазий.



GR: Валерия, на Ваш взгляд, насколько сопоставим уровень дизайна потребительских товаров в России и за рубежом?

В.Б.: Думаю, за рубежом дизайн более развит, чем в России, но на полках все чаще появляются продукты, которые соответствуют современным тенденциям в этой сфере. А многие из тех, кто давно работает на рынке, сейчас стараются делать ребрендинг. GR

PSI – ПРОМО ПО-ЕВРОПЕЙСКИ

В январе 2017 года директор выставки IPSA Анна Исаева посетила ведущую европейскую площадку промоиндустрии PSI-2017, проходившую в Дюссельдорфе. Мы публикуем отчет Анны, из которого вы узнаете о том, что больше всего поразило ее на юбилейной 55-й выставке, а также о новинках с «вау-эффектом», появления которых в России лично она ждет с большим нетерпением.

В январе 2017 года я впервые посетила европейскую мекку промоиндустрии – выставку PSI, и она произвела на меня ярчайшее впечатление. Начнем с того, что уже на входе вас буквально сбивает с ног обилие сэмплов продукции – каждый посетитель сразу же получает сумку с многочисленными образцами. Участники по максимуму используют возможность личного контакта с потенциальными заказчиками: даже если посетитель не успел дойти до их стенда, образец инновационной пробки для сохранения свежести недопитого пива все равно окажется у него в руках!



Хочется отметить, что европейские компании поражают своей активностью в стремлении заполучить клиента: любой менеджер на любом стенде в деталях расскажет о технологии изготовления и нанесения, подробно расспросит о вашей компании и даст максимально полную информацию о своей. Все контакты бережно фиксируются и обрабатываются: после выставки нам написали почти все экспоненты, с которыми мы встретились.

Не могу не отметить, что все три российские компании, принимавшие участие в PSI («Главсюрприз», Dragon Gifts и Happy Gifts), оказались на высоте. Неизменно яркая форма стендистов и хорошее настроение на подиуме «Главсюрприза» привлекали европейцев, неискушенных в российских новинках. Не оставались без внимания и Dragon Gifts – мы едва смогли улучить минуту для разговора с Альбиной Пэн, которая в течение всего дня была занята общением с клиентами. А Happy Gifts очень профессионально создали атмосферу счастья на своем стенде. И все то время, что мы обменивались впечатлениями с уважаемыми руководителями компаний, стендисты работали с потенциальными клиентами. Надеюсь, что всем участникам из России PSI принесет реальных заказчиков.

Что касается новинок и трендов, то поделюсь своим наблюдением. Судя по объему присутствия многофункциональных брелоков, стикеров, салфеток и «причуд» для гаджетов, эти сувениры являются сейчас лидерами в сегменте недорогого массового подарка (стоимостью до трех евро). Я бы особо отметила такое их свойство, как функциональность, но, к сожалению, в России заказчик обращает на это внимание в последнюю очередь. А напрасно – ведь именно это качество в итоге определяет,





сколько раз клиент увидит логотип компании. Например, я уже лет пять хожу в магазины с брелоком Bosch, позволяющим отцеплять тележки в супермаркете.

В среднем ценовом сегменте правят бал гаджеты, которые облегчают и продлевают жизнь наших электронных устройств. По-прежнему сохраняют популярность съедобные подарки, а также незаменимые письменные принадлежности – и то, и другое поражает своим разнообразием и высоким качеством.

Европейские производители промотекстиля рассказали, что в России спрос на их продукцию в десятки раз ниже, чем в Европе, но в этом вопросе не стоит забывать о проблеме конкуренции с товарами из Центральной Азии и Китая.



Нельзя не заметить, сколько внимания европейцы уделяют упаковке подарка. Она, как и качественное нанесение, любой продукт превращает в промо. Здесь упаковка информативна, привлекательна и просто красива. Компании не боятся делать нестандартные акценты.

Отдельно хочу поделиться своими вау-впечатлениями от ряда товаров.

- Абсолютный лидер – силиконовый мешочек для замешивания теста от Dragon Gifts. Очень необычное решение, долгоиграющий подарок, который почти наверняка станут применять в быту из-за очевидной полезности.

- Ручки UMA покоряют тактильными ощущениями и легкостью письма. Ждем в России. Владельцы, к счастью, уже всерьез подумывают о нашем регионе.

- Визитница-кардхолдер ANDA – простая в производстве, яркая и полезная вещь. Огромное пространство для нанесения логотипа. Оказалось, что, помимо всего прочего, она еще и бережет персональные данные от случайного скачивания.

Что касается географии выставки, то я насчитала 49 стран со всех частей света. Численный перевес, конечно, на стороне европейцев, но были и компании из Бразилии, ЮАР, США. Весьма любопытной показалась ситуация с азиатскими странами: если в структуре российского импорта все привыкли к абсолютному главенству Китая, то на PSI вперед вырвались Бангладеш, Индия и Пакистан. В личных разговорах представители этих стран объясняли, что из-за ведущейся в Европе борьбы с китайским копированием им оказалось проще выйти на европейский рынок, чем конкурировать с Китаем в России.

К сожалению, в этом году посетителей из России было в два раза меньше, чем в 2016-м (всего 55 против прошлогодних 104). Возможно, российские байеры находят для себя больше идей в Гонконге и Китае.

И напоследок – еще один важный момент. PSI – одна из старейших европейских выставок, которая на протяжении всего своего существования развивалась как закрытое сообщество. Попасть туда в качестве посетителей могли только дистрибьюторы, ставшие членами института PSI. Таким образом, за десятки лет участники привыкли к определенному формату работы на выставке: они развивают региональные продажи и взаимодействуют только с оптовиками. Но в этом году на PSI произошли кардинальные изменения: впервые третий день работы был открыт для рекламных агентств. Количество посетителей увеличилось на 1700 человек (плюс восемь процентов к общему количеству).

Несмотря на то, что период первичного насыщения рынка уже прошёл и наступили времена, когда за клиента нужно бороться, я уверена, что многие отечественные компании готовы к новому этапу развития. В этой связи мы предложили европейским коллегам организовать на PSI-2018 специальный «Русский день», чтобы показать возможности российских дизайнеров и производителей. Как говорят наши немецкие партнеры, невозможно развиваться, будучи закрытым. А выставка – это всегда открытое пространство, пространство для роста. Будем развиваться!

CHRISTMASWORLD и FLORADECORA: РОЖДЕСТВО В ПОЛНОМ РАСЦВЕТЕ

Выставочное трио Christmasworld-Paperworld-Creativeworld, которое ежегодно проводится в конце января во Франкфурте, – яркий пример того, как объединение различных товарных групп на одной площадке дает отличный синергетический эффект. Пожалуй, именно в этом кроется секрет большой посещаемости экспозиции – более 85 тысяч байеров! Увеличение числа закупщиков, вполне закономерно, вызывает приток новых участников: в 2017 году зафиксирован трехпроцентный прирост и тех, и других. А организаторы, продолжая двигаться в этом направлении, добавляют еще одну товарную категорию – живые цветы и растения. Итак, встречайте, Floradecora – яркая премьера нового сезона.



Начало проекту было положено еще в прошлом году, при создании очередной из масштабных инсталляций от голландского дизайн-бюро 2Design, которые давно уже стали визитной карточкой Christmasworld. Экспозиция носила название Design by modern nature и насчитывала более 25 000 свежесрезанных цветов и 2000 видов живых растений. Она наглядно демонстрировала, как удачно эта новая товарная категория дополняет привычную на Christmasworld декоративную продукцию и насколько эффективным может стать для закупщиков добавление в ассортимент живых цветов и растений в качестве сопутствующего товара. Тогда же, в январе 2016 года, была анонсирована новая площадка Floradecora, где впоследствии и получила блестящее воплощение концепция успешного взаимодополнения этих товарных групп.

Итак, в 2017 году Floradecora объединила производителей и поставщиков живых цветов и растений. Как и планировалось, стенды были разработаны в едином стиле: благодаря светлым полупрозрачным занавескам дизайнерские круглые павильоны выгодно отличались от стандартной застройки, однако не утомляли пестротой индивидуального оформления. Также была реализована идея демонстрации на отдельных тематических площадках товаров одного вида, но от разных производителей и поставщиков. Например, у посетителей была возможность сравнить более десятка роз от разных экспонентов буквально не сходя с места, то есть не бегая по стендам в поиске нужной категории. Это особенно удобно для тех, кто четко знает, за чем приехал.

Floradecora собрала около 70 участников и более 10 000 посетителей: совсем неплохой результат для старта, особенно если учитывать отзывы самих экспонентов. Приятно, что организаторы не обманулись в своих прогнозах – площадка оказалась полезной для всех. Производители и поставщики цветов и растений «получили» аудиторию остальных трех выставок (главный приток, конечно же, шел от

СТАТИСТИКА CHRISTMASWORLD - PAPERWORLD - CREATIVEWORLD – FLORADECORA:

2 938 ЭКСПОНЕНТОВ ИЗ **63** СТРАН (2016 ГОД – 2 855)

БОЛЕЕ **85 400** ПОСЕТИТЕЛЕЙ ИЗ **154** СТРАН (2016 ГОД – 82 097)









Christmasworld) – разнообразную, а главное, весьма отличную от той, что посещает традиционные цветочные выставки. С другой стороны, байерам, приехавшим во Франкфурт в поисках декоративной и праздничной продукции, открылся новый товарный сегмент. Для многих это стало поводом задуматься и дополнить ассортимент, используя живые цветы и как сопутствующий товар, способный увеличить продажи, и как средство оформления (особенно актуально для интерьерных дизайнеров, владельцев магазинов подарков и представителей торговых центров). Наконец, участники Christmasworld получили возможность встретиться с новой целевой группой закупщиков – флористами, которые после цветов обязательно отправятся за декоративной продукцией. «В ходе работы на выставке мы постоянно ощущали присутствие Floradecora в соседнем павильоне: в этом году наш стенд посетило значительно больше флористов, чем когда-либо раньше. Отличная синергия!», – так прокомментировал запуск новой площадки Мануэль Вельс (Manuel Vels), управляющий директор компании Pusteblume.



Таким образом, аудитория январских выставок расширяется и увеличивается, ведь теперь здесь представлен еще более широкий спектр продукции: от подарков и праздничных украшений в сочетании с садовым декором и живыми цветами до канцелярской и офисной продукции и товаров для хобби. Действительно, есть за чем ехать во Франкфурт! Что, собственно, и делают импортеры из разных стран мира: по официальной статистике, 60 процентов байеров приехали из-за рубежа, подтвердив международный статус выставок. Одну только Christmasworld посетили представители более 25 категорий компаний, среди которых садовые и мебельные центры, магазины подарков и товаров для дома, оптовики и ритейлеры керамических и фарфоровых изделий, продуктовые и парфюмерные магазины, рестораны, отели и ивент-агентства. Организаторы не устают подчеркивать статус посетителей выставки: по их данным, три четверти приехавших во Франкфурт – представители топ-менеджмента, то есть лица, принимающие решения.

Помимо Floradecora центром притяжения для посетителей Christmasworld уже седьмой год подряд становится масштабная экспозиция голландских дизайнеров Руди Туинмана и Паскаля Келемана (2Design). В этом году она по обыкновению располагалась в Галерее, носила название «Сюрприз, сюрприз» (Surprise Surprise) и была оформлена в карамельных, пастельно-нежных тонах с вкраплениями ярких, броских деталей. По замыслу создателей, композиция должна служить источником вдохновения для эффектной демонстрации декоративной и подарочной продукции, а также оформления притягательных витрин и грандиозных экспозиций в больших пространствах (например, в ТЦ). Акцент здесь не на отдельных товарах (к слову, специально отобранных из ассортимента Christmasworld и снабженных соответствующими табличками), а на создании особой атмосферы, которая заинтригует потребителя и вдохновит на покупку. «Преподнесите своим клиентам сюрприз! И тогда взрослые вновь почувствуют себя детьми, и это погружение в сказочную страну детства обязательно заставит их возвращаться в магазин снова и снова», – так прокомментировал свой проект Руди Туинман.

СТАТИСТИКА CHRISTMASWORLD + FLORADECORA:

43 233 ПОСЕТИТЕЛЕЙ ИЗ **110** СТРАН

1 070 УЧАСТНИКОВ ИЗ **42** СТРАН, ИЗ НИХ **67** КОМПАНИЙ ИЗ **6** СТРАН – УЧАСТНИКИ FLORADECORA. **1** ЭКСПОНЕНТ ИЗ РОССИИ – ЛАВРОВСКАЯ ФАБРИКА ХУДОЖЕСТВЕННОЙ РОСПИСИ





Еще одной изюминкой Christmasworld несомненно является «Тренд Шоу» (Trend Show) – недаром эту площадку организаторы рекомендуют посещать в самом начале, перед обзором всей экспозиции. Его создатели, дизайнеры студии bora.herke.palmisano, также являются постоянными партнерами Messe Frankfurt на протяжении многих лет. Специалисты дизайн-бюро делают обзор трендов нового сезона не только для Christmasworld, но и для Paperworld, и для февральской Ambiente. Посещение площадки не отнимет много времени, зато вы получите полное представление об актуальных тенденциях отрасли – цветовой палитре, материалах, формах и их сочетаниях. Четыре мира трендов в сегменте декоративной и праздничной продукции в этом году были названы так: «Причудливый праздник радости», «Бережное обращение с традицией», «Характерные черты современности» и «Нежное прикосновение природы». Их объединил общий слоган «Восхитительный момент», который отразил последние веяния в моде, архитектуре и дизайне внутреннего пространства и явился сквозным мотивом ассортимента экспонентов Christmasworld. По прогнозам bora.herke.palmisano, в 2017 году рождественские праздники будет характеризовать атмосфера тишины, мира и спокойствия, погружения в светлые мысли и приятные воспоминания. Визуальным воплощением этой идеи служит цветовая гамма продукции, представленной на выставке. Теплые оттенки меди, богатый золотой и белоснежный в сочетании с роскошным, блестящим красным, натуральным зеленым и умиротворяющими оттенками пастельного голубого, – все это многообразие создает спокойную, приятную и вместе с тем праздничную атмосферу.



Отголоски прошлого, звучащие в продукции, исполненной в традиционных мотивах (к примеру, в игрушках ручной работы), вызывают ощущение безопасности и уверенности в завтрашнем дне. Винтаж – ключевой тренд на 2017 год, и не только в рождественских украшениях, но и в декоративной продукции для других праздников. Кроме того, по-прежнему в моде товары из натуральных материалов, а также флористические мотивы (особенно изображения кактусов и ананасов). И, конечно же, на пике популярности – добавление в декоративную продукцию живых цветов и растений, которые подчеркивают и оттеняют ее, привносят особенную эмоциональную составляющую, свойственную только миру живой природы.

Помимо ярких премьер и главных площадок на Christmasworld, выставку сопровождала насыщенная деловая программа. Прибавим уже упомянутый широчайший ассортимент, представляющий отличные возможности для закупок, и успех выставки – а Christmasworld в очередной раз бьет показатели предыдущего года по количеству как участников (плюс 12,3 процентов), так и посетителей (плюс 9,7 процентов) – не вызовет никакого удивления. В следующем году все четыре выставки по обыкновению пройдут в последние выходные января. Не пропустите! GR

Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Christmasworld: 26-30 января 2018 г.

Floradecora: 26-29 января 2018 г.

Paperworld и Creativeworld: 27-30 января 2018 г.

4 МИРА ТРЕНДОВ НА CHRISTMASWORLD-2017



«Причудливый праздник радости»

(A fanciful celebration of joy) – это беззаботный мир детства, яркая пестрота блошиных рынков, причудливые сувениры, безграничная фантазия. Невообразимый микс предметов, материалов и сюжетов, сочетание несочетаемого: сюрреалистические принты соседствуют с кружевом, вышивкой и вязаными вещами, а персонажи популярных комиксов – со сказочными сюжетами и традиционными фольклорными мотивами. Цветовая гамма включает элегантные оттенки сиреневого, фиолетового и серебристого вперемешку с нотками дыни, меда и марципана.

«Бережное обращение с традицией»

(A valuable handling of tradition) – стиль на все времена. Его ключевые характеристики – традиции и мастерство. Здесь используются высококачественные и обязательно натуральные материалы: лен, замша, вельвет, необработанное дерево, грубоватая керамика. Традиционные изделия ручной работы часто украшаются флористическими и сельскими мотивами (птицы, перья). Натуральная цветовая гамма: коричневый, серо-голубой, темно-зеленый, фисташковый, песочный.





«Нежное прикосновение природы»

(A gentle touch of nature) характеризуют прозрачные, хрупкие материалы и тонкие линии, которые словно бы передают легкое движение воды и слабое дуновение ветра. Цветовая гамма сдержанная, призывающая к отдыху и покою: синевато-серый, желтоватый, лаймовый, мятный, коралловый, золотой, нежно-розовый. Паутинки, сеточки листьев, капельки дождя и тумана, слезинки росы, кристаллики льда, морозные узоры, переливающийся песок служат образцами для дизайна предметов в этом стиле.

«Характерные черты современности»

(A distinctive figure of modernity) – это эстетика, изощренность и элегантность. Стиль вдохновлен современным искусством: от скульптуры и кинетизма до индустриального дизайна и архитектуры. Впечатляющие пропорции и экспрессивные, скульптурные формы. Притягивающая взгляд палитра: лазурный, бронзовый, золотой, пурпурный, малахитовый. Четкие геометрические формы, разнообразные узоры, контрастные цветовые сочетания.



Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH

HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR – РАЗВИТИЕ, НЕ ЗНАЮЩЕЕ ПРЕДЕЛА

С 27 по 30 апреля 2017 года в Гонконге пройдет крупнейшая международная выставка подарков, которая уже более 30 лет пользуется огромным успехом среди участников и посетителей. Из нашего интервью вы узнаете, какими нововведениями порадуют нас организаторы, кто задает тон на рынке сувенирной продукции и как добраться до Гонконга без ущерба для кошелька!

GIFT Review: В 2017 году на выставке впервые будет представлен раздел Hair Ornament & Accessories («Украшения для волос и аксессуары»). Какие еще нововведения ждут экспонентов и посетителей?

– Все верно, на предстоящей апрельской выставке у нас появится новый раздел, посвященный украшениям и аксессуарам для волос. В этом сегменте посетителям будут представлены товары из Гонконга, Китая, Японии и Кореи. Кроме того, в рамках стартап-зон посетители увидят принципиально новые концепции и уникальные изделия от начинающих предпринимателей и дизайнеров.

Соорганизатор выставки Ассоциация экспортеров Гонконга проведет конкурс HK Smart Design Awards, ранее известный как HK Smart Gifts Design Awards. С целью дальнейшего развития и расширения индустрии подарков в его программу будет добавлен раздел Home & Houseware. Традиционно конкурс способствует развитию отношений между гонконгскими производителями сувенирной продукции и экспортерами, а также продвижению местных дизайнеров. Церемония награждения состоится в первый день работы выставки. Товары-победители будут демонстрироваться в течение всего мероприятия. Более подробную информацию можно найти на сайте www.sdawards.org.hk.

GR: Ожидаете ли вы увеличения числа участников выставки? В какой степени этому будет способствовать введение новых разделов?

– На данный момент мы рассчитываем, что выставка привлечет более 4200 экспонентов. В принципе, каждый год стабильно приносит нам новых участников – в этом году их ряды пополнят компании из Ирландии. И конечно, мы продолжаем набор экспонентов в новый раздел Hair Ornament & Accessories. Кстати, большинство уже зарегистрированных участников впервые представят свою продукцию на нашей выставке.

GR: Какой прогноз по посетителям вы можете озвучить? Что конкретно вы делаете для их привлечения?

– Конечно же, мы надеемся, что число посетителей увеличится. Но не стоит забывать о том, что важны не только количественные, но и качественные показатели аудитории. Мы гордимся тем, что среди наших гостей есть представители самых разных форматов торговли: оптовых и розничных сетей, универмагов и бутиков, а также интернет-магазинов. Чтобы привлечь больше покупателей, мы всегда стараемся собрать наиболее интересных экспонентов со всего мира.

Для облегчения поиска поставщиков пространство выставки разбито на разнообразные тематические зоны, главной из которых является Hall of Fine Designs: здесь собраны около 130 наиболее популярных брендов, в том числе B.Duck, Cross, Hugo Boss, Moleskine, Nina Ricci, Sanrio, TeamGreen и т.д. Среди других разделов стоит упомянуть World of Gift Ideas, Art & DIY Gifts, Fine Porcelain Gifts, Green Gifts, Hiking and Camping Products, iAccessories и Party & Festive Items.

GR: Что вы можете сказать о тенденциях на рынке сувенирной продукции? Кто здесь задает тон: производители или покупатели?





Организатор выставки, Совет по развитию торговли Гонконга (HKTDC), предлагает программы компенсации затрат на поездку тем компаниям, которые посещают выставку впервые или тем, кто не посещал ее в 2016 году.
Подробная информация: **+7 (495) 787-98-28, email: moscow.consultant@hktdc.org**

– В прошлом году среди посетителей и экспонентов был проведен опрос о тенденциях сувенирного рынка. Большинство респондентов ответило, что максимальным потенциалом роста обладают декоративные подарки и статуэтки. На втором месте оказались технологичные и рекламные подарки, а на третьем – премиальные товары. Касаемо продукции в целом, можно отметить, что сегодня потребителей в первую очередь интересуют ее практичность и качество и лишь затем – стоимость и внешний вид.

Одна из новых тенденций – это выход лицензионной продукции на рынок товаров для дома. Особенно высокий потенциал у декоративных изделий. Уже привычные лицензионные продукты с изображением знакомых персонажей из фильмов и сериалов, скорее всего, сохранят свою популярность. Гонконгские компании имеют все шансы преуспеть в этой сфере, так как они славятся умением защищать интересы клиента при тщательном соблюдении прав интеллектуальной собственности.

Кто задает тон на рынке? Сложно сказать, ведь производители и потребители взаимосвязаны, они постоянно воздействуют друг на друга. Допустим, быстрое развитие интернета позволяет производителям представлять свои товары в сети. В свою очередь, покупатели привыкают искать персонализированные, уникальные подарки с доставкой на дом и тем самым способствуют еще более активному росту онлайн-торговли.

GR: Какие программы поддержки иностранных байеров предусмотрены в этом году?

– Мы готовы организовать личные встречи с интересующими экспонентами, оказать помощь в выявлении потенциальных бизнес-партнеров. Кроме того, у нас есть масштабная программа для байеров, включающая компенсацию затрат на поездку, которая делает посещение выставки более доступным, а работу на ней более продуктивной.

GR: Одновременно с Gifts & Premium Fair проходит выставка печати и упаковки HK International Printing & Packaging Fair. Что это дает байерам?

– Мы считаем, что параллельное проведение мероприятий придает определенную синергию обоим проектам. Многие покупатели посещают обе площадки, что позволяет им значительно расширить круг деловых контактов. С нетерпением ждем российских байеров на наших выставках! GR

www.hktdc.com/fair/bkgiftspremiumfair-en/HKTDC-Hong-Kong-Gifts-and-Premium-Fair.html

Фото: HKTDC



Реклама

TENDENCE-2017: ОБНОВЛЕНИЕ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ

В этом году посетителей международной торговой выставки потребительских товаров Tendence ожидает немало новостей. Во-первых, мероприятие пройдет на два месяца раньше, чем обычно. Во-вторых, организаторы сделают ставку на развитие и поддержку молодых талантов по всем основным направлениям выставки: от ремесел до современного дизайна.

В 2017 году выставка Tendence откроет свои двери во Франкфурте-на-Майне не в конце, а в начале лета – с 24 по 27 июня. Благодаря новым датам участники смогут не только продемонстрировать летние коллекции, но и анонсировать осенне-зимние новинки, что, несомненно, станет стратегическим преимуществом для оптовых покупателей. А для представителей крупных компаний это еще и возможность своевременно разместить заказы на весенне-летние коллекции 2018 года. Наконец, перенос дат позволит расширить пространство выставки и по-новому скомпоновать залы.

В 2016 году Tendence продемонстрировала блестящие результаты: 955 участников из 45 стран и более 24 тысяч посетителей из различных уголков земли, в том числе из Японии и Китая. Участники также отмечали интерес к своей продукции со стороны посетителей из России и Украины.

На выставке традиционно будут представлены товары для дома и садового участка, предметы интерьера, мебель, украшения, подарки, ювелирные изделия и модные аксессуары. В рамках раздела Village десять известных компаний поделятся своими идеями для розничной торговли и продемонстрируют, как эффективно представить продукцию в магазине для привлечения максимального внимания. Участники – Cedon, Charles & Marie, Donkey, Gift Company, Mark's Europe, Nogallery, Paperproducts, Werkhaus и др. Впервые в рамках выставки будет организована дополнительная площадка, посвященная контейнерам для зарубежных перевозок.

В этом году Tendence также приглашает молодых ювелиров, мастеров и дизайнеров принять участие в разделе Talents. Заявки принимаются до 20 марта. Участникам предоставляется бесплатный выставочный стенд, на котором они смогут продемонстрировать свои работы и наладить важные деловые контакты. Для начинающих специалистов это станет прекрасной возможностью заявить о себе и привлечь внимание к своей продукции.

Также в программе предусмотрены лекции для покупателей ювелирных изделий. А ритейлеры и сервис-провайдеры смогут получить актуальную информацию по развитию интернет-магазинов и онлайн-маркетинга.

www.tendence.messefrankfurt.com



Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Thomas Fedra



CJF – ДЕТСКАЯ МОДА 2017

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

ЭКСПОЦЕНТР

РОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

20–24.02

Организатор: АО «Экспоцентр»

При поддержке Министерства промышленности и торговли РФ

Под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ

26–29.09

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

www.cjf-expo.ru

12+

Реклама

КАЛЕНДАРЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРАЗДНИКОВ, МАРТ - ИЮНЬ 2017

Март

08 Международный женский день

11 День работника органов наркоконтроля

12 День работников геодезии и картографии

16 День службы ОБХСС (ОБЭП)

18 День налоговой полиции

19 День работников бытового обслуживания и ЖКХ, День торговли

23 День метеоролога

25 День работников культуры России

27 День внутренних войск МВД России

Апрель

02 День геолога

06 День следователя (День работников следственных органов РФ)

07 День Рунета

09 День войск противовоздушной обороны (День ПВО)

12 День авиации и космонавтики

15 День специалиста РЭБ

21 День главбуха

27 День нотариуса

30 День пожарной охраны

Май

01 Праздник солидарности трудящихся (День труда)

07 День радио

09 День Победы

13 День черноморского флота России, ВМФ РФ

18 День балтийского флота России, ВМФ РФ

21 День тихоокеанского флота России, ВМФ РФ

25 День полярника

26 День предпринимателя (День российского предпринимательства)

28 День пограничника

День филолога

День сварщика

День химика

Июнь

01 День защиты детей (международный день детей)

День военно-транспортной авиации России

День северного флота России, ВМФ РФ

05 День эколога. Всемирный день защиты окружающей среды

11 День работников легкой промышленности

12 День России

18 День медицинского работника

21 День кинолога

24 День изобретателя и рационализатора

XXII ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Весенняя фантазия

1 - 5 марта 2017

Генеральный спонсор

ТРАНСНЕФТЬ

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

19 - 23 апреля 2017

ЖАР-ПТИЦА

Организатор:

Ассоциация "Народные художественные промыслы России"

(499)124-08-09, **nkhp.ru**

Реклама

Московский международный мебельный салон

MIFS 2017

28-31 марта

Новые возможности для развития вашего бизнеса

- Специальные проекты
- Отраслевые конкурсы
- Тематические зоны
- Презентационные форумы
- Объединенная экспозиция с BATIMAT RUSSIA*

*BATIMAT RUSSIA – ведущая строительно-интерьерная выставка России.



МВЦ «Крокус Экспо»

г. Москва

Организаторы:

MEDIA GLOBE

Крокус Экспо

Генеральный информационный партнер:

SALON

+7 (495) 961 22 62

www.mmms-expo.ru

Реклама

ROBIN RUTH RUSSIA



Реклама

Представительство Robin-Ruth в России
г. Москва, ул. Нижегородская 29 - 33
www.robin-ruth.ru