GIFT REVIEW

№ 35/2019

www.gift-review.ru

ТЕМА НОМЕРА
Праздники и будни: сувенирка в ивент-индустрии

ТРЕНДЫ
«Живой коралл»: яркое настроение от Pantone

ВЫСТАВКИ
Gifts & Premium Fair 2019: программа компенсации затрат

ВЫБОР РЕДАКЦИИ
Курс на лето: атмосферные подарки к весенне-летнему сезону





Реклама

+7 495 981-84-84
www.merlion.com

merlion

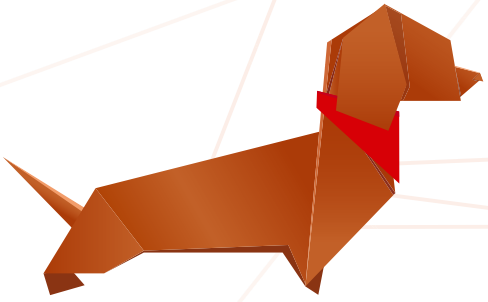
IPSA

ВСЕ
ДЛЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ
ВАШЕГО
БРЕНДА

20-21

МАРТА 2019

Москва
Крокус Экспо



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ IPSA

IPSA – это:

- Поставщики и производители промопродукции со всего мира
- Более 4000 профессионалов на одной площадке
- Личные встречи с ведущими компаниями за три дня работы на выставке

WWW.IPSA.RU

Организатор:
Reed Exhibitions

0+
РЕКЛАМА. ООО «РЕЛКС»

10-12 сентября 2019

Крокус Экспо, Москва

PSI Russia

Выставка-фестиваль коммерческого креатива

www.psi-russia.ru

- 3 дня для бизнеса
- 150 компаний
- 3 500 посетителей
- 5 уникальных форматов интерактива

PSI.Russia

ОРГАНИЗАТОР:

Reed Exhibitions

ООО «РЕПИКС» РЕКЛАМА

СОДЕРЖАНИЕ

4 НОВИНКА / АКТУАЛЬНО



КАНЦТОВАРЫ
ЕЖЕДНЕВНИКИ ОТ «НОРГИС ПРЕСС» – УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ 8



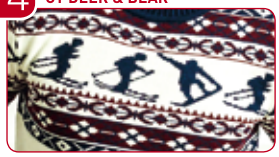
ТЕХНОЛОГИИ
КРУГОВАЯ ШЕЛКОГРАФИЯ ОТ «ВИСПО» 10



КОМПАНИЯ
СОЗДАЙ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ С «ИНТЕРНЕТ-СКЛАДОМ ПОДАРКОВ» 12



ТЕКСТИЛЬ
ТЕПЛЫЕ ПОДАРКИ ОТ DEER & BEAR 14



БРЕНДЫ
БЕЗУПРЕЧНЫЙ ПОДАРОК – КАКОЙ ОН? 18



БРЕНДЫ
BALVI – ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ 20



СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
ЭЛИТНЫЕ ПОДАРКИ С «ЧАЙНОЙ ФИЛОСОФИЕЙ» 22



КОМПАНИЯ
LE CRÉATEUR – ИЗЫСКАННЫЕ АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА И ОФИСА 24



ЛОГИСТИКА
ASIAN LOGISTICS COMPANY – ДЕШЕВЛЕ, КАЧЕСТВЕННЕЕ, БЫСТРЕЕ 26



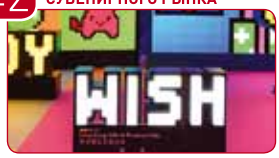
ТЕМА НОМЕРА
ПРАЗДНИКИ И БУДНИ: СУВЕНИРКА В ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ 28



ВЫБОР РЕДАКЦИИ
КУРС НА ЛЕТО: АТМОСФЕРНЫЕ ПОДАРКИ К ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЕМУ СЕЗОНУ 40



ВЫСТАВКИ
HK GIFTS & PREMIUM FAIR 2019: ЦЕНТРАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ СУВЕНИРНОГО РЫНКА 42



ВЫСТАВКИ
HOMI-2019: ИНТЕРЬЕРНЫЕ РЕШЕНИЯ БУДУЩЕГО 44



ВЫСТАВКИ
CHRISTMASWORLD 2019: ЕВРОПЕЙСКОЕ В АССОРТИМЕНТЕ 50



ВЫБОР РЕДАКЦИИ
ЕЩЕ НЕМНОГО ИНТЕРЕСНОГО С CHRISTMASWORLD-2019 54



ТРЕНДЫ
«ЖИВОЙ КОРАЛЛ»-2019: ЯРКОЕ НАСТРОЕНИЕ ОТ PANTONE 56



КАЛЕНДАРЬ
КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. ВЕСНА-ЛЕТО 2019 62



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
№ 35/2019
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Анна Михайлова
Отдел рекламы: Екатерина Соколова, Анна Михайлова
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.

«ТД КРАФТ» – ВСЁ ДЕЛО В УПАКОВКЕ!



Выбрать подходящий конкретному случаю и человеку подарок само по себе непросто, но и это только половина дела. Также очень важно оформить ваш сюрприз красиво и оригинально. Брендированные крафт-пакеты, упаковочная и подарочная бумага – не только неотъемлемая часть культуры бизнес-сувениров, это еще и модный экотренд заботы об окружающей среде, элемент корпоративного имиджа и маркетинговой стратегии. Грамотная упаковка от компании «ТД Крафт» поможет продавать ваш товар, повысит узнаваемость компании и лояльность к бренду и будет просто радовать глаз.

Уже с лого

Срок изготовления до 3-х дней!









ПЛЕЙСМЕТЫ, САЛФЕТКИ, КОРОБА И ДРУГАЯ БУМАЖНАЯ ПРОМОПРОДУКЦИЯ

• **Placemat (англ.) – подставка под блюдо, стильный сувенир, выполняющий как рекламную, так и декоративную функцию.**

• **Коробки для пиццы, кейтеринга, короба из гофрокартона с нанесением Вашего логотипа – идеальное решение для выездных мероприятий, тимбилдингов, ресторанов и других организаций. Они защитят вашу продукцию от механических повреждений и позволят дольше сохранить ее качества.**











Доставка до транспортной компании 0 коп.
Сравните наше предложение и Вы убедитесь - Мы лучшие!

Назовите промокод **KRAFT** и получите **ПОДАРОК!**

_kraft_paper 8 (903) 977-74-47 8 (495) 221-05-11 www.tdkraft.ru www.mirupac.su
kraftpaper@bk.ru mirupac@mail.ru

Реклама


Arkadee felt
Изделия из фетра
Корпоративные бизнес-сувениры
Стиль и функциональность выделит ваш подарок на фоне других
г. Москва
+7 (499) 673-36-71
+7(916)167-01-18
arkadeefelt@mail.ru
www.arkadeefelt.ru
#arkadee_felt
arkadeefelt
arkadeefelt.ru


EURO TEX
WWW.EUROTEX.ME
7 (966) 381-67-27
8 (800) 301-31-34
eurotex1@mail.ru
supertex1@mail.ru
etx1@bk.ru
INFO@EUROTEX.ME


ервая
ООО “Студия рекламы “ПЕРВАЯ”
•ПОСТАВКИ РЕКЛАМНЫХ ТОВАРОВ ОПТОМ ИЗ КИТАЯ!
•ПОШИВ МАСОК ДЛЯ СНА, АРОМА-САШЕ, ПЛЕДОВ!
•ОРИГИНАЛЬНЫЕ ИДЕИ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПОДАРКИ!
+7 906 064 58 66, +7 495 66 99 423
info@st-pervaya.ru | www.st-pervaya.ru | www.pervaya-gifts.com
Вечный календарь
PERMANENT CALENDAR
JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Флешка с ароматом натурального эфирного масла и искусственными цветами!

LETIE
креативная студия
АВАНГАРД ВАШЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
сувениры
программы
концепции
letie.ru
info@letie.ru
+79262168345
+79153251230



СПЕЦИАЛЬНО К ПРИБЛИЖАЮЩЕМУСЯ ШАШЛЫЧНОМУ СЕЗОНУ
АКСО
Компания «АКСО» представила линейку шашлычных наборов, оформляемых лазером, что позволило снизить цену и ускорить выпуск изделий!
www.akso.su
+7-83-171-524-00
info@akso.su



ФИЛОСОФИЯ • КРАСОТА • ЗДОРОВЬЕ
CAN GIFTS
БИЗНЕС СУВЕНИРЫ С ЛОГОТИПОМ
- поставки чая из Японии
- профессиональные рисунки тушью в Вашем корпоративном стиле
+7 (495) 120 70 38
www.ucangifts.ru
茶



kaco

НОВЫЙ МОДНЫЙ БРЕНД

БИЗНЕС-БЛОКНОТЫ




БИЗНЕС-ПАПКИ




БИЗНЕС-ПОРТМОНЕ




РЮКЗАК, СУМКИ, РУЧКИ



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

www.kaco-russia.ru

Реклама

IMAGE Collection
www.imagecollection.ru



ТРЕХГРАННАЯ РУЧКА DELTA



- уникальный трехгранный дизайн
- пластик матовый / Soft Touch
- любые варианты сочетания цветов в деталях ручки
- огромные возможности для брендирования
- стержень длительного письма

СДЕЛАНО В ИТАЛИИ

www.imagecollection.it

Реклама

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви» • www.p-i-v.ru • тел.: +7 (495) 225-995-3

ЕЖЕДНЕВНИКИ ОТ «НОРГИС ПРЕСС» – УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗАТРАТАМИ

Офисная полиграфическая продукция, такая как блокноты и ежедневники, неизменно пользуется спросом у заказчиков бизнес-сувениров. И это вполне объяснимо: такой корпоративный подарок доступен, даже для компании с ограниченным бюджетом, удобен для брендирования различными способами. Кроме того, можно сделать этот универсальный аксессуар действительно неповторимым – с авторским дизайном, использованием необычной бумаги, особых материалов для обложки и декора. О процессе создания такого шедевра от а до я рассказал Сергей Синицын, директор по маркетингу и рекламе типографии полного цикла «Норгис Пресс».

Если вам необходим необычный блокнот или ежедневник, есть несколько вариантов решения задачи: к примеру, приобрести стандартное изделие и добавить к нему элементы персонализации, такие как тиснение, гравировка или UV-печать, либо купить все необходимые компоненты и собрать самостоятельно. Здесь могут возникнуть такие сложности, как отсутствие необходимого количества и цветов; качество, не соответствующее ожиданиям, проблемы с использованием дополнительных элементов и фурнитуры.

Оптимальное решение – это обратиться в компанию, которая специализируется на индивидуальных изделиях для планирования. Для этого не обязательно заказывать векторный макет у дизайнера, можно нарисовать эскиз в любой доступной программе, даже карандашом на бумаге, и отправить на электронную почту.

Менеджер предложит вам каталоги материалов, подберет способ изготовления в соответствии с бюджетом и вашими пожеланиями.

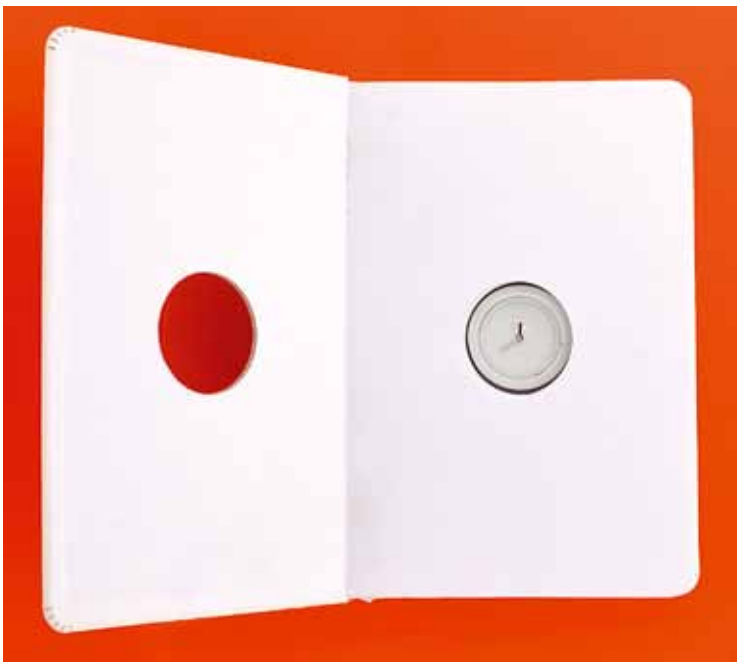








Любой ежедневник можно дополнить такими опциями, как карманы, хлястик, петля для ручки, пластиковые разделители. Использование лазерной резки, цифровой и UV-печати позволяет оперативно корректировать изделие в процессе разработки.



Наша компания производит широкий ассортимент ниткошвейных блоков, есть варианты для установки на кольца и пружину. Количество вариантов обложки не ограничено, однако выделяют несколько основных типов – твердая, гибкая, дублированная (двусторонняя) и классическая с поролоном.

Если вы разработали свой, индивидуальный ежедневник, в том числе и нестандартных размеров, его можно напечатать цифровым или офсетным способом, в зависимости от тиража.

После согласования электронной версии изготавливается макет изделия либо полноценный образец.

Сроки изготовления тиража зависят от сложности и объема заказа, рассчитываются индивидуально.







ООО «Норгис Пресс». г. Москва, ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 5
Тел.: 8 (495) 787-35-17, 8 (495) 380-22-67, 8 (495) 308-90-46
info@norgis.ru www.norgispress.ru

КРУГОВАЯ ШЕЛКОГРАФИЯ ОТ «ВИСПО»

Вопрос брендирования продукции всегда важен для профессионалов сувенирного рынка. Все хотят, чтобы нанесение фирменных знаков и памятных надписей на бизнес-подарки было оперативным, качественным, недорогим, а готовое изделие – эстетичным стильным и долговечным. О набирающем популярность способе печати – круговой шелкографии – нам рассказал Павел Гендельман, технолог компании «Виспо».



Круговая шелкография – это одна из разновидностей трафаретной печати, позволяющая декорировать и брендировать изделия цилиндрической формы (кружки, бутылки, флаконы, тубусы и т.д.). Основные преимущества данной технологии заключаются в возможности печати на широком спектре материалов, с неограниченной цветностью и высокой производительностью. Кроме того, она позволяет печатать как крупные, так и небольшие тиражи.

Этот вид печати обладает многими преимуществами по сравнению с деколью и тампопечатью – она более оперативна и экономически выгодна, ее можно использовать на тех материалах и изделиях, где другие виды печати неприменимы.

Компания «Виспо» работает в области брендирования сувенирной продукции с 2009 года. Мы не останавливаемся в развитии производства, неустанно его совершенствуем. В 2018 году нами было приобретено новое оборудование, дающее возможность осуществлять высококачественную печать на поверхностях цилиндрической формы. Круговая шелкография – не самая распространенная печатная технология, для ее выполнения требуется специальное оборудование и высококвалифицированные специалисты. Однако этот способ печати обладает многими достоинствами, способствующими росту его популярности, такими как:

- высокая производительность по сравнению с другими технологиями (350-700 оттисков одного цвета в час);
- возможность применения на разных материалах, не пригодных для обжига в условиях высокого температурного режима при деколи (пластиковых, силиконовых, деревянных, фарфоровых, картонных поверхностях);
- многоцветность (неограниченное количество цветов);
- печать спецэффектов (помимо обычных красок можно использовать лаки, глиттеры, красители с дизайнерскими эффектами);
- точность попадания в цвета по Pantone;
- большее печатное поле по сравнению с тампонной печатью;
- возможность запечатывать цветные изделия в отличие от сублимации;
- низкая себестоимость.



Круговая шелкография – идеальный вариант для печати на кружках и других цилиндрических изделиях. Она превращает обычные изделия в эксклюзивные сувениры.

+7 (495) 668-13-10 www.vispo.ru

реклама

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT

ЦДХ

27–29.03

2019

25 Выставка маркетинговых коммуникаций
ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT
27–29 Марта 2019
Москва, ЦДХ

25 Exibition of marketing communications
DESIGN & REKLAMA NEXT
March 27–29, 2019
Moscow, CHA

12+

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

СОЗДАЙ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ С «ИНТЕРНЕТ-СКЛАДОМ ПОДАРКОВ»

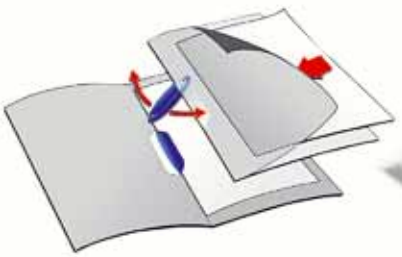
«Интернет-склад подарков» стал дистрибьютором брендов Durable и Brandtape в России. Директор компании Любовь Ямшанова уверена, что разнообразная продукция для офисов и фирменная клейкая лента могут стать прекрасными бизнес-сувенирами, а также частью стратегии продвижения и корпоративного имиджа. Редакция GIFT Review решила познакомить читателей с наиболее интересными позициями из ассортимента этих торговых марок.

Если вы получили этот журнал на выставке, то в раздаточных материалах вы найдете чехол для пластиковой карты с репродукцией картины современного уральского художника Алексея Рыжкова. Мы гарантируем, что чехол не утратит прочности и яркости в течение нескольких лет. Как такое возможно? Легко! Ведь это аксессуар от ТМ Durable. Он произведен в Германии, и миллионами таких чехлов пользуются люди из почти ста стран мира.





Папки с клипом от ТМ Durable изготовлены из высококачественного немецкого пластика с возможностью нанесения любого логотипа. Эта продукция производится брендом на протяжении 60-ти лет, и ее качеству точно можно доверять.







Ну и куда же в XXI веке без бумажных объявлений? Как это ни смешно – никуда! Вспомните, каким образом вы вешаете объявление в офисе для коллег, в магазине, банке или бизнес-центре для клиентов и посетителей? Самые частые ответы – на клей или скотч. Все эти способы не красят интерьер и при снятии оставляют грязь и разводы. Теперь есть иной способ размещения – магнитные рамки Duraframe. Форматы от А6 до А1, до 10 цветов, до 30 переклеиваний на любой поверхности, специальный клей не оставляет следов при снятии.

Подставка для зарядки телефона Varicolor Phone Holder – еще одна «умная» разработка от TM Durable. Все мы каждый день заряжаем телефон – дома, в офисе, в дороге. Если провод зарядки слишком короткий, то телефон болтается в воздухе или лежит на полу. Теперь этого можно избежать. А бонусами к яркому дизайну идут противоударный ABS-пластик, прорезиненное основание и съемный адаптер.







DURABLE – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ТОВАРОВ ДЛЯ ОФИСА, ИЗВЕСТНЫЙ В РОССИИ С 1993 ГОДА, А В МИРЕ С 1920 ГОДА. ПОЛНЫЙ АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ БРЕНДА С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ЛЮБОЙ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ – ОТ ЛОГОТИПА ДО ПОЛНОЦВЕТНОЙ КОМПОЗИЦИИ – ВЫ МОЖЕТЕ УВИДЕТЬ НА САЙТЕ WWW.DURABLE.GIFT.

BRANDTAPE – УПАКУЙСЯ СТИЛЬНО

• **ФИРМЕННАЯ КЛЕЙКАЯ ЛЕНТА –** отличное средство для маркировки продукции, защиты упаковки от несанкционированного вскрытия и увеличения узнаваемости бренда.

• Для нанесения логотипа на клейкую ленту используется самое качественное оборудование и материалы. При производстве применяется **поверхностная или межслойная флексографическая печать.**

• Мы изготовим **клише для первой печати вашего логотипа** на клейкую ленту. Флексопечать позволяет использовать до трех цветов, при этом для каждого из них создается свое клише.

• Вы можете выбрать **прозрачную или цветную** клейкую ленту.

• В зависимости от пожеланий заказчика **ширина и толщина** ленты (количество микрон) могут быть изменены.



www.skladgifts.ru www.durable.gift www.brandtape.ru +7 (800) 500-07-81

ТЕПЛЫЕ ПОДАРКИ ОТ DEER & BEAR

Вязаные свитера, варежки, шапки неизменно навевают воспоминания о любящих бабушкиных руках, уюте и комфорте родного дома, тепле семейного очага... Но не все знают, к примеру, о целебных свойствах шерсти или о том, какие орнаменты будут самыми модными в предстоящем сезоне. А между тем качественные вязаные изделия становятся настоящим трендом не только среди личных, но и корпоративных подарков. Ведь даже самые обычные шерстяные носки можно преподнести красиво. Как дарить новый формат впечатлений от привычных вещей, нам рассказал Степан Силин, руководитель компании Deer & Bear.

GIFT Review: Специализация вашей компании – шерстяные вязаные изделия. В чем заключаются преимущества предложения от Deer & Bear?

Степан Силин: Особое внимание мы уделяем качеству шерсти, ведь это основа любого вязаного изделия. Если речь идет о модном свитере, важными характеристиками пряжи становятся экологичность, чистота и ровность оттенка использованных красителей, стойкость пряжи к стиркам, способность сохранять форму. Также, в отличие от терапевтической шерсти, важным показателем является мягкость, ведь именно это свойство дарит людям чувство теплоты и уюта. Наши свитера имеют двойную вязку и полноценную длину рукава, что в условиях русской зимы бесспорно важно. Для терапевтических носков или наколенников подбирается грубая, неокрашенная шерсть, чтобы максимально сохранить ее лечебные свойства.

Отдельно хотелось бы отметить упаковку, которая, по сути, делает наши товары готовым подарком. А наличие собственного производства дает возможность для гибкой ценовой политики, контроля качества и сроков на всех этапах выполнения заказа.

GR: Что служит вдохновением при разработке орнаментов для ваших теплых подарков?

С.С.: Каждый наш свитер – это определенное настроение, идея, концепция, которая гармонично подчеркнет индивидуальность хозяина. Например, мужской свитер «Сноуборд и лыжи» отлично подойдет человеку, влюбленному в приключения и путешествия, а свитер «Нежность» будет приятно получить в подарок каждой женщине.

GR: Какие варианты брендирования вы можете предложить корпоративным клиентам?

С.С.: Вариантов персонализации огромное количество: это и непосредственное вывязывание логотипа компании в изделии, и различные шевроны из кожи, металла или жаккарда. Прекрасной площадкой для брендирования и рекламы компании является упаковка. Клиент может «убить двух зайцев» – сделать отличный подарок и рассказать о новых услугах и товарах потенциальному заказчику. Каждый раз мы внимательно выслушиваем пожелания конкретного заказчика и предлагаем решение, которое удовлетворит его запросы.









GR: Есть ли у вас какие-то специальные условия для корпоративных заказчиков?

С.С.: Конечно. У нас существует система скидок, которая зависит от тиража и времени размещения заказа. Для объема от 300 единиц скидки рассчитываются индивидуально. Если делать заказ заранее, в низкий сезон, то это также дает возможность существенно сэкономить. Идеальное время для закупки корпоративных подарков из шерсти – это лето. Производство работает в штатном режиме, цены на шерсть максимально низкие, и дизайнер исполнит задуманное с полной отдачей.

GR: Кстати, о лете. Предполагаются ли какие-то новинки к сезону весна-лето 2019?

С.С.: Да, мы планируем развивать направление летнего текстиля. У нас разрабатывается коллекция футболок и свитшотов. Трикотажные изделия – это огромное поле для творчества. Мы сотрудничаем с художниками, работающими в различных техниках, что позволяет создавать эксклюзивные принты и оригинальные рисунки.



GR: Напоследок расскажите, пожалуйста, о ваших планах на текущий год в целом. Есть ли какие-то интересные цели, которых хотелось бы достичь?

С.С.: До сих пор для нас в приоритете были оптовые продажи. Но в 2019 году мы начали развитие розничного направления: ведется активная работа по редизайну сайта, повышению узнаваемости бренда и расширению ассортимента. К будущему сезону мы порадуем своих заказчиков новыми оригинальными моделями и суперупаковкой. GR

www.deerbear.ru +7 (925) 748-62-61

Collines de Provence – традиционная французская марка. Но за кажущейся простотой композиций скрывается филигранное кружево парфюма, сплетенное из тончайших акцентов. Такие ароматы подойдут для любого интерьера и настроения. В этом году парфюмеры Collines порадовали большим количеством новинок. Пополнилась линейка «зимней» коллекции: Noisette Gourmande (Аппетитный фундук), Forêt de Sapin (Еловый лес), Brioche de Noël (Рождественский кекс), Thé de Noël (Рождественский чай), Fruits Confits (Сахарные фрукты), Nougat (Нуга), Chocolat (Шоколад), Fleur Givrée (Морозный цветок) и Cannelle Orange (Корица-апельсин).

AROMA ELEGANT
home & beauty

Арома-Элегант — это рай для ценителей эстетичного и стильного оформления интерьеров. Работает в нишевом сегменте на рынке ароматов для дома и является эксклюзивным поставщиком брендов: **Chando** (Китай), **Antica Farmacista** (США), **Collines de Provence** (Франция), **ONNO** (Бельгия) и **Danhera** (Италия).

www.aroma-elegant.ru

ONNO



Роскошные ароматические свечи ручной работы ONNO изготовлены в Бельгии по самым высоким стандартам, эти уникальные свечи рассказывают историю экзотических земель и далеких стран, приглашая вас в путешествие по Африке и Таиланду. Каждая ваза для свечей ONNO – это эксклюзивное стекло ручной работы - произведение искусства мастера. Вес вазы может достигать 11 кг! Ароматические свечи ONNO отливают вручную, используя высококачественный минеральный воск и 100% хлопковые фитили. Диффузоры объемом 2,5 и 4,5 литра!

Реклама



ANTICA FARMACISTA

ANTICA FARMACISTA – американская компания, основанная в 2003 году. Бренд лидирует на рынке домашних ароматов как первая компания, которая начала производство тростниковых диффузоров для дома в США.

В настоящее время коллекция включает в себя более 20 ароматов, представленных в продуктах для ванн и тела, свечах, диффузорах, спреях для дома, духах. Роскошь и богатство – центральная тема для компании. Новинка – автомобильные диффузоры.

CHANDO



Chando Aroma Porcelain – запатентованный и признанный бренд класса люкс, который стал ярким примером сочетания авторских ароматов и деликатного фарфора ручной работы. Оригинальная задумка Chando заключается в распространении аромата через пористый фарфор. Каждый состав аромата и технология продукта имеют индивидуальный патент.

DANHERA

ITALY

Вся продукция Danhera разработана, изготовлена и упакована в Италии и является результатом 30 лет исследований в области профессиональной парфюмерии и косметики для дома. Помимо ароматов для дома бренд также выпускает серию косметики для тела и линейку средств для ухода за домом. Косметика для тела заботится о коже, питает и увлажняет, насыщает ее природными элементами, оставляя за собой шлейф утонченных ароматов. Средства для ухода за домом от Danhera – это концентрированные, биоразлагаемые составы с природными компонентами, без красителей, аллергенов и вредных веществ. Подарите своему дому роскошь чистоты и безопасность от Danhera.



Реклама

105120
Москва, ARTPLAY
Нижняя Сыромятническая, 10/2
офис 36, Aroma-Elegant
+7 (495) 968 54 48; +7 (985) 916 26 20
+7 (965) 397 76 66, sales@aroma-elegant.ru
www.aroma-elegant.ru

БЕЗУПРЕЧНЫЙ ПОДАРОК – КАКОЙ ОН?

Сделать хороший бизнес-подарок довольно сложно. Но еще сложнее выбрать персонализированный, подходящий конкретному человеку. Правильно подобранный презент может быть комплиментом, он может сказать за вас все. Светлана Баскакова, директор по закупкам направлений «Бизнес-подарки» и «Канцелярские товары» компании MERLION, рассказывает, кому и что преподнести, чтобы произвести нужное впечатление.

GIFT Review: Сейчас на рынке представлен огромный выбор бизнес-сувениров. В чем, по-вашему, состоит сложность в подборе правильного подарка?

Светлана Баскакова: Выбор подарка – действительно непростая задача. Ассортимент на рынке большой, но оттого и глаза разбегаются. Здесь важно соблюдать рамки, не сказать лишнего. Ваш сюрприз должен восхищать, вызывать улыбку и даже удивлять – в хорошем смысле, разумеется. Кроме того, презент коллеге будет отличаться от подарка боссу или ключевому партнеру по бизнесу. Если с человеком вас связывают не просто сугубо деловые отношения, а более дружественные и открытые, в таком случае важно, чтобы подарок говорил о чем-то личном, например, об увлечениях и интересах человека.



GR: Есть ли универсальные подарки, которые подойдут большинству?

С.Б.: Да, конечно. Если вы плохо знаете человека и не хотите сокращать дистанцию, но в то же время не прочь произвести хорошее впечатление – лучшим выбором будет известный бренд и сдержанный дизайн. Например, пишущие инструменты старейшего канцелярского бренда Pelikan серии Jazz выглядят довольно строго и в то же время являются воплощением совершенства. Благодаря своему дизайну они одинаково подойдут как мужчинам, так и женщинам.

GR: Расскажите немного об этих канцелярских принадлежностях.

С.Б.: Полностью металлические шариковые ручки Pelikan Jazz Classic и Pelikan Jazz Velvet имеют поворотный механизм и стержень синего цвета большого объема с международной маркировкой. Верхняя часть ручек серебристого цвета состоит из декоративного кольца, зоны пишущего узла, держателя у Jazz Classic и клипа у Jazz Velvet. Нижняя часть пишущих инструментов – цветная: Jazz Classic с глянцевой поверхностью представлены в восьми расцветках, а Jazz Velvet с матовой поверхностью – в четырех. Все ручки поставляются в специальном футляре серебристого цвета.

Изысканные пишущие инструменты Pelikan Jazz Elegance с лакированными верхней и нижней частью представлены в двух исполнениях – элегантном черном матовом и нежном жемчужно-белом глянцевом. Шариковая ручка имеет поворотный механизм и стержень большого объема синего цвета с международной маркировкой, а перьевая – укомплектована пером из нержавеющей стали и баллончиком с чернилами королевского синего цвета. Клип, декоративное кольцо и зона пишущего узла выполнены в серебристом цвете.

GR: Есть ли другие универсальные подарки, кроме пишущих инструментов?

С.Б.: Это, наверное, самый универсальный подарок, но, если вы хотите проявить оригинальность, вы вполне можете презентовать какой-нибудь интересный аксессуар, который будет носить более личный характер. В нашем портфеле есть прекрасный пример – итальянский бренд Piquadro, который специализируется на инновационных сумках и бизнес-аксессуарах. Продукция компании отличается высокой функциональностью и уникальным дизайном. Кроме того, у Piquadro усиленный контроль качества на всех этапах производства, причем на финальном этапе каждое изделие проверяется вручную. Для производства используются материалы и кожа высочайшего качества, дизайн продумывается до мелочей, а каждая сумка имеет индивидуальный узор и оттенок. Коллекции постоянно обновляются, и часто сумки, рюкзаки и аксессуары выпускаются ограниченными сериями. Такой подарок будет необычным, персонализированным и отлично подойдет для руководителей и топ-менеджеров.





GR: Что уместно дарить женщинам?

С.Б.: Говорят, лучшие друзья девушек – это бриллианты. Я бы немного расширила рамки до любых ювелирных украшений. Мы, женщины, любим, чтобы нас высоко ценили. А что покажет такое отношение лучше, чем драгоценности? Конечно, дарить женщине-руководителю кольцо с бриллиантом совершенно неуместно, но вот преподнести элегантную ручку известного бренда – совсем другое дело. Стопроцентным попаданием будет шариковая ручка Ecridor Chevron Rose-gilded от легендарного швейцарского бренда Caran d'Ache, производителя пишущих инструментов класса Luxury и Премиум.

GR: Каковы особенности этого поистине роскошного изделия?

С.Б.: С 1953 года шариковая ручка Ecridor является не просто надежным пишущим инструментом, а символом изящества и иконой элегантности для женщин, в то время как Chevron – главный бестселлер в коллекции Ecridor. Chevron Rose-gilded представляет собой слияние аутентичного и современного стилей со швейцарской точностью и надежностью. Безупречный внешний вид воплощен в знаменитом шестигранном корпусе, выполненном из латуни с отделкой розовой позолотой. Оригинальный корпус шариковой ручки декорирован узором Chevron, представляющим собой рисунок из перевернутых v-образных знаков, который нанесен посредством алмазной гравировки. Благодаря непревзойденному опыту мастеров фабрики Caran d'Ache, гильошированию, блестящая полировка, а также трехмикронное покрытие из 18-ти каратного розового золота ручки создают неповторимую игру света и блеска. Логотип Caran d'Ache на нажимной кнопке выполнен лазерной гравировкой. Высокоточный кнопочный механизм обеспечивает исключительный комфорт при письме.

Шариковая ручка Ecridor Chevron Rose-gilded поставляется в классической подарочной упаковке черного цвета в комплекте со знаменитым стержнем Goliath, рассчитанным на 600 страниц формата А4. Пишущий инструмент может служить корпоративным или личным подарком благодаря специально предусмотренному окошку для гравировки. Такой подарок подчеркнет статусность владелицы и покажет ваше исключительное к ней отношение.

GR: А как быть в таком случае с мужчинами? Бриллиантами они не очень интересуются.



С.Б.: Верно, мужчины больше любят подарки, подчеркивающие их гендерную принадлежность. Отличным выбором будет швейцарский нож – это и многофункциональный инструмент, и памятный сувенир. Один из лучших в мире производителей ножей – швейцарская компания Victorinox. Более чем за 130-летнюю историю продукция бренда завоевала любовь и доверие миллионов потребителей, став образцом качества и дизайна. Victorinox – это не просто перочинный нож, а надежный компаньон, который выручает в самых трудных и ответственных жизненных ситуациях. Сегодня он известен как «Швейцарский армейский нож» и является по-настоящему культовым продуктом с большой историей, который по достоинству способен оценить любой мужчина.

Бренд предлагает не только огромный выбор ножей и мультитулов в любой ценовой категории, но и коллекционные издания ограниченного тиража, юбилейные выпуски и подарочные наборы. Например, можно собрать комплект из ножа и любых аксессуаров: чехол, цепочка, точилка, сувенирная брендированная продукция – значки, зонты и т.д. Также Merlion может предложить всевозможные варианты кастомизации: персонализированные нанесения принтов или лазерной гравировки и производство в Швейцарии индивидуальных дизайнов. Это значит, что ваш подарок станет не просто индивидуальным, он будет единственным в своем роде. GR

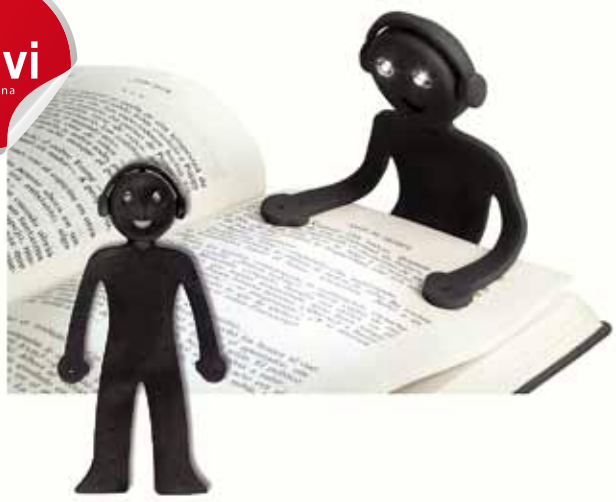
MERLION
+7 (495) 981-84-84 www.merlion.com

BALVI – ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ

Миссия компании Balvi, основанной в 1963 году в Барселоне, состоит в том, чтобы создавать уникальное оформление для самых, казалось бы, обыденных вещей. С Balvi даже заурядный предмет – книжная закладка, футляр для очков или держатель для бижутерии – превращается в стильный аксессуар или деталь интерьерного декора. Кроме того, это оригинальные авторские подарки, не только красивые, но и полезные! Наш обзор посвящен наиболее ярким позициям и новинкам в каталоге бренда.

ЛАМПА ДЛЯ ЧТЕНИЯ ANDROID

Если вы не расстаетесь с книгой даже в постели перед сном, то необычная и привлекательная лампа для чтения в виде забавного андроида станет отличным помощником. Эта миниатюрная лампа выполнена из гибкого силикона, внутри которого находится электронная «начинка». Ее свет не будет мешать другим спящим в комнате людям. Плюс ко всему благодаря гнущейся и тонкой форме вы можете использовать этот аксессуар как закладку, просто положив его между страниц.





ПОДСТАВКА ДЛЯ УКРАШЕНИЙ BOUDOIR

Украшения есть у каждой женщины. Чтобы эти хрупкие вещицы не ломались и выглядели как новые, нужно правильно организовать их хранение. Подставка Boudoir поможет рассортировать бижутерию удобно и эстетично. Изделие выполнено в виде подсвечника с зеркалом, что смотрится очень оригинально и необычно. Корпус сделан из металла и содержит несколько полок для размещения длинных сережек и подвесок, а керамическое основание в виде чаши позволяет складывать маленькие аксессуары: брошки, серьги-гвоздики и т.д.





ДЕРЖАТЕЛЬ ДЛЯ КНИГ SUPERHERO

С помощью этого интересного аксессуара можно удобно разместить все необходимые издания под рукой и привлечь внимание детей к чтению. Держатель для книг насыщенного синего цвета с фигурой Супермена подойдет для хранения как больших томов, так и комиксов. Необычный дизайн изделия понравится всем – детям, подросткам и взрослым, мечтающим о приключениях.



КРУЖКА UNICORN



Эту большую кружку объемом 500 мл отличает яркий дизайн и креативное исполнение. Классический белый цвет разбавлен яркими красками мифического существа, а наличие рога и милых ушек по бокам кружки вносит нотки юмора и оригинальности. Материал кружки – керамика, что гарантирует экологичность и гипоаллергенность, простоту использования и ухода за изделием. А вместительный объем позволит долго наслаждаться вкусом и ароматом любимого напитка. Кружку можно мыть в посудомоечной машине и использовать в СВЧ-печи.



БРЕЛОК-ТАБЛЕТНИЦА DONUT

Обычно принимать таблетки или витамины попросту не хочется, а иногда мы и вовсе забываем об этом! Но есть решение – брелок-таблетница Donut – креативный аксессуар, выполненный в форме клубничного или шоколадного пончика. Дети и взрослые будут с улыбкой пить необходимые лекарства.









ФУТЛЯР ДЛЯ ОЧКОВ И КОНТАКТНЫХ ЛИНЗ TWIN PATTERN



Если очки и линзы должен рекомендовать врач, то футляры и другие аксессуары вы можете выбирать сами. Футляр для очков и контактных линз Twin Pattern – это не только удобная и практичная, но и стильная вещь. Футляр представлен в черном цвете с принтом разноцветных очков. Один отсек предусмотрен для хранения очков, а второй – для линз и аксессуаров. Корпус изделия изготовлен из металла, внешнее покрытие – кожзаменитель. С таким футляром ваши очки не поцарапаются при хранении в рюкзаке или сумке, а пользоваться линзами будет удобно в любом месте.



ЗАКЛАДКА ДЛЯ КНИГ CURIOUS CAT



Современные гаджеты очень органично вписались в нашу жизнь. Но все же для многих ничто не может заменить приятный досуг за чтением любимых литературных произведений. Именно для настоящих ценителей бумажных книг была создана закладка Curious Cat, выполненная в необычном дизайне. Она представляет собой фигурку висящей на книжной странице кошки. Оставьте закладку на нужной странице, и вы с легкостью найдете абзац, на котором остановили чтение. Либо используйте ее в записной книжке, и необходимые заметки никогда не потеряются.

Эксклюзивный дистрибьютор Balvi в России – компания Papi.
8 (495) 374-02-04 b2b@papiltd.ru www.papiltd.ru

ЭЛИТНЫЕ ПОДАРКИ С «ЧАЙНОЙ ФИЛОСОФИЕЙ»

Известный российский бренд «Чайная Философия» представил новый проект – интернет-магазин стильных подарков PodarkiForte. Его идея – соединение тысячелетних чайных традиций и лучших достижений современной индустрии подарков. О том, как развивается новый проект, и о ближайших планах нам рассказал его руководитель Сергей Котовский.

GIFT Review: Кому интересен ваш интернет-магазин?

Сергей Котовский: Наша целевая аудитория очень широка, ведь каждый из нас рано или поздно сталкивается с необходимостью найти особенный подарок – личный или корпоративный. Выбрав презент в нашем интернет-магазине, покупатель дарит не просто чай, но удовольствие красивой дегустации, прикосновение к традиции и минуты отдыха.

На сегодняшний день мы предлагаем более двадцати видов стильных чайных подарков. Наш флагманский набор – чай в пробирках на десять вкусов. Выберите готовый вариант или соберите свою композицию вкусов и воздействий!

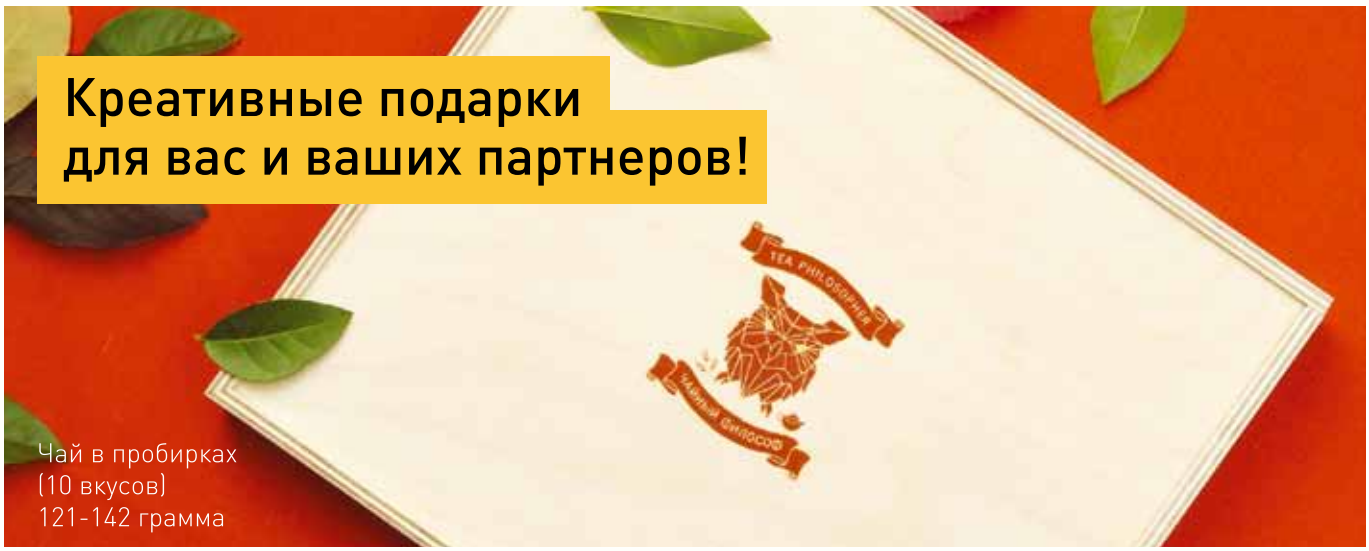
GR: Почему именно чай?

С.К: На рынок подарков мы пришли из чайного бизнеса, чай – наша специализация. Этот напиток способен удивлять даже знатоков. В нашем магазине есть и классические, и редкие дорогие чаи. 70 отборных сортов – это 70 вкусов, ароматов, легенд. В ассортименте чаи из КНР, Индии, Кении, Тайваня, есть травяные российские чаи. Мы разделили их по воздействию, получилось 13 видов – чаи для медитации, сна, деловых переговоров и многого другого. Качество гарантирует собственный цех по сборке наборов, холодильное хранение чая и проверка каждой партии профессиональным дегустатором-титестером.

GR: Расскажите подробнее об упаковке подарков и возможности брендирования.

С.К: Для элитных продуктов всегда имеет значение не только «что», но и «как». Специалисты PodarkiForte уделяют особое внимание эстетике, что позволяет подчеркнуть премиальность подарка. В упаковке мы используем современные экологичные материалы: массив дерева, фанеру «экспортного» качества, стекло, картон премиум-класса. Натуральные цвета, европейский минимализм и функциональность в дизайне – все емкости и деревянные боксы







можно использовать повторно. Предпочтение отдается стеклу: оно не меняет свойства продукта при хранении, позволяет внимательно изучить структуру чая, сохранить аромат.

Брендирование возможно при заказе от 30 экземпляров. От простой айдентики до сложной креативной интерпретации философии бизнеса в подарке. У нас сильный специалист-креатор и опытная команда.

GR: Какие планы в обозримом будущем?

С.К: На первое полугодие 2019 года запланирован старт продаж трех концептуально новых видов чайных подарков. Назову только одну из новинок – чайный свиток. Концепция была придумана в лаборатории PodarkiForte по заказу крупного японского автогиганта. Ожидайте новинки уже в мае 2019 года. GR



Набор «Чайный Философ»
Серия Эгоист
8 вкусов, 97-123 грамма

PODARKIFORTE

www.podarki-forte.ru
+7 (499) 288-06-83

LE CRÉATEUR – ИЗЫСКАННЫЕ АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА И ОФИСА

Психологами давно доказано положительное воздействие ароматов на человека. Аромат может вызвать приятные воспоминания и радужные ассоциации, вернуть в детство или всколыхнуть впечатления от недавнего путешествия. Умение тонко чувствовать ароматы окружающего мира – это подарок природы, который позволяет нам и в повседневной жизни окружать себя красотой, получать удовольствие от каждой прожитой минуты и открывать новые горизонты. Компания LE CRÉATEUR (ЛЕ КРЕАТЮР) предлагает широкий ассортимент оригинальной ароматической продукции для дома, офиса и автомобиля, которая может стать прекрасным бизнес-подарком для партнеров и сотрудников. Необычный сувенир подчеркнет стиль вашей компании, а также укажет на ваш изысканный вкус и оригинальность подхода к корпоративным подаркам.

Ароматический, или, как его еще называют, тростниковый, диффузор представляет собой стеклянную емкость, наполненную ароматическим составом, в которую погружены ротанговые палочки, по ним масло поднимается вверх и постепенно испаряется. Парфюмерные композиции, составляющие линейку ароматов LE CRÉATEUR, изготовлены из высококачественных компонентов и эфирных масел, разработанных и произведенных в парфюмерной столице мира – городе Грасс (Франция).

Для самых взыскательных клиентов мы предлагаем роскошный сувенир премиум-класса – «Золотой диффузор» с хлопьями 24-х каратного золота. Он может быть изготовлен с любым ароматом из нашей коллекции.

Логотип заказчика наносится на флакон с ароматическим составом и на коробку. В зависимости от тиража, мы можем предложить готовые решения или разработать индивидуальный дизайн упаковки, аромата и цвета масла.



ПОЧЕМУ LE CRÉATEUR?

- Качество нашей продукции не уступает лучшим представителям этого направления в Европе и Америке.
- Наше производство находится в России – это позволяет оперативно поставить товар клиенту по привлекательной цене.
- Ароматический диффузор будет напоминать о вашей компании ежедневно в течение 6-8 месяцев.
- Стоимость наших диффузоров в 2-3 раза ниже импортных аналогов.
- В наличии более 100 видов ароматов, по изысканности сопоставимых с лучшей парфюмерией класса люкс.
- Ароматические композиции разработаны французскими парфюмерами высочайшего класса. При производстве диффузоров используются только высококачественные компоненты из натурального сырья.
- Продукция компании LE CRÉATEUR имеет Свидетельство о государственной регистрации (СГР), что подтверждает безопасность использования диффузоров.

ПРЕИМУЩЕСТВА АВТОМОБИЛЬНЫХ АРОМАТИЧЕСКИХ ДИФФУЗОРОВ ОТ КОМПАНИИ LE CRÉATEUR

- Лаконичный и изысканный дизайн автодиффузора идеально впишется в интерьер любого автомобиля.
- Огромный выбор ароматических композиций.
- Прекрасная ароматизация салона автомобиля достигается за счет высококачественной буковой крышки.
- Дополнительный картридж с ароматическим составом позволяет продлить работу автодиффузора на 2-3 месяца.
- Автодиффузор с брендированием будет напоминать о вашей компании в течение всего срока работы.

При современном ритме жизни мы много времени проводим в своем автомобиле, и, несомненно, важно, чтобы наше пребывание в нем было максимально комфортным.

Этот комфорт достигается не только эргономикой и ходовыми качествами автомобиля, но и ароматом, царящим внутри салона.

Автомобильные диффузоры LE CRÉATEUR созданы на основе самых современных и трендовых парфюмерных композиций, используемых для ароматизации авто. Все ароматы проходят тщательную селекцию и тестирование, для того чтобы вы могли наслаждаться ими в течение длительного времени.

Стильные стеклянные флаконочики с лаконичным и строгим дизайном гармонично впишутся в интерьер любого автомобиля и подчеркнут изысканность вкуса его владельца. Крышечка из бука, идеально дополняя дизайн флаконочика, равномерно распределяет аромат. А мягкий, но прочный шнурок позволяет подвесить диффузор к любому элементу салона, не опасаясь его испортить.

Ассортимент нашей продукции разделен на мужскую, женскую и унисекс-линии ароматов. Каждый автодиффузор комплектуется дополнительным картриджем с ароматическим маслом для дозаправки.

Автомобильные аромадиффузоры LE CRÉATEUR идеально подойдут также для использования в любом помещении: квартире, доме, офисе.



ПРИМЕР БРЕНДИРОВАНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ДИФФУЗОРА

Наша компания предоставляет услуги по брендированию автодиффузоров. Логотип заказчика наносится на стеклянный флакон с ароматическим составом, на коробку и на картридж. В зависимости от тиража, мы можем предложить готовые решения или разработать индивидуальный дизайн упаковки, аромата и цвета масла.



www.lecreateur.ru +7 (812) 335-97-91

ASIAN LOGISTICS COMPANY – ДЕШЕВЛЕ, КАЧЕСТВЕННЕЕ, БЫСТРЕЕ

Производство и поставка брендированной промопродукции из Китая – очень актуальная тема для сувенирного рынка в России. Однако в вопросах ВЭД есть много подводных камней, справиться с которыми для обычной российской компании очень непросто. Поэтому, если вы хотите сэкономить свое время, нервы и деньги, лучше поручить это направление вашего бизнеса профессионалам.

Asian Logistics Company – международная логистическая компания, которая занимается оптовыми поставками товаров из Китая в Россию и СНГ. О принципах и преимуществах работы организации нам рассказал руководитель отдела продаж Артем Диденко.

ПОИСК И ПРОИЗВОДСТВО ТОВАРА

После получения вашей заявки наш менеджер проводит аудит фабрик и заводов в Китае, договаривается о наиболее выгодных условиях с поставщиком и высылает вам коммерческое предложение.

Мы помогаем подготовить производственное ТЗ и макеты для брендирования продукции в подходящих форматах (ai, psd, max), ищем оптимальный вариант производителя и высылаем образцы, после чего запускаем производство. Мы обеспечиваем полное сопровождение от момента подачи заявки до завершения сделки. Вы сможете в любой момент узнать статус заказа, получить фото- и видеоотчет об основных этапах производства.

ЛОГИСТИКА

Учитывая желаемые сроки поставки, мы выбираем оптимальный маршрут. Упаковка, страховка, прохождение таможни и доставка до вашего склада уже включены в стоимость.

ЦЕНА

Вы получаете цену с учетом НДС – в 70% случаев дешевле на 15%, чем на оптовых площадках. Мы выставляем фиксированную цену, включающую полный комплекс работ: от поиска товара до поставки на ваш склад. Оплата производится в рублях на безналичный расчетный счет по курсу ЦБ.

СКОРОСТЬ

Вы сможете получить полный расчет стоимости товара, производства и доставки в течение 48 рабочих часов. Также в день оплаты счета мы сразу же отправляем деньги в Китай и запускаем производство.

Среднее время выполнения работ:

- доставка образца продукции до вашего офиса – 5-7 календарных дней;
- поставка партии товара с учетом времени изготовления – 17-20 календарных дней.

ЧИСТОТА СДЕЛКИ

Мы работаем в строгом соответствии с законодательством РФ. Договор включает в себя все обязательства и гарантии на наши услуги. Мы работаем как с ОСН, так и с УСН. По завершении сделки вы получаете все необходимые документы.

ЮРИДИЧЕСКОЕ ЛИЦО В КИТАЕ

Своя фирма в Китае – это гарантия лучшей цены и уменьшения рисков срыва сроков, а также изготовления некачественного товара, так как китайские контрагенты несут ответственность на территории КНР. В случае несоответствия или брака мы в кратчайшие сроки высылаем новую партию товара или выплачиваем материальную компенсацию.

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

Каждый груз проходит обязательную трехэтапную проверку качества: во время отгрузки с завода, на складе перетарки в Пекине и на складе в Москве. В каждой партии изготавливается на 2% больше товара, чтобы в случае поломки во время транспортировки сразу же заменить его на территории РФ.





Из-за тотального смога в Пекине (01.01.2018) фура не смогла вовремя выехать в Хабаровск. Пледы отправили на рейс и пролежали на складе более трех суток, после чего груз был успешно доставлен.

итог | решение | задача

Привезти перед Новым Годом 8255 пледов индивидуального размера за 22 дня.

Цена без НДС:	**440** р./шт.
Время:	**26** дней
Партия:	**8270** шт.

Мы сэкономили для клиента 1 миллион 73 тысячи 150 рублей.

итог | решение | задача

Произвести и поставить 2500 Bluetooth-мышек с индивидуальным дизайном.

Цена без НДС:	**250,8** р./шт.
Время:	**35** дней
Партия:	**2500** шт.

Мы сэкономили для клиента 473 000 рублей и 25 календарных дней.





итог | решение | задача

Произвести и поставить новогодние подарки для крупной лизинговой компании - партию сумок по техническому заданию клиента.

Цена без НДС:	**1380** р./шт.
Время:	**45** дней
Партия:	**2000** шт.

Мы сэкономили для клиента 1 миллион 120 тысяч рублей и 30 календарных дней.

итог | решение | задача

Максимально быстро и дешево привезти подарки для сотрудников крупной компании - звукопроигрывающие колонки.

Цена без НДС:	**268** р./шт.
Время:	**16** дней
Партия:	**11500** шт.

Мы сэкономили для клиента 828 000 рублей.



Для нас это не только крупная сделка, но и одна из самых быстрых в истории компании ALC. Клиент обратился к нам в пятницу в 16:00, и в этот же день в 18:45 нами был получен оплаченный счет. За два с половиной часа мы полностью просчитали итоговую ставку для клиента, проверили завод. На следующее утро фабрика начала свою работу.

г. Москва, Каширское шоссе, д.24 стр.15
8 (800) 200-03-07 sales@aslogist.com www.aslogist.com

ПРАЗДНИКИ И БУДНИ: СУВЕНИРКА В ИВЕНТ-ИНДУСТРИИ

Различные бизнес-мероприятия – от выставок и конференций до корпоративов и тимбилдингов – это неотъемлемая часть деловой жизни. Они позволяют как хорошо поработать, так и хорошо отдохнуть. Редакция GIFT Review решила выяснить, какова роль промопродукции в этой сфере. Являются ли корпоративные сувениры всего лишь «вишенкой на торте», комплиментом для посетителей и участников, или же это эффективный инструмент событийного маркетинга? Как сделать так, чтобы ваш подарок не только запомнился, но и привел новых клиентов, повысил узнаваемость бренда? Возможно ли «быть в тренде» и в то же время выделяться из общей массы? На эти и многие другие вопросы нам отвечали поставщики и заказчики сувенирки для event-индустрии.

СЛОВО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ И ПОСТАВЩИКАМ



ОЛЬГА МАРГОЛИНА, руководитель отдела маркетинга компании Oasis

www.oasiscatalog.com

ВОПРОС: ***Какую сувенирную продукцию для мероприятий и праздников вы предлагаете?***

ОТВЕТ: Мы являемся одним из крупнейших поставщиков на рынке промотоваров по всем категориям – более 17 тысяч товарных позиций в каталоге, а также ассортимент от европейского поставщика-партнера. У нас можно найти бизнес-подарки на абсолютно любой случай, начиная с блокнотов для конференций и заканчивая текстилем для спортивных мероприятий.

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в промопродукции для ивентов?***

ОТВЕТ: Можно сказать, что тренды в сувенирной индустрии совпадают с рыночными. Сейчас особым спросом пользуются экоподарки. Например, подарки из переработанного пластика и повторно используемых материалов. Как и всегда, популярным является раздел электроники: пауэрбанки, портативные колонки и др.

ВОПРОС: ***Существует ли «стандартный набор сувенирщика» в этой сфере, какой-то дежурный вариант, почти всегда пользующийся спросом?***



При заказе текстиля отдают предпочтение цветам, модным в текущем сезоне. Например, сейчас актуальна яркая палитра – оранжевый, зеленый, голубой и цвет года по Pantone (в 2019 году это «живой коралл»).



ОТВЕТ: Все зависит от целей и видов мероприятий. Для конференций и выставок чаще всего заказывают небольшие сувениры: ручки, блокноты, недорогие сумки и футболки. С корпоративами сложнее: тут уже все зависит от фантазии компании. Например, могут выбрать электронику или съедобные подарки.

ВОПРОС: ***Каковы особенности работы в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Чаще всего на заказ промоподарков отводятся слишком маленькие сроки, товары всем нужны еще вчера. Часто клиенты хотят чего-то конкретного, приносят свои макеты и заготовки, но и обратная ситуация бывает ничуть не реже.

ВОПРОС: ***Что вы можете посоветовать заказчикам в этой сфере?***

ОТВЕТ: Мы рекомендуем заранее думать о подарках. Чем раньше клиент закажет промопродукцию, тем больше ассортимент, из которого он сможет выбрать. Можно более тщательно продумать фирменный стиль и оформление товаров, а также приобрести европейские товары, у которых более долгий срок поставки.



НАТАЛЬЯ ГОЛОВКО,
руководитель проектов
компании «Проект 111»

gifts.ru

User-generated content – фото и публикации, которые сама аудитория выкладывает в своих аккаунтах в соцсетях. Это оригинальный контент, которому доверяют, многократно увеличивающий охват пользователей.

ВОПРОС: ***Какую сувенирную продукцию для мероприятий и праздников вы предлагаете?***

ОТВЕТ: В работе с профессионалами в сфере event более точным будет определение «продукция для сопровождения мероприятий». В нее входит униформа промоутеров, welcome pack для гостей, мерч на продажу, товары для бесплатной раздачи, бизнес-подарки и т.п. Сопровождение мероприятия – это оснащение и команды организаторов, и интегрирующихся брендов. «Проект 111» – производитель и поставщик, мы можем одеть в футболки 200 тысяч участников спортивного марафона, собрать конференц-сумки для делового события или креативный мерч для музыкального фестиваля.

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в промопродукции для ивентов?***

ОТВЕТ: Безусловный тренд – принты. Промоноситель – чистый лист, сила креатива безгранична. Концептуальное нанесение на обычной футболке или термокружке делает то, к чему стремятся все современные маркетологи, а именно обеспечивает волну UGC.

Сейчас на пике популярности тренд дарить или давать в пользование на мероприятии пауэрбанки. Обязательно заряженные. Это небольшой момент, на котором часто спотыкаются организаторы. Гость радуется подарку, но не может им тут же воспользоваться. Смартфоны очень активно используются на ивентах, а дежурить у розетки неудобно – дайте людям заряженный аккумулятор, и благодарности не будет предела. Мы отгружаем аккумуляторы со склада уже заряженными, чтобы клиентам не приходилось думать об этом.

Также наблюдается какой-то сумасшедший бум по еде. Раньше класть в пакет участника конференции что-то съедобное считалось дурным тоном, сейчас, наоборот, если не положить печенье или шоколад, пакет не состоялся. В раздатке мы встречали яблоки с наклейками, мини-тортики в коробочках и даже банки пива. Конечно, мы учитываем это веяние и ввели в ассортимент имбирные пряники и другие съедобности.





ВОПРОС: ***Существует ли «стандартный набор сувенирщика» в этой сфере, какой-то дежурный вариант, почти всегда пользующийся спросом?***

ОТВЕТ: В зависимости от формата мероприятия дежурные варианты разные. Например, для конференции это будет сумка, ручка, блокнот и небольшой презент. Для корпоративных мероприятий чаще выбирают подарочные наборы: подарок состоит из нескольких предметов, можно выбрать набор под любой бюджет, и уже есть упаковка. В результате – готовый кейс одним кликом.

Важная часть многих мероприятий – награждение. Сейчас большой выбор различной наградной продукции: деревянные, металлические, акриловые и даже бетонные изделия. Подчеркнуть уникальность события стало проще.

ВОПРОС: ***Каковы особенности работы в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Я могу точно сказать, что в event-сфере один из главных критериев – это сроки. Точный состав или количество участников всегда определяются в последний момент, и, естественно, остается минимум времени, например, для персонализации продукции.

ВОПРОС: ***Приходилось ли вам работать с нестандартными форматами мероприятий, и какова была роль промопродукции на этих мероприятиях?***

ОТВЕТ: Мы участвовали в яхтенной регате, одной из частей программы был квест на берегу турецкого города Мармарис. Будучи партнерами квеста, мы задействовали несколько топовых товаров в заданиях, чтобы участники познакомились с нашим ассортиментом лично, а не по картинкам в каталоге. Естественно, в конце квеста весь реквизит стал подарками для участников.

Другая история – театральный фестиваль NET. В рамках фестиваля состоялся показ спектакля «Грязь», где актеры играли на сцене, заполненной настоящей грязью. Этот спектакль стал финальным в истории эстонского театра «NO99», который объявил о своем закрытии. Нам пришла идея подарить всем гостям кусочек грязи прямо сцены. Мы упаковали грязь в красивые флаконы и раздали на выходе из зала.



ВОПРОС: ***Какие самые запоминающиеся проекты были у вас в этой области?***

ОТВЕТ: Как правило, запоминаются самые сложные. Один из них – заказ тиража свитшотов с полноцветным нанесением, который мы сделали и доставили в другой город на расстоянии 1000 км за 48 часов.

ВОПРОС: ***Что вы можете посоветовать заказчикам в этой сфере?***

ОТВЕТ: Считать охваты промопродукции и встраивать оценку ее эффективности в систему KPI. Промоноситель – очень мощный инструмент взаимодействия с аудиторией, но зачастую подход к планированию ограничивается креативной концепцией. Однако для event особенно важны детальные отчеты по эффективности, так как мероприятия проходят за один или несколько дней и при этом требуют больших бюджетов. Стоимость контакта промопродукции рассчитывается с точки зрения жизненного цикла товара и его вирусного потенциала.

Если говорить проще, то организаторам нужно ставить себя на место того, для кого делается мероприятие. Представить, что понравится аудитории, где и как будет использоваться подарок в дальнейшем, сколько человек из окружения сможет его увидеть, выложат ли пользователи фотографии в соцсети и т.д. И, конечно, помнить, что подарки – это эмоции. А эмоциями хочется делиться.



ВЛАДИМИР ВАСЮХИН,
генеральный директор компании «Арт-Грани»

www.art-grani.ru

ВОПРОС: ***Какую сувенирную продукцию для мероприятий и праздников вы производите и какие самые запоминающиеся проекты были у вас в этой области?***

ОТВЕТ: Мы производим изделия с использованием благородных металлов – золота 999 пробы или серебра 925 пробы.

Особенно нам запомнилась разработка наград для премий «Пресс-служба года» – «Аллея славы PR-специалистов» и Business FM – «Атлант расправил плечи».

Бизнесмены, которые вкладываются в развитие региона и стараются делать мир вокруг себя лучше, – это своего рода Атланты. Именно поэтому лауреаты ежегодной бизнес-премии стали обладателями особенной награды, которая выражает признание и отражает значение их титанического труда.



Премию в области связей с общественностью «Пресс-служба года» ежегодно получают профессионалы со всей России. На разработку изделия мастеров вдохновила голливудская «Аллея славы». Чтобы подчеркнуть значимость победителей, дизайнеры компании создали настоящую аллею звезд среди директоров в сфере PR.



ВОПРОС: ***Что вы можете посоветовать заказчикам сувенирной продукции для ивентов?***

ОТВЕТ: Мы советуем оставлять больше месяца на поиск и выбор индивидуальных подарков, ведь это инструмент укрепления ваших деловых отношений с партнерами и сотрудниками. Закладывайте хотя бы 2-3 месяца на разработку изделий, особенно когда речь идет о серии презентов. Тогда вы получите уникальный, до мелочей продуманный подарок, с «трогающей» и «говорящей» идеей, корпоративной или личной символикой, значимыми датами или событиями.



ВАЛЕРИЙ БАЛЯБИН,
генеральный директор группы компаний STAN

www.stan.su

За 230 рабочих часов мы разработали единое стилевое решение и реализовали его в 805 стильных и комфортных комплектах для организаторов, участников, судей, волонтеров и VIP-гостей. В линейке мы задействовали 9 артикулов в 7 цветах, смешали 5 разных видов нанесений.

ВОПРОС: ***Какую сувенирную продукцию для мероприятий и праздников вы предлагаете?***

ОТВЕТ: STAN – один из крупнейших в России производителей качественной промоодежды, соответственно, мы предлагаем готовые текстильные решения для тех, кто хочет одеть организаторов и участников мероприятия, выделить команду своей компании, создать текстильную фан-коллекцию и получить дополнительную прибыль на мероприятии, сделать приятные и полезные подарки участникам события любого уровня – от круглого стола до праздника федерального масштаба. Наша одежда легко собирается в комплекты и коллекции, что поможет усилить и выделить событие, сделать его ярким и эффективным.

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в промопродукции для ивентов?***

ОТВЕТ: Есть, и они радуют. Организаторы все больше заботятся о комфорте и удобстве команды и выбирают не просто футболку, а полноценный комплект, состоящий из 3-4 предметов гардероба, в зависимости от сезона, бюджета и статуса мероприятия. Причем комплект – стильный, близкий к casual, чтобы участник команды носил его с удовольствием и гордостью. Ну а то, что большие фестивали, праздники и даже некоторые форумы на протяжении последних лет плотно «обрастают» своим фирменным мерчем на продажу, ни для кого не секрет. И, конечно, чаще всего это текстильный мерч – футболки, толстовки, сумки, банданы, бейсболки и т.д.

ВОПРОС: ***Существует ли «стандартный набор сувенирщика» в этой сфере, какой-то дежурный вариант, почти всегда пользующийся спросом?***

ОТВЕТ: Пожалуй, да, есть стандартный набор организатора разного типа мероприятий. Для ивента на открытом воздухе – это футболки, рубашки поло и толстовки. Если необходимо экипировать участников летнего события – футболки, ветровки, бейсболки или козырьки в качестве легкого головного убора. Для бизнес-события чаще выбирают рубашки поло или сорочки. Для мероприятия на свежем воздухе в холодное время года – толстовки, шапки, синтепухи. Для подарков участникам такой набор начинается с сумки, а внутри может быть как футболка с символикой мероприятия, так и поло, свитшот или толстовка, в зависимости от бюджета.



ВОПРОС: ***Каковы особенности работы в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Главная особенность – экстремально сжатые сроки на поставку и персонализацию текстиля. Организаторы до последнего момента могут актуализировать списки команды и участников, поэтому придерживают тиражи.

ВОПРОС: ***Приходилось ли вам работать с нестандартными форматами мероприятий, и какова была роль промопродукции на этих мероприятиях?***

ОТВЕТ: Во время участия в креативном бизнес-фестивале BBFF 2018 мы предлагали создать собственный промоноситель на базе нашей футболки. Участники, вооружившись маркерами и выбрав футболку, формулировали «свои правила» или признавались в любви к своему бренду, а затем, надев персонализированную собственными руками футболку, шли продвигать свой бизнес прямо на площадке фестиваля. Запомнив при этом бренд STAN и унося с собой историю, связавшую два бренда – STAN и его собственный.





ВОПРОС: ***Какие самые запоминающиеся проекты были у вас в этой области?***

ОТВЕТ: В 2018 мы выступили официальным партнером Национальной парусной лиги и реализовали первую береговую линейку одежды для участников, судей и организаторов. Это беспрецедентный случай в парусном спорте в России!

Помимо создания единого стильного визуального образа лиги, перед нами стояла задача – сделать красивые и практичные комплекты в стиле casual, которые будут носить не только в рамках соревнований, но и в повседневной жизни, показывая свою причастность к проекту. Результатом стала береговая линейка спортивной одежды для сильных духом – STAN SailingWear, коллекция, которую с гордостью и удовольствием носят все участники и организаторы проекта.

ВОПРОС: ***Что вы можете посоветовать заказчикам в этой сфере?***

ОТВЕТ: Используйте текстиль! Для оргкомитетов, участников, гостей. Текстиль позволит сохранить воспоминания о вашем событии и продлить контакт с брендом.

И конечно, изучайте особенности, разнообразие и технические требования к нанесениям на сувенирной продукции и промотекстиле, так как красивая и качественная брендированная одежда становится новым стандартом для любого события.



НАТАЛЬЯ ГОГОЛЕВА,
директор по маркетингу
ООО «АКЦЕНТ типография»

www.accent.su



ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в промопродукции для ивентов?***

ОТВЕТ: Тренды – вещь серьезная и непостоянная одновременно. В последнее время набирает популярность что-нибудь оригинально-съедобное или просто оригинальное, но при этом с мощным эмоциональным зарядом. Мы же хотим отметить качество и пользу как тренд. Бумажные пакеты – от самых простых до очень «навороченных» по отделке – всегда будут в топе: удобно, престижно, полезно.

Также коралловый цвет – если точнее, «живой коралл» (Living Coral) по версии Pantone – может стать определенным трендом этого года.

ВОПРОС: ***Существует ли «стандартный набор сувенирщика» в этой сфере?***

ОТВЕТ: К стандартному набору нашей типографии мы можем смело отнести брендированную папку с вложениями, красочный буклет – часто со сложной фигурной вырубкой, а также блокноты и кубарики в индивидуальной коробочке. И конечно, антистресс из картона, который не захочется выпускать из рук. Вертеть в руках его можно бесконечно, он складывается и раскладывается в разные комбинации. Это наш хит.

ВОПРОС: ***Какие самые запоминающиеся проекты были у вас в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Ежегодно мы печатаем полиграфию для участников ПМЭФ. В прошлом году для спортивного клуба-участника мы создали серию буклетов, которые складывались в индивидуальный картонный бокс и имели отдельно карту объектов. Карта была напечатана с использованием металлизированной краски Pantone. Получилось очень эффектно и необычно. Также для открытия нового торгового комплекса мы печатали оригинальный буклет с креплением из лент, а для рекламной кампании одного из операторов связи выпустили брендированные тетради как раз перед началом учебного года.



ЛЮБОВЬ ЯМШАНОВА, директор
ООО «Интернет-склад подарков»

www.skladgifts.ru



ВОПРОС: ***Какую сувенирную продукцию для мероприятий и праздников вы предлагаете?***

ОТВЕТ: Наша компания на протяжении семи лет работает с корпоративными клиентами и производит подарочную, наградную и полиграфическую продукцию к мероприятиям.

ВОПРОС: ***Всегда ли у клиентов есть какие-то жесткие требования и четкое техническое задание на промосувениры?***

ОТВЕТ: Как правило, клиенты определяют бюджет, количество участников, состав VIP-гостей и сценарий мероприятия. И на базе этого мы уже сами делаем коммерческое предложение. К мероприятиям обычно заказывают стандартную продукцию – раздатку, но если заказчику предложить оригинальную концепцию и подачу, порядка 80% соглашаются рассмотреть наши идеи и в результате остаются довольны.

ВОПРОС: ***Какие самые запоминающиеся проекты были у вас в этой области?***

ОТВЕТ: Во-первых, это «Маяк» – награда к церемонии «Человек года» в городе Полевском. Церемония имела телевизионный формат, и статуэтка должна была хорошо смотреться в руке победителя. В Полевском нет моря, но верх маяка напоминает старые здания города XVIII века – ротонды. Статус награды – ориентир на лучших.

Также мы были партнерами конференций для маркетологов «Жара». Помимо стандартного набора сувенирной продукции хотелось придумать что-нибудь необычное. В результате родилась идея сделать веер и напечатать на нем программу конференции. Участники с удовольствием фотографировались с веерами. На следующий год веер заменили на программу в виде мороженого с вишенкой.

Отлично прошло мероприятие «Ночь музеев» на базе нашего производства. Мы пригласили провести мастер-класс кузнеца Алексея Потоскуева и художника Алексея Рыжкова. Гости ковали, клепали и рисовали город. Наши дизайнеры сканировали готовые рисунки и печатали на УФ-принтере настенные часы. Получились крутые индивидуальные подарки. Во время проведения ЧМ по футболу-2018 у нас покупали эти часы и дарили иностранцам.

ВОПРОС: ***Приходилось ли вам работать с нестандартными форматами мероприятий?***

ОТВЕТ: Например, недавно посещали IT-конференцию ScrumLab. В первую очередь, для того чтобы перенять опыт, понять, насколько такой формат подошел бы для проведения ивентов в нашей сфере, уловить тенденции развития и продуктивность подобных встреч. Именно на мероприятиях нестандартного формата мы начали активно заниматься такими вещами, как бейджи, демонстрационные системы, таблички и навигационные пиктограммы, что привело нас в абсолютно новую сферу деятельности – организацию офисного пространства и презентации информации. Здесь мы нашли для себя надежного партнера в лице немецкого бренда Durable. Его продукция удивляет своей функциональностью, простотой и европейским качеством. Можно уверенно сказать, что организация мероприятий вне рамок стандарта способствовала развитию нашей компании.



stonebook
каменная бумага

Оригинальные блокноты с индивидуальной отделкой

Каменная бумага - экологически чистый материал, состоит из 75% карбоната кальция (известняк)

- Устойчивый к разрывам и жирам
- Водонепроницаемый
- Естественно белый и приятный на ощупь



www.lidercollection.ru

LIDER COLLECTION
Лучшие инновации в вашем стиле
+7 (495) 150 17 75
+7 (926) 145 88 85

www.adsystemas.ru

adsystemas
МОБИЛЬНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ











6 мин
МОНТАЖ / ДЕМОНТАЖ

НЕОБЫЧНАЯ ФОРМА АЛЮМИНИЕВОЙ КОНСТРУКЦИИ
МНОГОКРАТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
СУБЛИМАЦИОННАЯ ОДНО-ДВУСТОРОННЯЯ ПЕЧАТЬ
УДОБНАЯ СУМКА ДЛЯ ТРАНСПОРТИРОВКИ

Застройки стендов для выставок, фестивалей, презентаций

Портативная система. Многофункциональные МОДУЛЬНЫЕ стены-трансформеры. Мебель







Реклама

СЛОВО ЗАКАЗЧИКАМ



АЗАЛИЯ МАКСИМОВА,
event-менеджер хостинг-провайдера и регистратора доменов
REG.RU

www.reg.ru

> *Самая популярная тематика – ЗОЖ и эко-тренд. Это проявляется как в сувенирах, так и в организационных моментах. Например, уже распространенная технология paperless позволяет отказаться от флаеров и других бумажных раздаточных материалов – вся информация приходит на почту посетителя мероприятия.*

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: В целом есть тренд скорее на вау-эффект и эмоции, нежели на дорогие и эксклюзивные подарки. Это может быть сувенир, сделанный своими руками прямо на мероприятии. Из не нового, но всегда актуального – пауэрбанки, футболки, рюкзаки, сумки. Некоторые любят коллекционировать необычные бейджи с мероприятий – поэтому чем оригинальнее решение, тем больше шансов попасть в такую коллекцию.

Сувениры можно совмещать с другими объектами и активностями мероприятия. Например, сделать их частью фотозоны, где, сфотографировавшись, посетитель может забрать сувенир с собой.

ВОПРОС: ***Каковы главные критерии при заказе промопродукции в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Планирование – наше все. Но иногда случаются внезапные договоренности, рождаются новые идеи, и получается, что для события нужно изготовить продукцию в очень сжатые сроки. Если подрядчик понимает такие ситуации и принимает связанные с этим риски, то с организаторами мероприятий он надолго. Иногда можно фактически спасти событие, изготовив что-то день в день.





Например, однажды мы оперативно договорились о поддержке хакатона (форума разработчиков), и нужно было столь же быстро изготовить партию сувениров – дорожных подушек. Наш постоянный партнер с этим справился.

ВОПРОС: ***С какими трудностями вы сталкивались при заказе сувениров для мероприятий?***

ОТВЕТ: Часто на мероприятиях используются необычные сувениры, например, с нестандартными для нанесения поверхностями. Все это обязательно нужно тестировать, потому что поверхности могут оказаться нестойкими, нанесение будет размазываться или быстро стираться. Вполне стандартная ситуация, когда есть определенный процент брака в партии. Правильный подрядчик изначально заложит в цену такой риск и решит вопрос.

ВОПРОС: ***Приведите пример самой яркой или нестандартной идеи, которую удалось реализовать.***

ОТВЕТ: Одно из последних решений – яркие поп-сокеты (держатели для смартфонов), на которых мы разместили названия доменных зон .SPACE и .SITE.

Еще один необычный сувенир – это фишка для принятия решений. Мы придумали ее для внутреннего использования, но она перекочевала на отраслевые мероприятия и неизменно вызывает бурный восторг у всех. Здесь мы тоже обыграли доменные зоны: с одной стороны фишки надпись «.WORK hard», с другой – «.PARTY hard». Подкидываешь и выбираешь – еще поработать или идти тусить?



ЕЛЕНА КОНВИСАР,
директор по маркетингу группы компаний «НЕОЛАНТ», автор проекта «ЭКСПОшкола»

www.konvisar.com

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: На сувениры для мероприятий влияют тенденции в самой event-индустрии. Один из трендов – это расслоение мероприятий по поколениям X, Y, Z. Соответственно, и подарки для них должны различаться. Наша ЦА – управленцы в промышленности, возраст 45+, те, кто успел пожить в Советском Союзе. Опытным путем мы выяснили, что для них хорошо работают подарки с ностальгической ноткой и иронией. А вот поколение Z вряд ли впечатлит сувенир с Лениным – они его просто не узнают!



Еще одна тенденция, которую я вижу по рынку в целом, – оптимизация бюджетов. Поэтому производителям надо работать над новыми идеями и предлагать нечто, выглядящее дороже, чем оно стоит. Или увеличивать субъективную ценность подарка за счет интересной концепции, привязанной к бизнесу заказчика.

Приведу пример реализации всех этих трендов в одном подар-

ке. Как-то мы дарили дегустационный сет игристых вин от нескольких российских производителей. Это одновременно и импортозамещение (а мы несем эти же идеи в IT-сфере), и эмоциональная отсылка в советское детство (ориентация на нашу ЦА), и подарок-впечатление (еще один современный тренд), и существенная экономия бюджета – по сравнению с ранее закупаемым импортным алкоголем.

ВОПРОС: ***С какими трудностями вы сталкивались при заказе промопродукции для ивентов?***

ОТВЕТ: У крупных поставщиков – наличие в каталоге и отсутствие на складе. У частников – ограниченные производственные мощности. А уж риски по качеству и срокам есть и там, и там, к сожалению, это лотерея.

ВОПРОС: ***Приведите пример самой яркой или нестандартной идеи, которую удалось реализовать.***

ОТВЕТ: Сразу вспоминается созданная для нас настоящим художником из Палеха лаковая картина. Художник выписал атомную станцию, нефтеперерабатывающий завод и Кремль с Домом правительства – как символы трех отраслей, с которыми мы работаем. Картину отсканировали до нанесения лакового слоя, а мы превратили ее в фирменные лаковые пакеты, подарочные коробки, картинки-пазлы из мини-шоколадок, коврики для мышек, открытки, календари. А завершенный арт-объект теперь украшает кабинет руководителя нашей компании. И в продолжение истории: типография, которой мы передали заказ на производство пакетов, запросила разрешение на использование изображения, потому что их клиенты просили такие же, когда видели наш пакет среди образцов печати!



ОЛЬГА КОНОВАЛОВА,
заместитель генерального директора по маркетингу ООО «Бизнес Диалог»

www.bd-event.ru

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: Сегодня партнерам и клиентам интересно получать подарки, которые несут положительные эмоции. Это могут быть презенты на Новый год, связанные с душевной теплотой (например, наборы для глинтвейна). Живой отклик также получают атмосферные подарки, которые помогают отвлечься от повседневных забот и расслабиться. Здесь в пример можно привести настольные японские сады, наборы для рисования по номерам.

ВОПРОС: ***Каковы главные критерии при заказе промопродукции в event-индустрии?***

ОТВЕТ: В условиях быстрого темпа современной жизни и высокой конкуренции в индустрии на первый план выходят

> *В тренде остаются и гаджеты. Это не обязательно должны быть дорогостоящие телефоны и планшеты, можно подарить оригинальный будильник, фитнес-браслет или даже караоке-микрофон.*

такие критерии, как оригинальность и быстрота выполнения. В event-индустрии приходится работать в режиме многозадачности. После того, как мы выбрали продукцию, хочется забыть об этом вопросе и перейти к решению других, а в назначенную дату получить заказанный товар. Поэтому нам очень важна надежность поставщиков, соблюдение всех сроков работы. Подарок должен быть запоминающимся, выделяться среди основной массы.

ВОПРОС: ***Приведите пример самой яркой или нестандартной идеи, которую удалось реализовать.***

ОТВЕТ: Мы дарили новогодние подарки в коробках, которые оригинальным образом были украшены елочными игрушками с логотипом компании, которая получала эти презенты. Дарили наборы для рисования по номерам – этот сувенир также вызвал активный отклик и множество благодарностей со стороны наших клиентов.







ЯНА ФОМИНА,
старший руководитель направления в дирекции маркетинговых коммуникаций компании «АГТ»

www.agt-agency.ru

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: Люди устали от стандартных, классических форм сувениров. Конечно, если вы приглашаете журналистов на деловое мероприятие в духе пресс-конференции, обычные ручки и блокноты с нанесенным логотипом компании тоже сгодятся. Но лучше все же ориентироваться на сувениры неизбитого формата. Скажем, гости собираются на конференцию по хозяйственному обеспечению офисов и вряд ли ожидают особого креатива от организаторов. И тут у вас есть большой шанс произвести впечатление, например, заказать на мероприятие пирожные – точные копии продукции, которую вы представляете: канцелярского скотча или губок для мытья посуды.

Если говорить о трендах, то я бы выделила два основных – технологичность и эмоциональность. Собственно, людей можно зацепить либо крутыми технологиями, либо чем-то милым и добрым.

ВОПРОС: ***Каковы главные критерии при заказе промопродукции в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Очень важно, чтобы при заказе промопродукции вы не оказались в ситуации, напоминающей популярный мем «ожидание – реальность». Если вы работаете не с проверенным поставщиком, позаботьтесь о том, чтобы увидеть готовый образец вашего сувенира до того, как будет изготовлен весь тираж. Даже если вам прислали электронную визуализацию продукции, это не гарантирует, что конечный вариант будет идеально ее воссоздавать. Поэтому, делая заказ, сразу оговорите условие – доставка тестовых образцов к вам в офис. Чтобы можно было не только на картинке увидеть, но и пощупать.



Приятно удивить – вот что важно. Если вы видите, как ваши гости фотографируют продукцию и посылают кому-то в телефоне, знайте – вам это удалось.



ВОПРОС: ***С какими трудностями вы сталкивались при заказе сувениров для мероприятий?***

ОТВЕТ: Одна из главных трудностей – это сроки. Если времени много и есть возможность заранее все спланировать, проверить и заменить при необходимости, то трудностей здесь практически не будет. Главное, получив сувенирку, по максимуму проверьте ее. Особенно это касается электроники. Если вы заказали партию флешек, удостоверьтесь, что каждая из них работает. Когда сроки сжаты (а в пиаре такое бывает частенько), времени на проверку и переделку нет, и по факту можно получить часть продукции поврежденной или неработающей. В этом случае я обычно рекомендую для подстраховки заказывать больший тираж, хотя бы на пару экземпляров.

Еще одна проблема возникает при заказе большого количества мелкой сувенирки, когда физически все выверить невозможно. Заказали вы три тысячи ручек, не проверить же каждую на работоспособность. Если таких ручек выявилось пара-тройка штук, то скорее всего технический сбой на производстве – брак, обсудите потом с поставщиком, какие-то скидки, бонусы и т.д., чтобы сгладить ситуацию. А вот если неработающих ручек большое количество, то с этим поставщиком лучше дальше не работать.

ВОПРОС: ***Приведите пример самой яркой или нестандартной идеи, которую удалось реализовать.***

ОТВЕТ: Буквально несколько месяцев назад делали презентацию для дистрибьюторов и журналистов в рамках запуска на рынок новой монтажной ленты. В конце презентации все гости участвовали в мастер-классе, собирали демотулы в виде рамки для фото, демонстрирующие свойства ленты (за основу взяли идею с детскими бизибордами, когда на доске налеплены всякие кнопки, замки, железки, резинки и прочее). Это почти месяц работы команды пиарщиков и техников, чтобы рассчитать количество ленты, материал и вес самой рамки, а также предметов, которые клеили на нее. Получилось круто! Еще вспоминается персональный набор карт для игры «Мафия» с изображением людей, которые получали набор в подарок.



ЕВГЕНИЯ ДОРИНА,
пресс-секретарь компании «Русские выставочные системы»
(на момент выхода материала – руководитель пресс-службы ФБУ «ГИЛС и НП» Минпромторга России)

www.rvs-event.ru

Красивая упаковка не обязательно должна быть вызывающе яркой – необычные и популярные сегодня экологичные материалы привлекают внимание и заставляют говорить о вашей компании как о структуре, влившейся в мейнстрим безопасности и защиты окружающей среды.

ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: Можно выделить несколько актуальных тенденций. Одна из важнейших – функциональность, а еще лучше – многофункциональность. Например, если раньше в качестве бизнес-сувениров были популярны портативные аккумуляторы для гаджетов, то сегодня предпочтение отдается таким зарядным устройствам, которые встроены в ежедневники или планинги, либо пауэрбанкам, одновременно выполняющим функции роутера и жесткого диска.

Также очень важна смысловая и ассоциативная нагрузка. Так, в ноябре пошлого года, проводя первую премию в области санитарной авиации «Золотой час», мы пригласили в качестве партнера производителя часов «Авиатор». И, конечно, особое внимание сейчас уделяется упаковке.

И наконец, совершенно новым трендом в нашей стране в области сувенирной и промопродукции становится ориентация на здоровый образ жизни.

ВОПРОС: ***Каковы главные критерии при заказе промопродукции в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Качество, оригинальность и быстрота выполнения промопродукции – триада, на которой базируется любое событие. Еще одним критерием, по которому мы оцениваем исполнителя, является творческий и ответственный подход к выполнению заказа. Кто из нас не сталкивался с ситуацией, когда поставщик просто сделал нанесение переданного ему рисунка/логотипа на продукт с одной стороны, а вторую оставил незабрендированной? Ужас, который тебя охватывает при получении товара накануне мероприятия, не передать словами!

Для event-индустрии финансово-юридический критерий зачастую становится №1 в дни накануне мероприятия, когда срочно требуется отпечатать листовки, буклеты, флаеры, дипломы, произвести из стекла или металла сувениры нестандартной формы, а дизайн-макет предоставляется по окончанию банковского дня, да еще и в пятницу. В этом случае за работу возьмутся только те, с кем есть хотя бы подписанный договор.





ВОПРОС: ***С какими трудностями вы сталкивались при заказе сувениров для мероприятий?***

ОТВЕТ: Большая часть рисков и сложностей была обозначена выше. К ней стоит добавить характерный скорее для России аспект – проблема совместимости программ и шрифтов. Дизайнеры по большей части перешли на работу с платными графическими редакторами и программами, в которых имеется широкий выбор шрифтов, а вот типографии не любят тратиться на коммерческие программы, что может привести к несоответствию картинки, которую вы утвердили и получили на выходе промопродукта. Следующая проблема, от которой никто не застрахован, – срыв сроков поставки или поставка неполного комплекта, остальная часть которого подвозится уже на мероприятие.

Спецификой в заказе сувенирки всегда является материал, из которого она производится. Например, для Конгресса индустрии детских товаров мы всегда заказываем стеклянные статуэтки, дизайн которых отражает идеологию конкурса «Сделано для детства». В этом году за неделю до мероприятия стало известно о введении дополнительных номинаций, а значит, экстренно понадобилось еще 3-4 статуэтки. Отлить из стекла в такой срок небольшое количество не взялась ни одна компания, но партнер предложил альтернативу – заменить стекло на более простой в работе акрил, который непрофессионалы не отличат от стеклянного изделия. Этот опыт стал для нас своего рода обязательным пунктом чеклиста по подготовке мероприятия: прорабатывать минимум 2-3 материала будущего сувенира.

ВОПРОС: ***Какие у вас есть пожелания к работе с производителями сувенирной продукции?***

ОТВЕТ: В вашем арсенале каждый год появляются уникальные сувениры, которые вы делаете под конкретных заказчиков. Используйте их не просто для портфолио на сайте, но и активно предлагайте другим клиентам! Иногда такие решения помогают здорово разнообразить стандартные подарочные комплекты.



ЕЛЕНА КЯКЕНЕН,
руководитель дизайн-бюро компании «Тенториум»

www.tentorium.ru

20 мая празднуется Всемирный день пчел. К этому празднику на территории головного офиса в Перми установили самый большой в России памятник пчеле, созданный группой скульпторов – членов Фонда скульпторов России «Единение».



ВОПРОС: ***Есть ли сейчас какие-то тренды в сувенирной продукции для мероприятий и праздников?***

ОТВЕТ: Наша компания занимается промышленным производством и распространением продуктов на основе всех известных компонентов пчеловодства. В связи с этим нам особенно интересна сувенирная продукция, напоминающая об истоках (природные материалы, экологичность). Также безусловно важны полезность сувениров, их оригинальность, эксклюзивность.

ВОПРОС: ***Каковы главные критерии при заказе промопродукции в event-индустрии?***

ОТВЕТ: Девиз нашей компании – «Качество и честность». Этого же требуем и от поставщиков. Кроме того, важна цена, потому что заказываем продукцию не очень большим тиражом. Обязательна креативность, потому что наш род деятельности достаточно самобытен. И скорость выполнения заказа.

ВОПРОС: ***С какими трудностями вы сталкивались при заказе сувениров для ивентов?***

ОТВЕТ: Главная сложность в специфике расположения компании. Наш головной офис находится не в центральной полосе России. Оперативный заказ можем сделать лишь у себя в регионе. На месте наличие ассортимента не настолько широкое. Все оригинальное и креативное выпускается в Москве. Нам редко удается, что называется, «подержать это в руках». Конечно, заказываем из Москвы или сами находим идею, а затем ищем поставщика.



ВОПРОС: ***Приведите пример самой яркой или нестандартной идеи, которую удалось реализовать.***

ОТВЕТ: Самая яркая идея – создание сувенира «Балансирующая пчела». А еще оригинальная карта России: огромное панно из пазлов разных пород дерева. Также это квалификационный знак дистрибьютора – жало пчелы с бриллиантом (в виде броши), факел (пчелиная обножка с янтарём) и... упаковка для шампанского – деревянная матрешка с изображением политических деятелей и популярных телеведущих (мы заказывали матрешку с изображениями Ирины Хакамады, Леонида Якубовича, Михаила Турецкого (руководителя коллектива «Хор Турецкого»).







Международная выставка цветов, растений,
техники и технологий для цветоводства
и ландшафтного дизайна

FLOWERS EXPO
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
INTERNATIONAL EXHIBITION

Цветы ЭКСПО



Главная выставка для вашего бизнеса

10-12 Сентябрь 2019

Россия / Москва

МВЦ Крокус Экспо

www.flowers-expo.ru
mail@flowers-expo.ru

RUSSIAN UNION OF EXHIBITIONS AND FAIRS

ufi Approved International Event

Реклама

КУРС НА ЛЕТО: АТМОСФЕРНЫЕ ПОДАРКИ К ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЕМУ СЕЗОНУ

Хорошо подобранные бизнес-сувениры должны напоминать о вашей компании не только в рабочие будни, но и в период летних отпусков, тимбилдингов и весенних выездов на природу. Встречайте обзор корпоративных подарков из натуральных материалов, с яркими принтами, мотивами флоры и фауны, которые украсят ваш городской интерьер, а также пригодятся в походах, на даче и на пляже.



Шоколадный лотос – с миндальными лепестками, в горшочке из бельгийского шоколада, с хрустяшками-роксами внутри и фундуком в позолоте – точно порадует хозяйку. Весит 200 г, ухода не требует (разве что чаепития или бокала ламбруско).

Cake Ninja
www.cakeninja.ru



Мастерская овощной флористики «Очень хорошо» делает необычные, вкусные и полезные букеты из овощей, фруктов, грибов, ягод и пряных трав. При этом все ингредиенты остаются полностью съедобными, а к некоторым букетам прикладываются подробные рецепты. «Лето внутри» – это стильный вариант букета с редисом, физалисом и салатом лолло-росса.

«Очень хорошо»
www.ohorosho.com



Поднос из дерева ViaPlant. Он изготовлен по инновационной технологии, которая дает вторую жизнь растениям, создавая из них креативные экопанели с уникальными эстетическими свойствами. Вся продукция может быть брендирована.

Ecoliving
www.ecoliving.design



Это, пожалуй, самый малиновый набор из всех, что вы встречали. Вдохновением для его создания послужил сбор урожая прошлого лета. От малины хотелось взять лучшее: ни с чем не сравнимый вкус, тонкий аромат, неисчерпаемую пользу. Идеально с этой задачей справились бельгийский шоколад ручной работы и сироп для добавления в различные напитки. Сет упакован в коробку из крафт-картона с брендированной шильдой.

Benkoni
www.benkoni.com

Мыло ручной работы, вырезанное в виде роскошного цветка нежного лотоса в деревянной шкатулке, – потрясающий презент и красивый, а главное, нужный предмет. Мыло сертифицировано как косметическое, а не только декоративное. Упаковано в деревянную шкатулку с ручной росписью. В открытом виде мыло источает тонкий нежный аромат, может использоваться для ароматизации пространства. После использования остается изящная шкатулка для ценных мелочей.

«Артманьякс»
www.artmaniacs.ru



Натуральные легкие материалы, нестандартный подход к привычным вещам и ощущение свежести и новизны – вот чего требует душа каждую весну. Дизайнерские сумки и портмоне с ручной росписью отлично подойдут для прогулок по городу и отдыха на природе.

Художественная студия Liberann
www.liberann.ru





Пить травяной чай из эмалированных кружек, кутаться в плед и тихонько болтать о всяком – это очень хюгге, как сказали бы датчане. И проект «Волга-река» не может с этим не согласиться. Сотрудники компании постарались сделать не просто сувениры о Волге, а душевные вещи, способные собрать всю семью вместе и подарить множество приятных моментов. На фото: толстовки, термокружка, бутылка для воды, эмалированная кружка, коврик-сумка для пикника.

«Фиалка-экспресс», проект «Волга-река»
www.fialkaexpress.ru



«Чаши Фей» – абсолютная новинка российского хендмейда. Специальные чаши с ситом созданы для удобства чаепития как классических сортов, так и купажей с ягодами, травами, фруктами, грибами. «Чаши Фей» всегда доставляются в подарочных коробках; чай, поставляемый напрямую из Китая, расфасован в магнитные банки для удобного хранения на дверце холодильника. Также при заказе вас ждет пара приятных сюрпризов! В том числе скидка по промокоду GIFT – для читателей GIFT Review.

«Чай Фей»
www.chaifei.ru

Море Уэдделла у берегов Антарктиды – одно из самых холодных на Земле. Охлаждающее полотенце Weddell не случайно носит это имя. В жаркий день или во время занятий в спортзале оно принесет настоящую прохладу, подарит ощущение чистоты и свежести. Охлаждающий эффект достигается за счет использования в ткани гидрофобных волокон – они способствуют ускоренному испарению влаги, тем самым обеспечивая интенсивное снижение температуры. Для получения эффекта намочите полотенце, отожмите излишки воды и встряхните. Входящая в набор бутылка снабжена крышкой с ручкой-карабином, изготовлена из экологически безопасного термопластика и может использоваться для питьевой воды температурой до 60 °С.

«Проект 111»
www.gifts.ru





Подарочный сет для дачи или загородного дома «Уютное лето» состоит из теплого пледа спокойного оливкового цвета и двух чехлов декоративных подушек с ярким принтом птиц и бабочек, деревянной рамки, выполненной в винтажном стиле. Наборы представлены в праздничной упаковке – крафтовая коробка, атласная лента с бечевкой, внутри бумага тишью голубого цвета.

Impression Style
www.impressionstyle.ru





Картина в качестве подарка – изящный, интеллигентный, статусный и небанальный вариант. Если вы недостаточно хорошо знаете вкусы будущего владельца или не знакомы с интерьером, где будет размещена картина, именно для таких случаев подойдут сертификаты на приобретение произведения искусства. Упаковка – стильный черный кард-пак или коробка. Внутрь вложена брошюра или мини-каталог. Выглядит такой подарок достойно и элегантно.

Онлайн-галерея современного искусства SMART
www.gallerysmart.ru

HK GIFTS & PREMIUM FAIR 2019: ЦЕНТРАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ СУВЕНИРНОГО РЫНКА

На четыре весенних дня Гонконг традиционно становится мировой столицей сувениров и подарков, и текущий год не исключение – с 27 по 30 апреля в Hong Kong Convention & Exhibition Centre пройдет 34-я по счету ежегодная выставка HK Gifts & Premium Fair.

Организованная Советом по развитию торговли Гонконга (HKTDC), выставка является крупнейшей в мире отраслевой площадкой для встреч профессионалов сувенирного рынка, установления деловых контактов, закупок, маркетинговых коммуникаций и поиска бизнес-партнеров. В этом году в мероприятии примут участие более 4300 экспонентов со всего мира. В 2018 году выставку посетили более 48 тысяч байеров из 139 стран.

На выставке будут представлены павильоны таких стран, как Китай, Тайвань, Корея, Таиланд, Великобритания и многих других.

Потенциальные лидеры продаж от известных мировых марок традиционно займут раздел Hall of Fine Designs. В этом зале разместятся более 130 компаний, среди которых B.Duck и Team Green из Гонконга, японский канцелярский бренд Kokuyo, немецкий Leuchtturm и итальянский дизайнерский бренд Pininfarina.

Впервые в этом году организаторы выделили отдельную тематическую зону товаров для красоты, спорта и здорового образа жизни (World of Beauty, Fitness & Well-being zone).

Среди других специализированных площадок будут секции, посвященные стартапам (Startup Zone), корпоративным подаркам (Corporate Gifts), технике и гаджетам (Tech Gifts), экоподаркам (Green Gifts), товарам для активного отдыха и туризма (World of Camping & Outdoor Goods), а также предметам интерьера и декора (Figurines & Decorations).

Соорганизатор выставки, Ассоциация экспортеров Гонконга (HKEA), представит площадку, на которой будут продемонстрированы творческие достижения предприятий Гонконга. Под эгидой этой же организации пройдет вручение ежегодной дизайнерской премии Hong Kong Smart Gifts Design Awards в самых разнообразных номинациях.

Деловая программа также обещает быть насыщенной. Для того чтобы помочь посетителям ознакомиться с новейшими достижениями и возможностями отрасли, на выставке пройдут многочисленные семинары и форумы, на которых эксперты обсудят актуальные вопросы рынка, модные тенденции и инновационные технологии.

В эти же дни (27-30 апреля 2019) в ВЦ AsiaWorld-Expo будет проходить выставка Hong Kong International Printing & Packaging Fair 2019, посвященная печати и упаковке. GR

https://event.hktdc.com/fair/hkgiftspremiumfair-en

ПОСЕТИТЕЛИ МОГУТ ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА САЙТЕ ВЫСТАВКИ И ПОЛУЧИТЬ ВХОДНОЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ БЕЙДЖ БЕСПЛАТНО.





Фото: HKTDC

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 2018 году.

Подробная информация: **+7 (495) 787-98-28, email: moscow.consultant@hktdc.org**

International Commodity Fair

MOSCOW

Международная выставка потребительских товаров

550 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ИЗ КИТАЯ, РОССИИ И СНГ

12 000 ЗАКУПЩИКОВ ИЗ 30 СТРАН

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС ФОРУМ

РОССИЙСКАЯ ЭКСПОРТНАЯ ПЛАТФОРМА

КОНСУЛЬТАЦИИ ПО РАБОТЕ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

СОБСТВЕННАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА

ВСТРЕЧИ С ЗАКУПЩИКАМИ ИЗ РОССИИ, КИТАЯ И СНГ

18-20.06/2019

ЦВК «Экспоцентр», Москва

www.icf-expo.ru



Реклама

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

ЭКСПОЦЕНТР

ОРГАНИЗАТОР

messe frankfurt

HOMI-2019: ИНТЕРЬЕРНЫЕ РЕШЕНИЯ БУДУЩЕГО

HOMI – известная международная выставка товаров для дома, интерьерного дизайна, подарков и украшений – открыла свои двери для январской сессии в одном из самых технологичных и современных выставочных комплексов Европы и определила направление развития и ближайшее будущее lifestyle-индустрии. Специальный корреспондент GIFT Review Антон Верт обошел все павильоны выставки и составил отчет о том, стоит ли профессионалам сувенирного рынка включать в свой деловой график HOMI.

Если бы существовала религия, основанная на красоте окружающих вещей, Милан стал бы ее Меккой. А главным ежегодным событием, без сомнения, назначили бы выставку HOMI, где многочисленные экспоненты предлагают свои версии интерьерных indoor- и outdoor-концепций. Собственно, так оно и происходит на протяжении последнего десятилетия. Два раза в год, в январе и сентябре, выставочный комплекс Fiera Milano превращается в площадку, определяющую тренды и направления развития дизайна интерьера и высококлассного домашнего декора.

Одиннадцатую сессию HOMI посетило свыше 80 тысяч байеров из более чем 90 стран мира. Основные страны, проявившие интерес к событию: Россия, Испания, Швейцария, Китай, Франция и Япония. Приятный момент для нашей страны – наилучшие результаты достигнуты Россией: в общей сложности на выставке в январе насчитывалось 605 закупщиков (рост 60% по сравнению с прошлым годом). Для сравнения: байеров из США было представлено 240.

HOMI-2019 В ЦИФРАХ И ФАКТАХ

Даты: **25-28 ЯНВАРЯ**
Место: **FIERA MILANO, МИЛАН, ИТАЛИЯ**
Организатор: **FIERA MILANO S.P.A**
Павильонов: **9**
Посетителей: **80 000**
Стран: **90**

Впервые на мероприятии встретились представители таких стран, как Бахрейн, Норвегия, Тайвань и Узбекистан. Такая география поражает своими масштабами и ставит площадку на первые строчки мировой выставочной бизнес-арены.

Интересно, что социальные сети окончательно укрепили свои позиции и стали главным информационным каналом HOMI: более 58 тысяч взаимодействий во время четырехдневного мероприятия.









Одна из особенностей выставки – четкое позиционирование направлений бизнеса. Каждый павильон посвящен определенной тематике. Это выгодно отличается от стандартного расположения стендов по микс-схеме «все и сразу» или условного деления по рядам.

Экспозиция разделена на несколько секторов, которые охватывают все сферы жизни современного человека. Расскажем подробнее о каждом из них.

LIVING HABITS *(жизненные привычки)*

Пожалуй, главный раздел HOMI по количеству стендов, красоте и полноте представленных решений. В двух павильонах сосредоточено все основное, с чем стоит ознакомиться в первую очередь.

Самая многочисленная категория продукции – предметы интерьера. Здесь можно найти если не все, то практически все. Всевозможные часы, статуэтки и статуи любых форм, размеров и цветов. По нашим наблюдениям, самый распространенный материал – керамика. Немало стендов с религиозной тематикой: статуэтки-зарисовки из Евангелия, свечи и прочая атрибутика.

Посуда и столовые приборы соседствуют с интерьерными решениями, а также выставлены в отдельные экспозиции. Стоит упомянуть о стендах с бокалами всевозможных форм и размеров, которые имеют мультифункциональное применение: по прямому назначению, в качестве вазы для цветов или самостоятельного элемента декора.

Кухонные приборы и принадлежности имеют особый статус позиционирования. Практически на всех стендах присутствует импровизированная кухонная зона, в которой есть шеф-повар. Он готовит разнообразную пищу, попутно рассказывая о преимуществах товара. В определенный момент складывается ощущение, что попадаешь в магазин на диване, только с реальными людьми и запахами еды. Такой способ рекламы привлекает к стенду множество публики, вызывая желание подойти и изучить ассортимент подробнее.

CONCEPT LAB *(концептуальная лаборатория)*

Небольшая стендовая зона, разделенная на места для стартапов и экспериментальных продуктов, – лучшее место, чтобы окунуться в мир дизайна будущего, не отвлекаясь на красоту больших стендов или широкого ассортиментного ряда. Здесь все только по делу – несколько товаров, одно направление и участники выставки, максимально заинтересованные в том, чтобы рассказать о своей новинке подробно и обстоятельно.

GARDEN & OUTDOOR *(сад и ландшафтный дизайн)*

Второй по количеству представленных экспонентов раздел выставки охватывает все декоративные outdoor-решения: от мебели до аксессуаров для приусадебного участка. Основной упор в этом году сделан на элементы декора в виде статуй большого размера. Также представлены экспозиции с садовой мебелью и инвентарем. Правда, такие стенды больше похожи на рынок выходного дня, нежели на дизайнерские вариации на тему декора.









FASHION & JEWELS *(мода и украшения)*

Вниманию посетителей предлагаются плоды творчества лучших дизайнеров и ювелиров, а также компаний, производящих аксессуары для дома и декоративные предметы. Почти все стенды имеют закрытый формат, а украшения скрыты за стеклом, что больше напоминает музейную экспозицию, чем выставку бизнес-направленности. Но, в отличие от других разделов, практически каждый товар здесь можно приобрести прямо на месте. В самом центре павильона находится большая Cash & Carry зона с выставленными на продажу ювелирными украшениями. Цены начинаются от 100 евро.

KIDS STYLE *(товары для детей)*

В январской сессии HOMI широко представлены товары, посвященные детству: моде для малышей, меблировке детских комнат. Аксессуары, текстильные изделия, продукция для ухода за новорожденными, игрушки, товары для будущих мам – весь этот ассортимент не имеет одного стенда, а встроен в общие экспозиции. Например, на стенде, где демонстрируются варианты меблировки различных комнат, отдельной экспозицией выделена детская комната, где каждый товар – это само по себе произведение искусства. Или же стенд с домашним текстилем предлагает целую коллекцию нагрудников для новорожденных. К слову, товаров так много, что нужно быть очень внимательным, чтобы не пропустить интересное. Так, например, на одном из стендов в море прочей продукции можно найти плюшевые волосатые бананы.





HOME TEXTILES *(домашний текстиль)*

Текстильные изделия итальянских мастеров и дизайнеров – это чудо. Здесь присутствуют как уютные пастельные тона, так и яркие дерзкие расцветки. В большинстве случаев ассортимент продукции представлен в виде демозон – импровизированных спальных помещений или жилых комнат.

FRAGRANCES & PERSONAL CARE
(парфюмерия и средства личной гигиены)

В глубине павильона, где предлагаются интерьерные решения для убранства дома, находится настоящая аромалаборатория. Место, где можно ознакомиться со всеми новинками в сфере домашних ароматизаторов и парфюмерии. Духи, эфирные масла, мыло, средства для ванной притягивают разнообразием запахов. Надо сказать, что ароматическая составляющая не менее важна, чем практическая или визуальная часть домашнего интерьера.

FESTIVITY *(рождественские и праздничные товары)*

Рождество занимает особое место в жизни европейцев. В подтверждение этому на выставке целый павильон посвящен новогодней и рождественской тематике. Елки, украшения, декорации, световые решения, экспозиции религиозной атрибутики – все в одном месте. Направление в дизайне здесь более классическое, традиционное, без особых экспериментов.







GIFT & EVENTS *(подарки и мероприятия)*

В этом разделе можно подобрать подарки и сувениры для различных торжеств и мероприятий. Здесь представлены массовые решения, без особых дизайнерских изысков, для широкой публики.

HOBBY & WORK *(хобби и работа)*

Пожалуй, самый неоднозначный раздел, вместивший в себя все то, что не вошло в остальные. Товары и аксессуары для туризма и путешествий, предметы досуга и хобби, канцелярские товары, музыкальная и видеоаппаратура. Внешне это крайне эклектичная картина – в одном ряду могут соседствовать итальянские мастера, представляющие handmade упаковку, китайские поставщики электроники, представители Индии, торгующие автомобильными аксессуарами, и арабы, которые выставили на продажу кальяны и фейерверки.

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

Отдельно стоит отметить, что в рамках выставки повсеместно проходят лекции, презентации и обсуждения всего, что так или иначе связано с ведением бизнеса. Темы обширны – от маркетинговой стратегии и привлечения инвестиций до творческой составляющей и актуальных трендов. Презентации проходят на открытых площадках, с удобными мягкими креслами, в большинстве случаев на английском языке или же с переводом с итальянского.

ОСОБЫЙ ШАРМ И «ФИШКИ»

Каждая выставка имеет свой дух и отличительные черты. HOMI не исключение, а, скорее, правило. Правило, доказывающее, что из множества мелочей складывается та самая притягательность, которая ежегодно привлекает лучших специалистов в области интерьерного дизайна. Чем же необычным и ярким запомнилась HOMI?

Интерактивные стенды

При входе в каждый павильон посетителей ожидал больший интерактивный стол с функциями навигации по выставке, поиска экспонентов, описания разделов. В считанные минуты можно было сориентироваться в пространстве и выбрать интересующее направление.

Ценники и торговое приложение для смартфонов

Практически каждый товар на стенде имеет свой ценник и штрих-код. Это действительно удобно и практично. Специальное приложение позволяет сканировать штрих-код, положить товар в корзину, узнать больше информации и связаться с продавцом.

Ненавязчивость общения

Несмотря на динамичность события, здесь нет назойливого общения в духе «продавец-консультант и потребитель». Все товары открыты для просмотра, имеют свой ценник, представитель стенда без необходимости не предлагает обсудить специальные условия. Такой подход вызывает доверие. А уже после того, как ознакомился с товаром, возникает желание пообщаться с продавцом подробнее.











Мастер-классы и воркшопы

Повсеместные импровизированные демонстрационные перформансы – от кулинарных мастер-классов до тестирования разнообразной кухонной посуды – дают эффект причастности к происходящему и вызывают желание ближе познакомиться с ассортиментом.

Аромамаркетинг

Свой аромат имеют не только стенды с профильной продукцией, но и многие другие, которые используют аромамаркетинг для привлечения посетителей.

Особый подход к оформлению стенда

Подавляющее большинство стендов представлены не просто как лоток с товарами, к образу которых мы привыкли. Здесь выкладка продукции, визуальная форма подачи не менее важны, чем сам товар. Выделяются два типа стендов:

• закрытые – это целые шоу-румы. Внешне они напоминают обычную коробку, но, зайдя внутрь, попадаешь в отдельный мир, который разделен на части, каждая из которых – вариация на тему применения продукции в жизни. Это и кухня, и жилая комната, и спальня, и ванная;

• открытые – площадки, где нет стен, а продукция представлена в виде островков дизайнерской и мерчендайзинговой мысли. Каждый островок – отдельное произведение искусства.

ЧТО ДАЛЬШЕ?

Январская сессия – последний подобный формат, где все направления объединены в одну выставку. Уже в этом году площадка будет разделена по темам: HOMI Fashion & Jewels, посвященная миру бижутерии и модных аксессуаров, и HOMI Outdoor, ежегодное мероприятие, в котором особое внимание уделяется ландшафтному дизайну и уличному декору.



Эти два новых формата будут впервые представлены с 13 по 16 сентября 2019 года, и в то же время начиная с января 2020 года HOMI закрепит за собой направление Lifestyle. Такое распределение позволит разделить потоки посетителей по интересам и улучшить качество экспонентов каждой выставки.

СТОИТ ЛИ ПОСЕЩАТЬ СОБЫТИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ ПРОМОИНДУСТРИИ?

Рекламно-сувенирные выставки давно выработали и отточили свой формат проведения. В этом плане HOMI имеет ряд принципиальных отличий – от способа подачи информации до выкладки товара на стендах.

С одной стороны, большинство представленной продукции направлено на удовлетворение индивидуального вкуса каждого человека, ведь выставка как раз об этом – о вещах и интерьере, которые окружают человека в его доме. В этом плане рекламно-сувенирная продукция концептуально отличается от представленных экспозиций. С другой стороны, здесь есть множество вариантов и предложений для выбора VIP-подарков.

HOMI – это не про массмаркет, HOMI – это про дизайнерские интерьерные решения, про вкус к прекрасному. Искать низкие цены здесь не имеет особого смысла. Зато легко можно найти то, что удивит и порадует искушенного клиента с высокими запросами. Поэтому, если у компании есть спрос на подарки такой категории, HOMI обязательна для посещения. GR

Антон Верт

ЛАЙФХАК В МИЛАНСКОМ МЕТРО



Каждый год десятки, если не сотни байеров сталкиваются с одной деликатной проблемой. Дело в том, что самый удобный способ добраться до выставочного комплекса – метро. Конечная станция – Rho Fieramilano. Нюанс заключается в том, что именно эта станция вынесена за пределы черты города. А значит, стандартный билет в кассе за 1.5 евро не подойдет. Важно взять билет за 2.5 евро, чтобы на нем было напечатано Rho Fieramilano. Внимательность сохранит вам 35 евро «пенальти» от контролеров-ревизоров, которые проверяют билеты у всех пассажиров на выходе станции Rho Fieramilano.

10–12 СЕНТЯБРЯ 2019

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

CHRISTMAS BOX. PODARKI

ПОДАРКИ · СУВЕНИРЫ · НОВОГОДНЯЯ ПРОДУКЦИЯ

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



ДОБАВЬТЕ СВОИ НОВИНКИ
НА САЙТ EXPO-RETAIL.RU
www.expo-retail.ru – сайт премьер
товаров для дома и интерьера



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

Реклама

CHRISTMASWORLD 2019: ЕВРОПЕЙСКОЕ В АССОРТИМЕНТЕ

Начало положено – предвестники следующего новогоднего марафона отгремели во Франкфурте, собрав на площадке Messe Frankfurt рекордные 3000+ компаний из 68 стран мира. Организаторы выставок Christmasworld, Paperworld и Creativeworld уже подвели главный символический итог: 87 000 посетителей смогли ознакомиться с продукцией экспонентов и вынести с выставки бесценный багаж знаний о том, чем и как они смогут удивить, порадовать и привлечь клиентов в праздничном сезоне 2019/2020. О том, что особенно впечатлило и заинтересовало редакцию GIFT Review, читайте в нашем репортаже.

Если ориентироваться на срез аудитории выставочного трио во Франкфурте, наибольший отклик собранная экспозиция будет иметь в Италии, Нидерландах, Великобритании, США, Франции и России. Представители бизнеса этих стран были самыми многочисленными в текущем году. Что ж, по нашему впечатлению, русской речи на выставке Christmasworld, действительно было больше, нежели годом ранее. А значит, и заявленные в Германии продукты будут предложены российским потребителям во всем многообразии. В нашем обзоре мы постараемся суммировать акценты и тайные знаки, намекающие на будущее настроение рынка.

РАЗНООБРАЗИЕ И УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ

Пожалуй, первое, что бросилось в глаза посетителю тематического павильона, – это изобилие крупных поставщиков и производителей сезонной продукции. Небывалое разнообразие товаров было скрупулезно размещено с максимальной эффективностью каждого квадратного сантиметра пространства стенда. Казалось, некоторые экспоненты отчаялись угадать, что может стать вожделенным якорем, который зацепит взгляд посетителя, и поставили сразу на все. А может быть, европейские бренды решили перенять у восточных конкурентов их преимущество «универсального солдата» и тоже продемонстрировать, что они могут все и даже больше. Так или иначе, на некоторых стендах было действительно не протолкнуться из-за плотности продукции – выложенной, выставленной или вывешенной.

Christmasworld в этот раз однозначно смогла предложить больше, чем рассчитывали многие байеры, приехавшие во Франкфурт за новогодней и рождественской номенклатурой. Экспозиция позволила им составить списки товаров и к другим важным праздничным датам.

КОСМОПОЛИТИЧНАЯ ВИТРИНА

Этника, экзотика, игры в географию, внимание к флоре и фауне, похоже, забыты. Традиции всех стран соединились в причудливый собирательный образ новогоднего украшения, новогодней же посуды и рождественского узора. Явно выраженных национальных мотивов, некогда преобладавших на стендах международной площадки, теперь не так много. С одной стороны, локальные производители стали более открыты к национальным особенностям иностранных клиентов, с другой стороны, элементы местных традиций и мотивов уже не эксплуатируют так массово как «фишку» или основу коллекции и стиля.

Так, стенд небольшой компании из Словакии Flora Obal представил разнообразную сезонную продукцию – от кулинарных наборов и полиграфии до подарочных пакетов. По словам Юлии, представителя компании, они прислушиваются к запросам клиентов, и именно так формируется их ассортимент. Эта стратегия позволяет локальному бизнесу успешно поставлять товар по всему



FLORA OBAL



«ШАР»





миру. В выставке Flora Obal участвует во второй раз, и, по отзывам Юлии, в прошлом году они в течение месяца после мероприятия получали заказы от посетителей стенда, расширяя географию своего бизнеса и формируя востребованный ассортимент. Не меньший эффект ожидают они и на этот раз.

Российская компания «ШАР», участник экспозиции Creativeworld, взамен привычного национального колорита также представляла прогрессивную экотематику. Владеющая полиграфическим предприятием в Туле, в Германии фирма познакомила публику с собственной уникальной разработкой – DIY-наборами шар-папье (прессованная бумажная масса) и первым (со слов представителей компании) конструктором из переработанной бумаги. Наборы состоят из фигурок под раскрашивание: ангелочки, звездочки, домики и более тематические предметы, подходящие для брендирования или ассоциаций с корпоративным стилем и сферой деятельности компании. Конструктор шар-папье представляет собой крупные «строительные» детали, которые также можно раскрашивать. По словам Игоря Золотова, директора компании «ШАР», интерес посетителей немецкой выставки в очередной раз убеждает их в правильном направлении для перспективного и, кроме того, социально ответственного бизнеса.

ТВОРЧЕСТВО ЕСТЬ В КАЖДОМ

В упомянутой выше Creativeworld значительная часть экспозиции представляла интерес не только для специализированного ритейла, но и для закупщиков сезонной сувенирной продукции. Ведь сегодня на рынке сформировалась совершенно самостоятельная ниша DIY-подарков. Выставка представила широкий ассортимент наборов и коллекций для творчества самого разного уровня сложности. От открыток, которые нужно сначала собрать, чтобы любоваться и оценить креативность дарителя, до наборов для карвинга по многослойной цветной резине для изготовления авторских штампов.

Многие участники Creativeworld, кстати, организуют на стендах точки Make it – Take it (сделай и забери), что во многих случаях является возможностью оценить продукт в действии. Это особенно актуально, если вы не мастер каллиграфии или никогда не видели процесс квилтинга, но ищете что-то новенькое для разнообразия ассортимента и расширения ЦА.

НАБОРЫ, СЕТЫ И КОМПЛЕКТЫ

Популярность наборов распространилась не только на DIY-ассортимент. От коллекций к комплексному предложению – такой путь прошли производители сувенирной продукции. Они изменили свой подход к реализации удачных принтов или дизайнов в продуктовых линейках. Многие теперь составляют готовые сеты в едином стиле. Байеру не придется долго компоновать позиции самостоятельно и продумывать упаковку, потому что за них об этом уже подумали. Удобно, не правда ли? И самое время этим воспользоваться.

В основном сеты и наборы были представлены комплектами из 3-4 предметов смежной области применения (например, сет дамских аксессуаров, сет утилитарных предметов для «очкарика», кулинарного фаната или ценителя изысканной канцелярной продукции). За продуктовыми сетами вам пришлось бы ехать в Милан (о выставке HOMI 2019 читайте в этом номере статью Антона Верта), а вот в Германии любителей дарить съестное практически не наблюдалось. Зато для гурманов и тех, чьей ЦА они являются, была представлена масса идей для сервировки и украшения стола. Как новогоднего, так и будничного.









ЕЛОЧКИ ВМЕСТО СОВ И ЛИС

Мы уже упоминали, что анималистические настроения в дизайнах сезонной продукции явно остались в прошлом. Прочувствовав, насколько публике могло приесться насаждаемое обилие милейших созданий, производители поспешили кардинально переключиться на что-то «свеженькое» и в результате увлеклись... елочками. Пожалуй, никогда еще новогоднему дереву не отводилась такая универсальная роль декора, хотя это и кажется логичным. Разнообразие воплощений елки впечатляет – от деревянных, восковых, стеклянных фигур до посуды, подсвечников, световых панелей с оптическими иллюзиями и имитации handmade игрушек.



ГНОМИКИ – НОВЫЙ ЧЕРНЫЙ

Единственными достойными по массовости конкурентами елок были, пожалуй, гномики. Они настолько органично вписались в ассортимент практически всех стендов, что после осмотра примерно половины экспозиции уже бросалось в глаза скорее их отсутствие в чьей-либо коллекции. Аскетичные, в чем-то скандинавские, гномики с колпачками до носа (или, скорее, колпачки с носом и бородой) были основой недорогого и простого стильного декора на любой вкус, цвет и размер.

КУДА Ж БЕЗ СВЕЧКИ

Кто внимательно следит за нашей страничкой в Facebook, уже видел в каком изобилии был представлен этот вполне банальный сезонный предмет. Но увы, оби-



KINEMONA VINTAGE

ГОЛЛАНДСКИЕ ДРУЗЬЯ ВЫСТАВКИ CHRISTMASWORLD В ЭТОТ РАЗ ПРЕДЛОЖИЛИ ПОГРУЗИТЬСЯ В АТМОСФЕРУ УЮТНОГО ДОМАШНЕГО ВИНТАЖА. РУДИ ТУИНМАН И ПАСКАЛЬ КЁЛЕМАН ИЗ 2DESIGN БЕРУТ НА СЕБЯ СМЕЛОСТЬ ОБЪЯВИТЬ CHRISTMASWORLD 2019 ТЕРРИТОРИЕЙ СЕМЕЙНОГО СПОКОЙСТВИЯ И ТЕПЛА, А ГЛАВНЫМ ЦВЕТОМ БИЗНЕС-РОЖДЕСТВА ПРОВОЗГЛАШАЮТ ЖЕЛТЫЙ («KINEMONA» – НАЗВАНИЕ ЖЕЛТОГО ЦВЕТА, ПОЗАИМСТВОВАННОЕ У ГАВАЙЦЕВ). «ВОТ ЧТО НУЖНО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВДОХНОВИТЬ ВАШЕГО КЛИЕНТА И ПРИВЛЕЧЬ ЕГО ВНИМАНИЕ. БОЛЬШИНСТВО, ВОЗМОЖНО, ОТДАДУТ ПРЕДПОЧТЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫМ ОТТЕНКАМ, НО ЧТОБЫ ЗАВЛЕЧЬ ЕГО В ВАШ МАГАЗИН, НУЖНО ПРЕДЛОЖИТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ И НЕСТАНДАРТНОЕ», – УБЕЖДЕНЫ ГОЛЛАНДСКИЕ ДИЗАЙНЕРЫ, ПРЕДЛАГАЯ ПРИПРАВИТЬ РОЖДЕСТВЕНСКУЮ КЛАССИКУ СОЛНЕЧНЫМ ЦВЕТОМ. ИНСТАЛЛЯЦИЯ KINEMONA ВЫПОЛНЕНА В ДУХЕ ВИНТАЖНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ ИНТЕРЬЕРНЫХ ЛАВОК, ЦВЕТОЧНЫХ САЛОНОВ И ЗАГОРОДНЫХ ГОСТИНЫХ. КАК ВСЕГДА, ИНТЕРЕСНЫЙ СПОСОБ ПОГРУЖЕНИЯ В АТМОСФЕРУ ДИЗАЙНЕРСКИХ ИДЕЙ.





лие не означает многообразие. Свечи ручной работы уже не удивляют, и даже оригинальность форм не выстраивает к стендам очереди закупщиков. А вот нечто, что может разнообразить привычный воск с фитилем, – другое дело. Литовская компания свечных энтузиастов Flatyz в 2012 году вышла на рынок с собственной технологией производства flat candle – плоская свеча с габаритами обычного смартфона с компактной металлической подставкой и двойным фитилем. Директор по продажам Дариус Игарис (он же один из создателей flat candle) рассказал, что такая свеча не капает, не коптит и не дымит, горит около трех часов и аккуратно затухает без посторонней помощи. Все это результат их собственных изысканий в поиске идеальной рецептуры воска. Коллекции свечей расписывают вручную или добавляют элементы ручной росписи. При этом каталог удивляет разнообразием дизайнов на все



случаи жизни. Были на стенде и варианты для декорирования продукции корпоративной символикой.

Множатся производители всевозможных вариаций led-свечей, самая интересная из которых была с «фитилем» из воды в виде мини-фонтанчика, что придавало искусственному свечению живой пляс пламени.

Рождественская трилогия во Франкфурте завершилась, а все ее участники уже приступили к намеченному движению в сторону рождественских и новогодних закупок будущего сезона. И как последний штрих для правильного маршрута на этой короткой дистанции: на контрасте с прозой традиционных стеллажей – творческие изыскания дизайнеров, которыми нужно лишь правильно распорядиться. GR

Дарья Балаян

ТРЕНДЫ 2019/2020

НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ ВЫСТАВКИ ИЗ ГОДА В ГОД ЯВЛЯЕТСЯ ГАЛЕРЕЯ ТРЕНДОВ ПРЕДСТОЯЩЕГО СЕЗОНА. АНЕТТА ПАЛЬМИЗАНО ИЗ ДИЗАЙНЕРСКОГО БЮРО BORA.HERKE.PALMISANO ВСЕГДА ЛИЧНО ПРЕЗЕНТУЕТ ПОДБОРКУ ПРОДУКЦИИ УЧАСТНИКОВ ВЫСТАВКИ, КОТОРАЯ ИЛЛЮСТРИРУЕТ МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ДИЗАЙНЕ, ЦВЕТЕ, ФАКТУРАХ И ФОРМАХ. ЭТО НАГЛЯДНАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ НЕСКОЛЬКИХ НАПРАВЛЕНИЙ, В СООТВЕТСТВИИ С КОТОРЫМИ РИТЕЙЛЕР МОЖЕТ СКОМПОНОВАТЬ СВОЙ АССОРТИМЕНТ В ПРЕДНОВОГОДНЕЙ ВИТРИНЕ ИЛИ СОБРАТЬ ГАРМОНИЧНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ СУВЕНИРОВ И ДЕКОРА ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО КЛИЕНТА. ПОДРОБНЕЕ О РЕКОМЕНДАЦИЯХ ДИЗАЙНЕРОВ ВЫ МОЖЕТЕ ПРОЧИТАТЬ В ПРЕДЫДУЩЕМ НОМЕРЕ GIFT REVIEW (№34/2018, СТР.16), А ТАКЖЕ РАССМОТРЕТЬ ЭКСПОЗИЦИЮ ТРЕНДОВ В ВИДЕО-ПОСТЕ НА НАШЕЙ СТРАНИЦЕ В FACEBOOK.

ЕЩЕ НЕМНОГО ИНТЕРЕСНОГО С CHRISTMASWORLD-2019



Вдохновляющий блокнот с цветными страницами
INSPIRATION BOOK M CLOUD BLUE

NUUNA (Германия)
Nuuna.com



Деревянные открытки
с объемными элементами DIY
WOOD POP UP

formes Berlin (Германия)
www.formes-shop.com





Ароматические кубики для аромаламп
Scented Cubes

Reval Candle (Эстония)
www.scentedcubes.eu



Настенный термометр-гигрометр
Comfort Meter

Kikkerland (США)
kikkerland.com

Садовая свеча в несгораемом «мешочке»
Paper Garden Collection

Pernici (Италия)
www.pernici.it



Тематические елочные игрушки с кристаллами Swarovski
Nostalgia by Christoball

Christoball Glassdecor (Германия)
www.christoball.de







DIY-набор для создания аксессуаров из пробки
CK cork sewing set

Rayher hobby (Германия)
www.rayher.com



INDECOR Moscow

Международная выставка
предметов интерьера и декора

09–12.10.2019

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



Организатор

Международная Выставочная Компания

+7 (495) 252-11-07
indecor@mvk.ru

Забронируйте стенд

indecor-moscow.ru

Реклама

«ЖИВОЙ КОРАЛЛ»-2019: ЯРКОЕ НАСТРОЕНИЕ ОТ PANTONE

Весной, как никогда, хочется добавить ярких красок в повседневную жизнь. С приходом тепла мы ожидаем буйства цвета, дерзости и беззаботности. В 2019 году нам очень повезло, ведь цветом года по версии Pantone объявлен «живой коралл». О том, какое влияние этот незаурядный оттенок окажет на рекламно-сувенирный рынок, дизайнерские решения и оформление торговых пространств, редакции GIFT Review рассказала Татьяна Алекса, основатель компании Урбаника.


Татьяна Алекса

Название американской компании Pantone («Пантон») давно стало нарицательным и вошло в обиход благодаря широкому распространению одноименной системы стандартизации подбора цвета. Каждую зиму Pantone объявляет цвет года. В 2018 году мы видели в этом качестве фиолетовый, в 2017 – зеленый, а в 2016 – розовый. В 2019 году этой чести удостоился оттенок **Living Coral PANTONE 16-1546,** что в переводе звучит как «живой коралл». Как именно выглядит этот цвет? Мы бы назвали его розовато-персиковым. Pantone описывает его как оранжевый с оттенками золотого. Хотя для многих он будет выглядеть все же больше уходящим в розовую гамму.

Pantone позиционирует «живой коралл» как цвет беззаботного счастья. По словам компании, этот оттенок символизирует нашу врожденную потребность в оптимизме и радости. Описанный как «яркий и шипучий», этот тон, как ожидается, будет доминировать в индустрии дизайна в течение всего года.

Традиция выбора цвета года зародилась не так давно – в 2000 году. Начиная с объявления ярко-синего фаворитом миллениума, Институт цвета Pantone каждый год передает пальму первенства новому оттенку, основывая свой выбор на трендах в самых разных областях – от искусства и моды до индустрии развлечений и туризма. Pantone настаивает, что цвет года – это не предсказание будущего, а отражение настоящего; не прогноз, а всего лишь наблюдение за существующими тенденциями. Несмотря на это, объявление ключе-









вого оттенка сезона не проходит незамеченным в сферах дизайна и декора, по сути, диктуя производителям, какой цвет нынче в моде. На протяжении последних двадцати лет цвет-избранник Pantone оказывает влияние на разработку и производство новых моделей товаров, на принятие решений о закупках во многих отраслях, включая моду, сувениры и подарки, предметы интерьера, упаковку, промышленный и графический дизайн.

Что это значит для нас? Обычно объявленный цвет широко используется в дизайнерских решениях ведущих мировых брендов, в их текущих товарах и предложениях. Помните, как совсем недавно все были по уши влюблены









в «розовый для миллениалов»? Мы можем благодарить за это Pantone с его «розовым кварцем», цветом года-2016.

Компании-производители платят немалые деньги, чтобы узнать трендовый цвет заранее и выпустить к началу года продукцию в соответствующей гамме. Сейчас мы видим массу подтверждений этому в коллекциях модной одежды, аксессуарах, сувенирах, новинках интерьера и декора, бижутерии и других мелочах – от цвета свечей, чехлов для айфонов и оправ солнечных очков до цвета помады, декоративных подушек и обивок диванов. На модный цвет – как и на все ультратрендовое – в первую очередь реагирует молодежь, как наиболее восприимчивая к актуальным тенденциям часть покупательской аудитории. Срабатывает эффект узнавания, ведь популярный цвет мелькает повсюду, в том числе в социальных сетях. А значит, те из нас, кто ориентирован на эту ЦА, не могут проигнорировать вердикт, объявленный компанией Pantone.

В заключение несколько практических советов о том, как наиболее выигрышно подать этот цвет, будь то витрина магазина, выкладка на полке или электронная презентация товара корпоративному клиенту.

- **Используйте предметы коралловых оттенков в качестве акцента. Цвет достаточно яркий, необычный, с позитивным зарядом, и даже небольшого его присутствия достаточно для привлечения внимания, особенно, если клиент «в теме». Другими словами, не переусердствуйте.**
- **Сочетайте коралловый цвет с теплыми, нейтральными, коричневыми или «пыльными» зеленовато-серыми оттенками.**
- **Коралловый цвет – отличное контрастное дополнение к черно-белой гамме. Такой же активный, как основные тона, он будет третьим, но не лишним.**
- **Более молодой аудитории можно предложить радикальное сочетание кораллового с бирюзовым.**

Для декорирования витрины или зала магазина достаточно добавить цвет года, перекрасив одну из стен. Товары нейтральных базовых оттенков на фоне такой стены «зазвучат» по-новому. В силу своего спектра коралловый придаст всей композиции теплоту, сработает как подсветка, что особенно актуально в начале весны. Выкраска даже небольшого куска витрины или стены торгового зала трендовым цветом – это один из самых доступных способов «просигналить» своим покупателям о модных веяниях, обратить внимание на новинки, привлечь их взгляды. А ведь, как известно, куда смотрит глаз – туда и ведут ноги. Удачных продаж с «живым кораллом» от Pantone!

В статье использованы материалы из коллекции Урбаники Весна-лето 2019 от Eightmood (Швеция), HillMill (Россия).

info@urbanika.ru

Licensing World Russia

МОСКВА КРОКУС ЭКСПО

3–5 марта 2020



МОДА & СТИЛЬ ЖИЗНИ
СПОРТ & СЕЛЕБРИТИ



ДИЗАЙН, ИСКУССТВО &
КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ



КОРПОРАТИВНЫЕ
БРЕНДЫ И АГЕНТЫ

Новый взгляд на Ваш продукт!



ПЕРСОНАЖИ, ОБРАЗЫ &
ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Здесь права на «горячие» бренды станут Вашей лучшей инвестицией!

Генеральный партнер: СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ

**ЛИЦЕНЗИОННАЯ ВЫСТАВКА №1
В РОССИИ, СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ**

www.licensingworld.ru

Реклама

Фестиваль народного искусства

ЛАДЬЯ



с 1 по 5 мая в Кисловодске

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

АССОЦИАЦИЯ "НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ РОССИИ"

Реклама



СОКОЛЬНИКИ
Конгрессно-выставочный центр

Всероссийская
ВЫСТАВКА
продажа

РУС ART Стиль

4–7 апреля 2019 г.

Москва, ЭЦ «Сокольники»
Павильон № 4.1

- Салон «Стиль и комфорт Вашего дома»
- Салон «Ваш облик»
- Салон «Подарки и украшения»
- ЭКОтенденции в образе жизни, моде и интерьере

В программе:
Модные показы и дефиле от российских дизайнеров
Выступления артистов и музыкальных коллективов
Кулинарное шоу, мастер-классы
Розыгрыши призов, конкурсы, викторины

ЭКСПО РЕСУРС выставки конференции

Организатор
ООО «Экспоресурс –
выставки и конференции»

+7(499)978-02-90
www.expo-resurs.ru
exporesurs

Реклама

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК. ВЕСНА-ЛЕТО 2019

РОССИЯ И СНГ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
04.03 – 08.03 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**ЛАДЬЯ. ВЕСЕННЯЯ ФАНТАЗИЯ** Выставка народных промыслов России: ювелирные украшения, сувениры, подарки, народное творчество	www.nkhp.ru/exhibitions/exhibition/21
12.03 – 14.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**KIDS RUSSIA** Международная специализированная выставка товаров для детей, игр и игрушек **LICENSING WORLD RUSSIA** Лицензии и бренды для потребительского рынка	www.toyrussia.ru www.licensingworld.ru
12.03 – 14.03 Москва, ВК «Гостиный Двор»	**ПОДАРКИ. HOUSEWARE EXPO. БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ. ИНДУСТРИЯ ТОРЖЕСТВА. НОВЫЙ ГОД ЭКСПО** Международные специализированные выставки подарков, посуды, товаров для дома, бижутерии, новогодней и свадебной продукции	www.gifts-expo.com
12.03 – 15.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**BATIMAT** Международная строительно-интерьерная выставка	www.batimat-rus.com
13.03 – 15.03 Украина, Киев	**RemaDays Kiev** Международная специализированная выставка рекламной индустрии	www.remadays.com.ua
19.03 – 21.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**СКРЕПКА ЭКСПО** Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров	www.skrepkaexpo.ru
19.03 – 22.03 Москва, ВЦ «ВДНХ»	**ТЕКСТИЛЬЛЕГПРОМ** Федеральная оптовая ярмарка товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности	www.textilexpo.ru
20.03 – 21.03 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**IPSA Рекламные Сувениры** Специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков и материалов для промоушн	www.ipsa.ru
27.03 – 29.03 Москва, ЦДХ	**ДИЗАЙН И РЕКЛАМА** Специализированная выставка рекламной индустрии	www.design-reklama.ru
28.03 – 31.03 Санкт-Петербург, ВК «Ленэкспо»	**ПЛАНЕТА ДЕТСТВА** Специализированная выставка товаров и услуг для детей	www.planet.expoforum.ru
28.03 – 31.03 Москва, КВЦ «Сокольники»	**КЛИНОК** Международная выставка клинковых изделий	www.exponica.ru/klinok
02.04 – 05.04 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**MosBuild** Международная выставка строительных и отделочных материалов	www.mosbuild.com
02.04 – 05.04 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**МИР СТЕКЛА** Международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудования для изготовления стекла	www.mirstekla-expo.ru
03.04 – 06.04 Украина, Киев	**МИР КАНЦЕЛЯРИИ** Специализированная выставка канцелярских товаров и принадлежностей для офиса	www.stationery-expo.com.ua
04.04 – 07.04 Москва, ЭкоЦентр «Сокольники»	**РУСАРТСТИЛЬ** Всероссийская выставка-ярмарка авторских изделий для дома и семьи	www.expo-resurs.ru
17.04 – 21.04 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**ЖАР-ПТИЦА** Фестиваль народных художественных промыслов России	www.nkhp.ru
18.04 – 19.04 Москва	**ЭФФЕКТИВНАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА** Ежегодное двухдневное практическое мероприятие для специалистов в области связей с общественностью	www.conference.image-media.ru/anonsy-konferencij/press-sluzhba-2019/konferentsiya
28.04 – 30.04 Казахстан, Алматы	**CENTRAL ASIA HOUSEWARE** Международная выставка товаров для дома	www.houseware.kz
14.05 – 16.05 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**LESHOW** Международная выставка кожи и меха	www.leshow.ru
15.05 – 17.05 Москва, ВЦ «ВДНХ»	**BUSINESS-INFORM** Международная выставка офисной и компьютерной техники	www.sforp.ru/BI2019
15.05 – 19.05 Москва, «Манеж»	**АРХ МОСКВА** Международная выставка архитектуры, строительства и дизайна	www.archmoscow.ru
16.05 – 19.05 Москва, КВЦ «Сокольники»	**ЕВРАЗИЯ-ЭКСПО: ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ** Международная выставка-ярмарка индустрии художественных промыслов России и стран Евразии	www.itb-expo.ru/ru/vystavki/mezhdunarodnaya-vystavka-evraziya-ekspo-hudojestvennye-promysly-2019
16.05 – 19.05 Москва, КВЦ «Сокольники»	**ЮВЕЛИРНЫЙ ВЕРНИСАЖ В СОКОЛЬНИКАХ** Международная выставка-продажа ювелирных изделий, бижутерии, антиквариата	www.social.jewer.ru
22.05 – 26.05 Москва, ВЦ «ВДНХ»	**JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ** Международная выставка ювелирных и часовых брендов	www.junwex-style.ru
29.05 – 31.05 Казахстан, Алматы	**CENTRAL ASIA REKLAM** Международная выставка рекламы, полиграфии, технологий и материалов	www.reklamexpo.kz
29.05 – 31.05 Казахстан, Алматы	**KAZPROMO** Международная выставка промоматериалов и рекламных сувениров	www.kazpromo.kz

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
18.06 – 20.06 Москва, ЦВК «Экспоцентр»	**CHINA COMMODITY FAIR** Национальная китайская выставка качественных потребительских товаров	www.chinacommodityfair.ru
18.06 – 21.06 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**PRINTECH** Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства	www.printech-expo.ru
20.06 – 21.06 Москва	**SOCIAL MEDIA FEST** Международная специализированная конференция по PR и маркетингу в социальных сетях	www.conference.image-media.ru/anonsy-konferencij/social-media/marketing-v-sotsialnyh-setyah
20.06 – 23.06 Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	**ROSUPACK** Международная выставка упаковочной индустрии	www.rosupack.com

В МИРЕ

Даты и место проведения	Название, описание	Контакты
02.03 – 05.03 США, Чикаго	**INTERNATIONAL HOME & HOUSEWARES SHOW** Международная специализированная выставка посуды и товаров для дома	www.housewares.org/show
02.03 – 10.03 Италия, Турин	**EXPOCASA** Международная выставка аксессуаров для дома, предметов интерьера, мебели и декора	www.expocasa.it
05.03 – 08.03 Китай, Шанхай	**SHANGHAI AD & SIGN EXPO** Международная выставка рекламной, печатной продукции и технологий	www.apppexpo.com/lang/en
09.03 – 11.03 Германия, Лейпциг	**CADEAUX Leipzig** Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.cadeaux-leipzig.de
20.03 Германия, Бонн	**HAPTICA® live** Международная специализированная выставка сувенирной продукции и материалов для промоушн	www.haptica-live.de
20.03 – 22.03 Италия, Милан	**PROMOTION EXPO** Выставка промопродукции, сувениров, интерактивных рекламных систем	www.promotionexpo.it
29.03 – 01.04 Турция, Стамбул	**IDEAL HOMEX** Международная специализированная выставка подарков и товаров для дома	www.idealhomefuari.com
09.04 – 11.04 Чехия, Прага	**REKLAMA, POLYGRAF, OBALY** Международная выставка маркетинга, рекламы, полиграфии, упаковки и инновационных технологий	www.reklama-fair.cz
15.04 – 19.04 (I этап) **23.04 – 27.04** (II этап) **01.05 – 05.05** (III этап) Китай, Гуанчжоу	**CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR (CANTON FAIR)** Кантонская ярмарка: 119-я международная выставка товаров народного потребления	www.cantonfair.org.cn/russian
16.04 – 18.04 Индия, Дели	**HOME EXPO INDIA** Международная специализированная выставка товаров для дома	www.epch.in
18.04 – 21.04 Вьетнам, Ханой	**LIFESTYLE VIETNAM** Международная специализированная выставка домашнего декора, деревянных изделий и подарков	www.lifestyle-vietnam.com/ru
18.04 – 21.04 Тайвань, Тайпей	**GIFTIONERY TAIPEI** Международная выставка подарков	www.giftionery.net
20.04 – 23.04 Гонконг	**HONG KONG HOUSEWARE FAIR** Крупнейшая в Азии международная специализированная выставка товаров для дома	www.hktdc.com/fair/hkhousewarefair-en
25.04 – 27.04 Филиппины, Манила	**MANILA F.A.M.E.** Международная специализированная выставка предметов интерьера, товаров для дома, сувенирной продукции, аксессуаров, бижутерии и ювелирных изделий	www.manilafame.com
25.04 - 28.04 Китай, Шэньчжэнь	**GIFTS & HOME CHINA** Международная специализированная выставка домашней утвари, товаров для отдыха и подарков	www.chinagiftsfair.com
27.04 – 30.04 Гонконг	**HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR** Международная выставка подарков и сувенирной продукции	www.hktdc.com/fair/hkgiftspremiumfair-en
17.05 – 20.05 Италия, Милан	**CHIBIMART** Выставка-продажа ювелирных изделий, предметов искусства и ремесленных товаров	www.chibimart.it
17.06 – 18.06 Новая Зеландия, Крайстчерч	**NZ GIFT & HOMEWARE FAIR** Международная специализированная выставка подарков и сувениров	www.giftfairs.co.nz
21.06 –22.06 Франция, Париж	**PACK & GIFT** Международная выставка подарков и упаковки	www.packandgift.com
29.06 – 01.07 Германия, Франкфурт-на-Майне	**TENDENCE** Международная выставка подарков и товаров для дома	www.tendence.messefrankfurt.com
24.07 – 26.07 Малайзия, Куала-Лумпур	**MALAYSIA GIFTS FAIR** Международная ярмарка подарков, элитных сувениров и корпоративных наград	www.kligp.com.my
03.08 – 07.08 Австралия, Мельбурн	**REED GIFT FAIRS MELBOURNE** Международная специализированная выставка подарков и сувениров	www.reedgiftfairs.com.au

СКРЕПКА ЭКСПО

5 СПОСОБОВ ЗАРАБОТАТЬ БОЛЬШЕ!

НА РЫНКЕ КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ И ШКОЛЫ, ХОББИ И ТВОРЧЕСТВА, СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ОТРАСЛИ.

27 МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

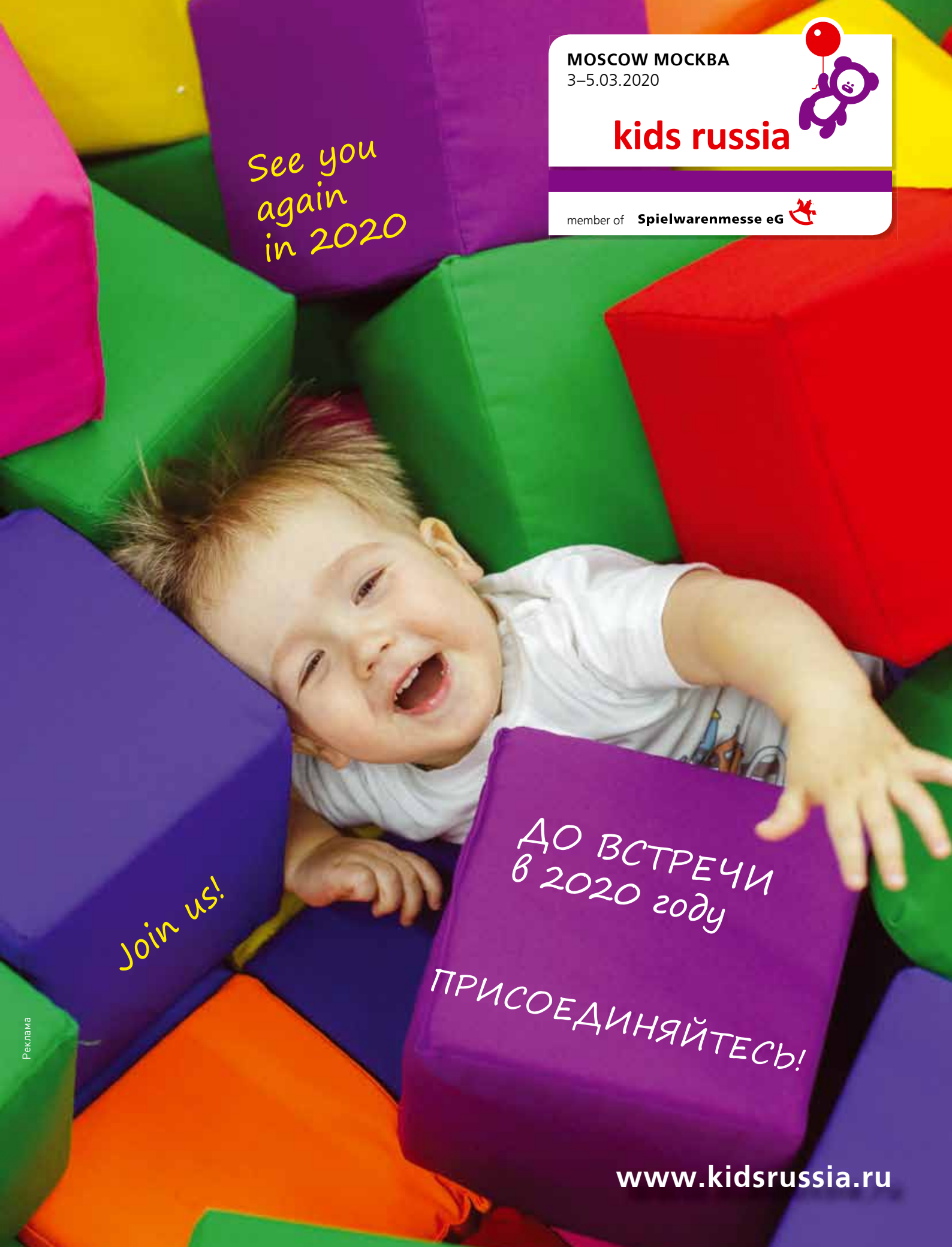
3–5 марта 2020

Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо, павильон 3, зал 15



Реклама

expo@apkor.ru • +7 (495) 648 9138 • www.skrepkaexpo.ru


MOSCOW МОСКВА
3–5.03.2020
kids russia
member of Spielwarenmesse eG
See you again in 2020
Join us!
ДО ВСТРЕЧИ В 2020 ГОДУ
ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!
www.kidsrussia.ru

Реклама



Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке:

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

АКАР АССОЦИАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ РОССИИ

Под патронатом:

ТПП РФ

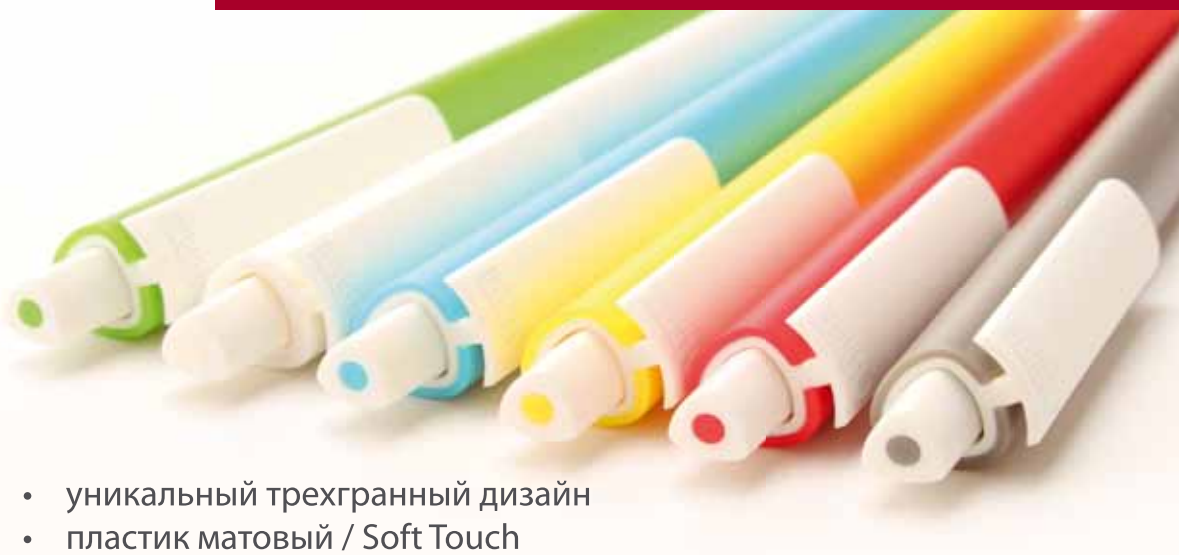
www.reklama-expo.ru

12+

Реклама

IMAGE Collection
www.imagecollection.ru

ТРЕХГРАННАЯ РУЧКА DELTA





- уникальный трехгранный дизайн
- пластик матовый / Soft Touch
- любые варианты сочетания цветов в деталях ручки
- огромные возможности для брендирования
- стержень длительного письма

СДЕЛАНО В ИТАЛИИ
www.imagecollection.it

KACO НОВЫЙ МОДНЫЙ БРЕНД





бизнес-блокноты
бизнес-папки
бизнес-портмоне
рюкзаки
сумки
ручки







ООО «РПК «Пи-Ай-Ви» • www.p-i-v.ru • www.kaco-russia.ru • тел.: +7 (495) 225-995-3

Реклама