



ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ GIFT REVIEW

№ 39/2020

www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА

Всё лучшее – детям: подарки для детей сотрудников

АКТУАЛЬНО

Эко- и псевдозкосувениры – разбираемся вместе

БЛИЦ-ОПРОС

Поствирусная эпоха: как пандемия повлияла на сувенирную индустрию

ВЫСТАВКИ

Christmasworld 2021: Рождество все равно состоится!



CARAN D'ACHE

Genève



CLAIM YOUR STYLE

Limited Edition™

 SWISS MADE

merlion

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



VICTORINOX



Реклама

merlion

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



ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ОРИГИНАЛЬНЫХ ШВЕЙЦАРСКИХ АРМЕЙСКИХ НОЖЕЙ | ГОД ОСНОВАНИЯ 1884



MOLESKINE®

PIQUADRO

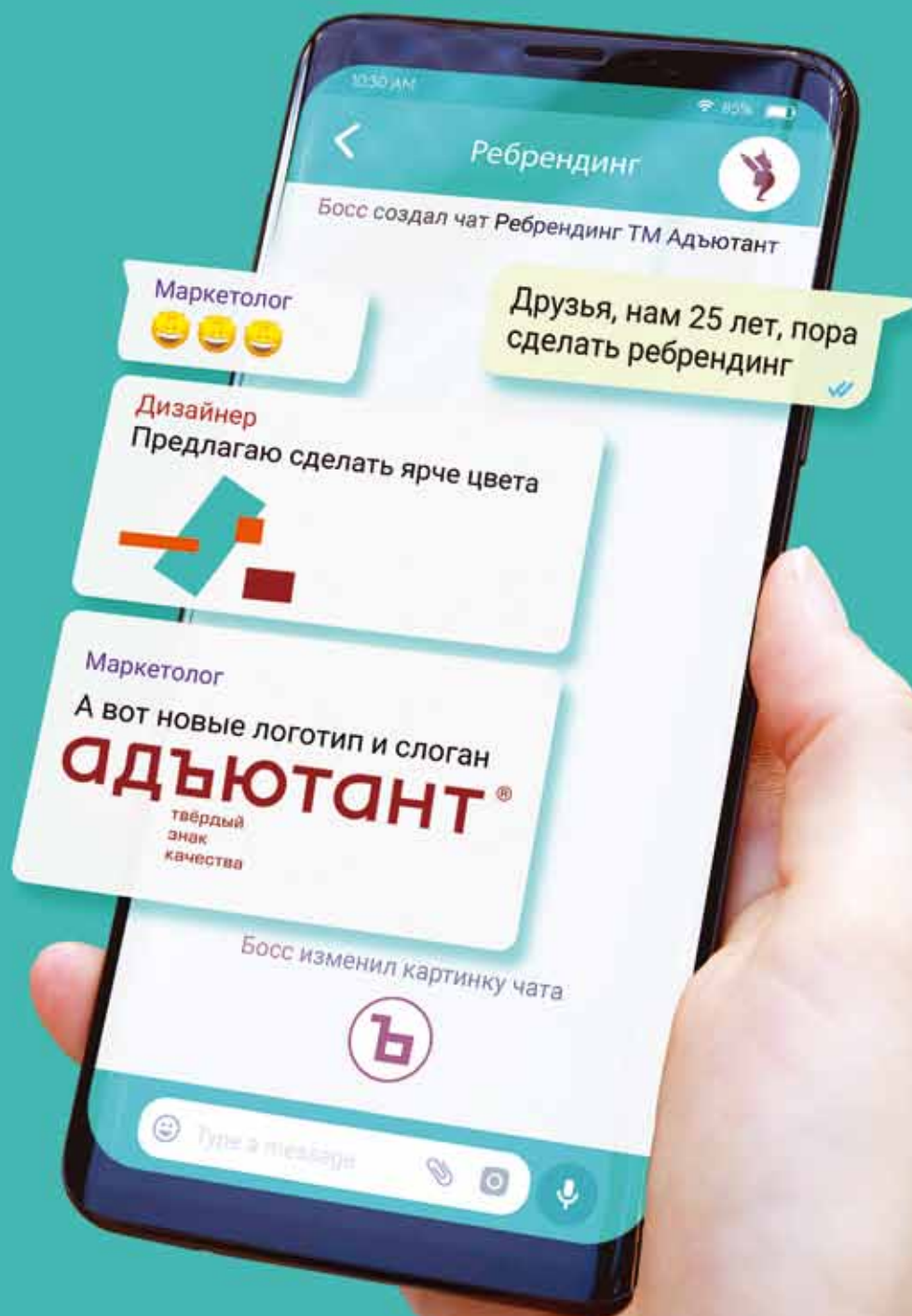


Реклама * Один день в Милане

merlion

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

ХИТЫ 2021



АДЬЮТАНТ®
твёрдый
знак
качества



Петля для ручки

Карман для телефона



Карман для визиток

Директор производства

Не забудьте рассказать о новом производстве: **7500 м²**, самое крупное и высокотехнологичное в стране, абсолютный контроль качества!



И о нашей новой коллекции 2021 года! Там столько интересного!

Директор по развитию дилерской сети

О системе поддержки менеджеров наших дилеров, которую мы вводим с нынешнего сезона! И о том, что первый шаг к тому, чтобы стать нашим дилером — написать на dealer@adjutant.ru

Босс

Все же помнят, что мы снизили цену на ряд позиций в разделе **Деловая галантерея**?

Где же об этом рассказать, чтобы все узнали? 😊
О, в журнале **Gift Review**!

iLUXE
DESIGN BY ITALY

iLUXE

iLUXE

iLUXE

iLUXE
DESIGN BY ITALY

ПРЕМИАЛЬНЫЕ
ПОДАРОЧНЫЕ
НАБОРЫ СОМЕЛЬЕ

ВНИМАНИЕ
К МЕЛОЧАМ
РОЖДАЕТ
СОВЕРШЕНСТВО,
А ВОТ СОВЕРШЕНСТВО
УЖЕ
НЕ МЕЛОЧЬ!
© ИЛ Микеланджело Буонарроти



iLUXE



iLUXESHOP.RU

- 7** НОВИНКА / АКТУАЛЬНО
- 8** ВЫСТАВКИ
CHRISTMASWORLD 2021:
РОЖДЕСТВО ВСЕ РАВНО
СОСТОИТСЯ!
- 14** VIP-ПОДАРКИ
VIP-АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА
ОТ DR.VRANJES FIRENZE
- 15** VIP-ПОДАРКИ
ILUXE PRESTIGE –
ДЛЯ ТЕХ, КТО ДЕЙСТВИ-
ТЕЛЬНО ВАЖЕН
- 16** БРЕНДЫ
КЛАССИКА И
СОВРЕМЕННОСТЬ
ОТ MERLION
- 18** VIP-ПОДАРКИ
KP-KEY TO PERFECT –
VIP-ПОДАРКИ ДЛЯ
МУЖЧИН И НЕ ТОЛЬКО
- 19** БРЕНДЫ
ALLWALLETS –
УМНЫЕ АКСЕССУАРЫ ДЛЯ
УМНЫХ ЛЮДЕЙ
- 20** БРЕНДЫ
ЗОНТЫ BLUNT™–
ДАРИТЕ НАДЕЖНОСТЬ
И ЗАБОТУ
- 22** БРЕНДЫ
PIQUADRO: ПОКАЖИ МНЕ СВОЮ
СУМКУ, И Я СКАЖУ – КТО ТЫ
- 23** БРЕНДЫ
VICTORINOX – ПОДАРОК
НА ВСЕ ВРЕМЕНА
- 24** СЕГМЕНТ
БРЕНДИРОВАННАЯ ИГРА В
ЛОГИСТИКУ «КРОССДОК»
- 25** СПОРТИВНЫЕ СУВЕНИРЫ
ПОДАРКИ ОТ ROCK' N' RETRO –
ДЛЯ СИЛЬНЫХ ДУХОМ ЛЮДЕЙ
- 28** БИЗНЕС-КАНЦЕЛЯРИЯ
НОВОЕ И ЛУЧШЕЕ
ОТ «НОРГИС ПРЕСС»
- 30** СЕГМЕНТ
«ЭКОНОМИКУС» – ИГРЫ
ДЛЯ БИЗНЕСА
- 32** БРЕНДЫ
АДЪЮТАНТ® – 25 ЛЕТ
ЛИДЕРСТВА НА РЫНКЕ
- 34** ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА
ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ DARSY
VOX – С ЗАБОТОЙ О БИЗНЕСЕ
- 35** ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА
АМБАССАДОР.
ПРОФЕССИЯ – УДИВЛЯТЬ
- 36** ПРОИЗВОДСТВО
ИДЕИ КОРПОРАТИВНЫХ
ПОДАРОКОВ ОТ АРТ-СТУДИИ
«КЛАССИК»
- 38** VIP-ПОДАРКИ
ДРАГОЦЕННЫЕ ПОДАРКИ
ОТ ООО «ДРАГИНВЕСТ»
- 40** ПОСТАВЩИК
«ТОПКАТАЛОГ»: ЧЕРЕЗ
ТЕРНИИ К ЗВЕЗДАМ
- 44** СЕГМЕНТ
PLAYWORK: ДАРИТЕ ЭМОЦИИ!
- 46** ВЫБОР РЕДАКЦИИ
В НОВЫЙ ГОД
С НОВЫМИ ПОДАРКАМИ!
- 48** ДЕТСКИЕ ПОДАРКИ
«МИР ДЕТСТВА» – КОРПОРАТИВНЫЕ
СУВЕНИРЫ ОТ 0 ДО 100+
- 50** ТЕМА НОМЕРА
ВСЁ ЛУЧШЕЕ – ДЕТЯМ: ПОДАРКИ
ДЛЯ ДЕТЕЙ СОТРУДНИКОВ
- 58** БЛИЦ-ОПРОС
ПОСТВИРУСНАЯ ЭПОХА: КАК
ПАНДЕМИЯ ПОВЛИЯЛА НА
СУВЕНИРНУЮ ИНДУСТРИЮ
- 60** АКТУАЛЬНО
ЭКО- И ПСЕВДОЭКОСУВЕНИРЫ –
РАЗБИРАЕМСЯ ВМЕСТЕ
- 66** ВЫСТАВКИ
SUMMER SOURCING WEEKS – НОВЫЙ
ФОРМАТ, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

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
№ 39/2020
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.

СБОРНЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ МОДЕЛИ, РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И ИГРУШКИ, ГОЛОВОЛОМКИ

Постоянно в ассортименте
более 1200 моделей:
архитектура, животные,
техника, пазлы, доски
Сегена, шнуровки,
цветные модели

ИП Чернусь Георгий Владимирович
+7 (495) 542-01-21
info@vga-int.ru www.vga-int.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



НОВИНКА!

**СТЕКЛЯННЫЕ БУТЫЛИ
С БУГЕЛЬНОЙ ПРОБКОЙ
В КОЖАНЫХ ЧЕХЛАХ**



Возможно
изготовление
с вашим
логотипом!

www.akso.su
+7-83-171-524-00
info@akso.su




Новогодняя полиграфия!

открытки
конверты
календари
пакеты
и сувениры...



mural®
DESIGN & PRINTING
info@mural.ru www.mural.ru

@mural.ru @mural.design.print +7(903) 720-96-06 +7(495) 720-96-06

CHRISTMASWORLD 2021: РОЖДЕСТВО ВСЕ РАВНО СОСТОИТСЯ!

С 29 января по 2 февраля 2021 года во Франкфурте-на-Майне в очередной раз пройдет крупнейшая мировая выставка рождественской и декоративной продукции Christmasworld. Площадка традиционно считается трендсеттером отрасли, представляя многообещающие новинки и бестселлеры для всех праздничных мероприятий года.

В БУДУЩЕЕ – ВМЕСТЕ

Несмотря на пандемию коронавируса более 670 экспонентов подтвердили свое участие в Christmasworld 2021. Таким образом, около 90% выставочных площадей уже забронировано. По мнению организаторов, это подтверждает, что рынок потребительских товаров оптимистично настроен невзирая на кризис. «Безусловно, сейчас почти все компании перешли в онлайн, это вопрос выживания. Но когда жизнь снова придет в норму, офлайн-торговля будет все так же востребована. Участники и посетители нашего мероприятия, как и всегда, смогут получить вдохновение и новые идеи, наладить полезные контакты и опробовать уникальный формат «опыт в точке продаж». Мы должны работать сообща, чтобы найти пути выхода из крайне непростой экономической ситуации, сложившейся во всем мире. Но несмотря ни на что, Рождество все равно состоится!» – говорит Ева Ольбрих, директор выставки.

АКТУАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЗАЩИТЫ И ГИГИЕНЫ

Для b2b-рынка особенно важны переговоры, установление личных контактов и демонстрация образцов продукции «вживую». Поэтому эти моменты являются ключевыми при организации отраслевых выставок. Messe Frankfurt разработала систему организационных, гигиенических и медицинских мер для обеспечения безопасного общения экспонентов и гостей. В соответствии с новыми правилами стенды на Christmasworld и параллельно проходящих Paperworld и Creativeworld должны иметь адаптированную конструкцию и минимальную площадь 18 кв.м для обеспечения социальной дистанции в 1,5 метра. Проходы для двухстороннего движения посетителей будут расширены до 5 метров. Конференц-зоны оборудуют специальными столами с увеличенным расстоянием между сиденьями или прозрачными перегородками. Кроме того, во всех залах установят санитайзеры, а поверхности витрин, прилавков и ресепшн будут регулярно



christmasworld

Seasonal Decoration at its best*

29.1–2.2.2021

It's
time for
business!



Реклама

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

Укрепите свой успех и откройте для себя современные тенденции и лучших экспонентов сезонного и праздничного декора.

Заказать билет прямо сейчас:
christmasworld.messefrankfurt.com

 messe frankfurt

* Сезонные украшения во всем своем великолепии и многообразии. ** Время для бизнеса.



дезинфицироваться. Вентиляция помещений также будет улучшена, что обеспечит подачу свежего воздуха три-пять раз в час. И конечно, на всей территории выставки обязательно ношение защитных масок.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ – НОВЫЕ ТРЕНДЫ

28 июля 2020 года состоялся бесплатный веб-семинар Christmasworld в сотрудничестве с компанией Fashion Snoops, в котором приняли участие более 480 человек. Ведущие эксперты индустрии праздничного декора и команда Home + Interiors из Fashion Snoops обсудили влияние пандемии COVID-19 на рождественский рынок и связанные с ним традиции.


Участники мероприятия сошлись во мнении, что темы устойчивого развития, солидарности и социальной ответственности будут играть важную роль в предстоящем сезоне. Во время всемирного карантина люди сосредоточились на том, что им действительно важно: проводили время с семьей, занимались хобби, ремонтом, уборкой, кулинарией. Поэтому основной тренд рождественского сезона 2021/22 называется «Семейные дела». Центральное место здесь занимает личное общение, которое виртуальный мир никогда не сможет заменить в полной мере.

«Рождество традиционно проводится в кругу семьи. Однако в этом году, учитывая пандемию и ограниченные возможности для путешествий, мы столкнулись с абсолютно непривычной ситуацией. Но я уверен, что это лишь придаст новый импульс рынку праздничных товаров. Например, гораздо большее внимание будет уделяться декору интерьера», – рассуждает управляющий директор компании Weihnachtsland Хельмут Шмидт.

По мнению Паскаля Кёлемана, сооснователя студии 2deziq, «следующее Рождество будет отмечаться в более творческом и камерном духе». Непременными атрибутами праздника станут самодельные украшения, винтажный декор или елка, сделанная из подручных материалов. Залог атмосферы волшебства – необычные сочетания и изысканные детали.

Что касается покупательского поведения, в моде по-прежнему разумное потребление, экологичность и zero waste («ноль отходов»). По словам организаторов выставки, исключительной популярностью пользуются живые растения и цветы, а спрос на натуральные рождественские елки уже вырос более чем на 30% по сравнению с прошлым годом.

Тренд-шоу праздничного сезона 2021/22 также будет посвящено темам семьи, теплого родственного общения, экологическим и природным мотивам. Основные направления: «вдумчивый подход» (contemplative approach) – простая, спокойная, минималистичная схема дизайна обращается к идее осознанного потребления и экотренда; «фамильные реликвии» (heirloom feelings) – преобладание изящных, поэтических, ностальгических деталей в интерьере и декоре; «живой отклик» (spirited response) – стиль, использующий смелые, яркие, неожиданные решения.

Christmasworld вновь открывает свои двери для тех, кто ищет новые идеи и с надеждой смотрит в будущее! 

www.christmasworld.messefrankfurt.com

Фото: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Pietro Suteria

BAGO
home

ЧИСТЫЙ АРОМАТ

Ароматический диффузор «Граздничный город» новогодней коллекции от BAGO home станет отличным подарком! Дополнительная скидка читателям по промокоду GIFT оптом и в розницу.
domsveche.ru • 8 (495) 749 2524 • 8 (800) 50 6271





МСП

www.mospresents.ru



VIP-АРОМАТЫ ДЛЯ ДОМА ОТ DR.VRANJES FIRENZE

С 1983 года доктор Паоло Враньез при постоянной поддержке своей супруги Анны-Марии вдохновлял и предвосхищал тренды, создавая авангардные предметы декора и изысканные парфюмерные композиции для дома. В этой статье мы познакомим вас с коллекцией флорентийских ароматов 2020 года, которые станут прекрасным корпоративным подарком для VIP-клиентов или топ-менеджеров.



Паоло Враньез с супругой Анной-Марией

На российском рынке официальным представителем Dr.Vranjes Firenze является компания «Аромат Дома». За 7 лет ей удалось сделать бренд абсолютным лидером в категории премиальной домашней парфюмерии. Широкая палитра из 28 ароматов доступна в культовых диффузорах, изящных наборах, а также в оригинальных декоративных свечах, спреях и каталитических лампах. Таким образом, есть возможность выбрать идеальный ароматический декор для каждого типа комнаты в зависимости от личного вкуса, времени года, пространства и освещения. С полным ассортиментом роскошных подарочных наборов можно ознакомиться на сайте

www.aromatdoma.com

КОЛЛЕКЦИЯ ПОДАРКОВ 2020 ГОДА

ИЗЫСКАННЫЕ УЗНАВАЕМЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ



Диффузор 500 мл в подарочной красной коробке с металлическим украшением-подвеской «Звезда Флоренции».

13 200 руб.

Подарочный набор из трех свечей по 80 г.

14 000 руб.



Набор со свечой 80 г и роскошным кремом для рук с ароматом Rosso Nobile.

6 650 руб.



Подарочный набор с диффузором 250 мл и рефиллом 150 мл.

от 8 200 руб.

«Аромат Дома»

8 (499) 403-30-84 www.aromatdoma.com

ПОДАРОЧНЫЙ НАБОР СОМЕЛЬЕ iLUXE PRESTIGE – ДЛЯ ТЕХ, КТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖЕН

Ищете бизнес-подарок для ключевых партнеров или топ-менеджеров? Нужно выбрать нечто уникальное для тех, кого сложно удивить? Сувенир должен быть ультрамодным и при этом функциональным? Решение есть! Набор сомелье iLUXE Prestige специально разработан для самых искушенных и значимых получателей.

Помимо стильного электроштопора, который за считанные секунды без труда откупорит бутылку вина, набор сомелье iLUXE Prestige укомплектован резаком, аккуратно и чисто удаляющим фольгу с горлышка одним движением руки. Кроме того, в набор входит аэратор, моментально насыщающий вино кислородом, и вакуумная пробка, которая позволяет плотно закрыть начатую бутылку вина, тем самым продлив срок хранения любимого напитка.

Премиальное исполнение упаковочных материалов, коробка-шкатулка ручной работы в строгом стиле, подчеркивающий статус ложемент и фирменный шубер позволяют набору сомелье iLUXE Prestige произвести впечатление на будущего владельца уже в момент вручения.

5 ПРИЧИН ВЫБРАТЬ ДЛЯ БИЗНЕС-ПОДАРОКА НАБОР СОМЕЛЬЕ iLUXE PRESTIGE

1. Оригинально и стильно. Такой презент точно создаст особое настроение и запомнится надолго. iLUXE Prestige отличается лаконичным итальянским дизайном, поэтому электроштопор и аксессуары станут украшением любого интерьера.



2. Полезно и функционально. В каждом доме периодически принимают гостей. А поскольку вино является неизменным атрибутом праздничного застолья, будьте уверены, что ваш подарок не станет пылиться на полке.



3. Технологично. Некоторые скажут, что электроштопор – вещь ненужная, ведь можно откупорить бутылку вина обычным штопором, вилкой, ножом или чем-то другим. Действительно, можно. Но прогресс не стоит на месте, и различная бытовая техника прочно вошла в нашу жизнь. Вручив в подарок набор сомелье iLUXE Prestige, вы подарите инновационное решение, подчеркнув современный и утонченный вкус будущего владельца.



4. Широкие возможности брендинга. Нанесите логотип на коробку, шубер, сам электроштопор или закажите нанесение вашего поздравления на внутреннюю часть коробки. Использование набора iLUXE Prestige удобно и практично, поэтому он станет незаменимым помощником, напоминая о вас и повышая лояльность к вашему бренду.



5. Признан профессионалами. Набор iLUXE Prestige стал призером голосования за лучший бизнес-подарок, проведенного в рамках международной выставки промпродукции IPSA 2020.

iLUXE
8 (812) 997-88-80 info@iluxeshop.ru www.iluxeshop.ru

КЛАССИКА И СОВРЕМЕННОСТЬ ОТ MERLION

Использовать современные технологии, отвечающие последним тенденциям, и при этом оставаться верными своему непревзойденному стилю – задача не из простых. Однако всемирно известные бренды Moleskine и Caran d’Ache справляются с ней безупречно, полностью оправдывая лидерство в сегментах подарочной канцелярии и премиальных пишущих инструментов.

ПОДАРКИ ОТ MOLESKINE – УМНЫЕ И КРАСИВЫЕ

Moleskine гармонично сочетает классику и современность, используя смарт-устройства вместе с привычными блокнотами и ежедневниками из бумаги, объединяя инновационные девайсы с приятным шуршанием страниц. Неслучайно представители творческих профессий ведут дневники и делают заметки в блокнотах и скетчбуках, а журналисты всегда дублируют записи на бумаге, даже если работают диктофон и камера.

Согласно этим принципам был создан набор мгновенного доступа **Smart Writing Ellipse**, в который входят умная ручка **Pen+ Ellipse** и блокнот в линейку **Paper Tablet**, повторяющий форму планшета, со страницами из особой бумаги с технологией Ncoded. При помощи приложения **Moleskine Notes** эти интеллектуальные средства умеют перемещать рукописные записи на экран любого гаджета в реальном времени. Для этого нужно просто написать что-нибудь на страницах бумажного планшета умной ручкой **Pen+ Ellipse**. Записи будут мгновенно оцифрованы, после чего их можно редактировать, переводить, упорядочивать и передавать на любое устройство. Ручка **Pen+ Ellipse** прикрепляется к обложке планшета, чтобы быть наготове, когда нужно записать ключевые моменты на совещании, идеи во время мозгового штурма или сделать любые другие заметки. Набор **Smart Writing Ellipse** мгновенно создает готовую к работе электронную копию каждой страницы, а значит, ваши заметки и рисунки получают все преимущества безграничного цифрового творчества.



Набор **Smart Writing Ellipse** – это часть большой системы **Moleskine Smart Writing**. Он совместим со всеми блокнотами серии **M+**, а также умными ежедневниками



и планировщиками **Smart Diary/Planner**. Moleskine предлагает разнообразные размеры, цвета и типы линовок страниц, а также широкий ассортимент аксессуаров. Приложение **Moleskine Notes** можно бесплатно скачать в App Store, Google Play и Windows Store.

Если же говорить о классических коллекциях итальянского бренда, знаменитые записные книжки Moleskine вряд ли смогут уступить кому-либо в своей практичности. Эти удобные блокноты помогают эффективно работать как в офисе, так и дома. Можно держать под контролем важные проекты и задачи, творческие идеи и планы, а также хранить чеки и визитки в расширяющемся заднем кармашке. Продуманный дизайн и разнообразная цветовая гамма обложек делают записные книжки Moleskine универсальным подарком.

Сумки и рюкзаки из ассортимента итальянского бренда, разумеется, также не стали исключением. Элегантные, классические и в то же время современные, эти аксессуары имитируют дизайн легендарной записной книжки Moleskine. Их функциональность, непревзойденное качество и стиль однозначно оценят активные люди с хорошим вкусом. Несколько карманов позволяют упорядочить хранение инструментов для работы и творчества, а специальное отделение My Moleskine notes предназна-



чено для хранения самых ценных записей. Органайзеры и держатели для ручек и визиток, отделения на молнии, мягкие регулируемые ремни и эргономичная спинка – здесь предусмотрено буквально все. Небольшой вес аксессуаров идеально подходит для долгих прогулок и путешествий. Неслучайно Moleskine называет свои рюкзаки незаменимым атрибутом городских «бродяг» и творческих странников.

НОВИНКА ОТ CARAN D'ACHE – 849 CLAIM YOUR STYLE EDITION-2

Успех первого издания коллекции ручек **Claim Your Style** бренда Caran d'Ache обеспечил ожидаемый второй выпуск. Шесть новых моделей представлены в оригинальных трендовых комбинациях цветов корпуса, еще более ярких и дерзких, чем раньше.

Каждая шариковая ручка демонстрирует цветные клипы и кнопки и отличается индивидуальным дизайном и неповторимым стилем. Коллекция выполнена в легком и прочном алюминиевом корпусе, покрытом атласным лаком, и представлена в шести расцветках: Cobalt Blue – темно-синий с красным клипом и фиолетовой кнопкой, Veronese Green – зеленый с темно-синим клипом и красной кнопкой, Hibiscus Pink – розовый с голубым клипом и глянцевой черной кнопкой, Canary Yellow – желтый с



оранжевым клипом и медной кнопкой, Burgundy – бордовый с глянцевыми черным клипом и темно-синей кнопкой, Bluish Pale – голубой с зеленым клипом и светло-розовой кнопкой. Клипы и кнопки на всех моделях также лакированные.

Лимитированная коллекция **849 Claim your Style Edition-2** в очередной раз доказывает, что присущий Caran d'Ache дух инноваций может преодолеть любые технические сложности.



Эксклюзивный дистрибьютор Moleskine и Caran d'Ache в России
MERLION

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

КР-KEY TO PERFECT – VIP-ПОДАРКИ ДЛЯ МУЖЧИН И НЕ ТОЛЬКО

Компания **КР - Key to Perfect** специализируется на персонализации и индивидуальных предпочтениях клиента в области премиальных аксессуаров. Собственное производство и команда мастеров позволяют предложить лучшие цены и качество. Логотип вашей компании из золота на карбоне, таблички на дверь кабинета, чехлы на телефон с персональным дизайном, твердый парфюм в карбоновом кейсе, VIP-визитки – все это выделит вас среди миллионов других.



Напишите нам, и мы создадим персональный шедевр именно для вас!

КР - Key to Perfect: VIP-подарки для мужчин и не только
8 (963) 444-55-53 info@kp-man.com www.kp-man.com

ALLWALLETS – УМНЫЕ АКСЕССУАРЫ ДЛЯ УМНЫХ ЛЮДЕЙ

Уже более 16 лет французский бренд OGON удивляет своими инновационными изделиями покупателей во всем мире. Компания произвела настоящую революцию в индустрии аксессуаров, выпустив первый дизайнерский кошелек из алюминия.

Алюминиевые кошельки быстро стали бестселлерами и оказались чрезвычайно популярными в качестве корпоративных подарков, так как их металлическая поверхность идеальна для брендинга. Все модели имеют **RFID Protection** – сертифицированную защиту пластиковых карт от считывания и кражи информации.



STOCKHOLM

QUILTED



INNOVATION

CARBON



LEATHER



AllWallets – официальный дистрибьютор бренда OGON на территории России
8 (499) 112-08-20 sales@allwallets.ru www.allwallets.ru

ЗОНТЫ BLUNT™ – ДАРИТЕ НАДЕЖНОСТЬ И ЗАБОТУ

Впереди осень, пора дождей и ненастья... Обычно в такую пасмурную погоду мы хандрим и с неохотой выходим из дома. Однако именно осенью начинается высокий сезон в промоиндустрии, когда особенно необходимо напомнить о себе деловым партнерам с помощью полезного и стильного бизнес-сувенира. Наш собеседник Андрей Елов, директор российского представительства компании BLUNT™, смог доказать, что лучший корпоративный подарок в непогоду – зонт BLUNT™, оригинальный и сверхнадежный аксессуар, которому не страшны ливень и даже шторм.



Андрей Елов

GIFT Review: Пожалуйста, расскажите немного о становлении компании. Почему была выбрана именно эта продукция?

Андрей Елов: Это достаточно интересная история. В 1999 году инженер-конструктор Грейг Бребнер вышел из дома в час пик, и как только начался ливень с порывами сильного ветра, множество зонтов нацелилось ему в лицо сотнями острых спиц, причем одна из них едва не лишила его глаза. Вернувшись домой, Грейг решил придумать зонт, способный защитить человека от любой непогоды и при этом безопасный для окружающих. Будучи инженером, он хотел создать продукт, превосходящий по своим качествам все имеющиеся на

рынке – удобный и способный выдерживать сильнейшие порывы ветра. Дизайнер же в нем требовал элегантности и стиля. Так, спустя несколько лет в Новой Зеландии появилась компания BLUNT™ Umbrellas, которая полностью переосмыслила концепцию такого привычного аксессуара, как зонт. В настоящий момент это мировой бренд, популярность которого растет с каждым годом.



GR: Действительно, захватывающая история! А каковы успехи компании в России?

А.Е.: Бренд BLUNT™ присутствует на российском рынке с 2013 года. За это время мы смогли завоевать сердца более 40 тысяч розничных клиентов и наладить партнерские отношения с крупными заказчиками и рекламными агентствами. Мы уверены в качестве нашей продукции, и поэтому на каж-



дый проданный зонт действует мировая гарантия 2 года.

GR: Чем же зонты BLUNT™ отличаются от своих обычных «собратьев»?

А.Е.: Уникальность зонта BLUNT™ заключается в особом натяжении купола, а также его аэродинамическом дизайне. Сочетание этих особенностей делает зонт более прочным, благодаря чему он легко выдерживает любые порывы ветра. В нем нет острых спиц и слабых мест. Запатентованная конструкция включает двойные распорки, помогающие куполу сохранить форму даже в штормовой ветер; плавающие спицы из технологичного фиброгласса, которые не рвут ткань и выдвигаются подобно трубе телескопа; фирменные наконечники на краях спиц, которые раскрываются в собственных чехлах и обеспечивают оптимальное натяжение купола по всей окружности зонта.


GR: Какие виды товара вы предлагаете?

А.Е.: В модельном ряду две складные модели и восемь видов тростей различного размера – легкие женс-



кие, классические мужские, большие однотонные и спортивные. Стандартная цветовая палитра – от трех до девяти цветов. Периодически выпускаются лимитированные коллекции, которые зачастую успешно реализуются еще до приезда в Россию по предварительным заказам.

GR: Почему зонт BLUNT™ – это хороший бизнес-подарок?

А.Е.: Надежность зонта BLUNT™ олицетворяет надежность компании, которая его дарит. Кроме того, оригинальный и практичный зонт – это символ заботы и уважения к адресату. А стильная подарочная упаковка лишь подчеркивает это. Для небольших заказов мы предлагаем оперативное нанесение логотипа на купол, чехол или фирменный тубус. Если речь идет о более крупном заказе (500 и более штук), мы можем сделать полностью индивидуальный продукт, учитывая все потребности клиента. Нам очень хочется донести до потребителя ключевую идею, что с зонтами BLUNT™ можно полюбить любую погоду, даже дождь! 

BLUNT™

www.bluntumbrellas.ru

8 (495) 540-52-30, 8 (800) 500-64-16. info@bluntumbrellas.ru

28

МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

СКРЕПКА ЭКСПО

10-12 ФЕВРАЛЯ 2021

ищите нас в социальных сетях:

  @skrepkaexpo

БОЛЕЕ **12680**
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

95% СЧИТАЮТ ВЫСТАВКУ КЛЮЧЕВОЙ
ДЛЯ БУДУЩИХ ПРОДАЖ

БОЛЕЕ **350**
УЧАСТНИКОВ

35% РОСТ ЭКСПОНЕНТОВ С ДЕТСКОГО
И СУВЕНИРНОГО РЫНКА
ПО СРАВНЕНИЮ С 2020 ГОДОМ

**ПРИНЯТЬ
УЧАСТИЕ**



МВЦ КРОКУС ЭКСПО | ПАВИЛЬОН 2 | ЗАЛЫ 10 И 11

+7 495 648 91 38 | EXPO@ARKOR.RU | WWW.SKREPKAEXPO.RU

КАНЦТОВАРЫ

ИГРУШКИ

СУВЕНИРЫ

ОБУЧЕНИЕ

ДОМ И ОФИС

PIQUADRO: ПОКАЖИ МНЕ СВОЮ СУМКУ, И Я СКАЖУ – КТО ТЫ

Сумки, как и часы и обувь, относятся к важной категории аксессуаров, которую не стоит игнорировать. Именно они помогают произвести нужное впечатление и продемонстрировать безупречный вкус. Итальянский бренд Piquadro не просто выпускает сумки и чемоданы, а специализируется на действительно инновационных изделиях, успешно сочетая непревзойденный стиль и технологии.

Продукция компании отличается высокой функциональностью, продуманной организацией внутреннего пространства, элитными материалами и комфортом использования. Большинство моделей имеют отделения для ноутбуков и планшетов и множество удобных кармашков. А уникальный дизайн Piquadro отражает всю оригинальность и элегантность итальянского стиля. Особое внимание компания уделяет безопасности и удобству пользователей. У многих моделей сумок, рюкзаков и чемоданов есть особые «фишки» в виде троса против краж, трекера отслеживания, кодового замка и разъемов USB для зарядки гаджетов.

Для производства используются материалы и кожа высочайшего качества, дизайн продумывается до мелочей, а каждая сумка обладает индивидуальным узором и оттенком. Кроме того, у Piquadro имеется усиленный контроль качества, включая финальную проверку готового изделия вручную.

Компания постоянно обновляет свой ассортимент и часто выпускает ограниченные серии продукции. Одна из последних коллекций бренда – **AKRON** – объединяет в себе изделия, элегантные по форме и современные по содержанию. Сумки, рюкзаки, портфели, портмоне, сумки для ноутбуков, поясные сумки, брелоки из линейки



AKRON выполнены из лицевой телячьей кожи высшего качества. Естественная неравномерная зернистость и мягкость кожи, а также матовая металлическая фурнитура цвета «мокрый асфальт» с фирменным логотипом придают аксессуарам особый стиль и шарм. К каждому изделию можно выбрать бирку из предлагаемых десяти разных цветов.

Важной вехой для Piquadro является **PQ-BIOS** – экологичная коллекция, изготовленная из нейлона Esonyl, полученного из вторично переработанного сырья. С помощью инновационного процесса очистки все материалы восстанавливают свои исходные качества, и полученный из рециклированного сырья нейлон Esonyl ничем не отличается от первичного. Каждому изделию из этой коллекции присвоен PQ-Recycled Index – своеобразный код, указывающий на количество использованного вторичного материала по сравнению с общим весом изделия. Рюкзаки, сумки и аксессуары **PQ-BIOS** дополнены деталями из лицевой телячьей кожи, силиконовыми бирками и металлической фурнитурой из сатинированного никеля с логотипом Piquadro.

Ультрасовременные формы и материалы придают изделиям этой коллекции динамичный шарм, благодаря чему они прекрасно подойдут людям, предпочитающим спортивный, неформальный стиль даже во время работы.



Официальный дистрибьютор Piquadro в России

MERLION

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

VICTORINOX – ПОДАРОК НА ВСЕ ВРЕМЕНА

В этой статье компания MERLION, официальный дистрибьютор Victorinox в России, расскажет, почему легендарный швейцарский нож по достоинству оценят не только коллекционеры, но и яхтсмены, любители экстремальных видов спорта и даже Анджелина Джоли.

Хороший швейцарский нож – не просто многофункциональный инструмент, но и оригинальный памятный сувенир. Ошибочно думать, что он подойдет в качестве подарка лишь мужчине. Это универсальный презент для людей любого пола, имеющих абсолютно разные профессии и увлечения. Например, самой известной женщиной, которая испытывает любовь к холодному оружию, является Анджелина Джоли. Актриса уже много лет пополняет свою коллекцию ножей и, видимо, не собирается останавливаться.

Одним из лучших в мире производителей ножей является швейцарская компания Victorinox. Более чем за 130-летнюю историю продукция этого бренда завоевала любовь и доверие миллионов потребителей. Стильный аксессуар стал надежным компаньоном, 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.

Бренд может предложить не только огромный выбор ножей и мультигутов в любой ценовой категории, но и коллекционные издания ограниченного тиража, юбилейные выпуски и подарочные наборы. Например, вы можете собрать комплект из ножа и любых аксессуаров: к вашим услугам чехлы, цепочки, точилки, сувенирная брендированная продукция – значки, зонты и так далее.

Кроме того, в ассортименте Victorinox есть очень интересные специализированные модели, которые станут полезным подарком для людей, увлекающихся каким-либо хобби. Например, уникальный складной нож **Victorinox Equestrian**, созданный для тех, чья работа или хобби связаны с лошадьми. Он содержит специальный инструмент для чистки копыт.

А вот модель **RescueTool One Hand** была разработана компанией Victorinox совместно со службами спасения и экстренной медицинской помощи. В течение пяти лет облик ножа менялся, расширяя сферы применения и возможности аксессуара. Как итог – получился превосходный инструмент, способный выручить в экстренных



Складной нож Victorinox Skipper (0.9093.2W), включающий в себя 17 инструментов, предназначен для любителей парусного спорта. Его главная особенность – специальная деталь, которой можно открывать корабельные скобы и заклепывать канаты. Лезвие ножа имеет серрейторную (волнообразную) заточку, все элементы изготовлены из высококачественной нержавеющей стали, а накладки рукояти – из ударопрочного пластика с матовой поверхностью. Лезвие фиксируется, что делает работу с ним удобной и безопасной. Длина ножа в сложенном виде – 111 мм.

ситуациях. Функциональный стеклобой, надежная пила для стекла и практичное лезвие для разрезания ремня безопасности (стропорез) готовы к использованию через считанные секунды. Инструмент легко открывается даже в перчатках, а с помощью специальной петли его можно быстро открыть одной рукой. В рабочем состоянии лезвие и мощная отвертка фиксируются замком типа «лайнер-лок». Victorinox RescueTool One Hand по достоинству оценят люди, чья профессия связана с риском для жизни, а также те, кто увлекается экстремальными видами спорта, туризмом и путешествиями.



Модель Victorinox Equestrian



Модель RescueTool One Hand

Официальный дистрибьютор Victorinox в России
MERLION

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

БРЕНДИРОВАННАЯ ИГРА В ЛОГИСТИКУ «КРОССДОК»

Настольные игры становятся все более популярным видом корпоративных подарков. Несмотря на это непросто найти «настолку», которая станет не только увлекательным занятием, но и оригинальным бизнес-сувениром. Новая находка GIFT Review – логистическая игра «КРОССДОК», которая поможет вашей компании стать более узнаваемой как среди клиентов, так и среди партнеров.

Выбирая настольную игру «КРОССДОК», вы сможете:

Повысить узнаваемость вашего бренда среди клиентов и сотрудников. Широкие возможности брендинга позволяют сделать вашу компанию главным героем игры или создать собственный уникальный сценарий.



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ? ЛЕГКО!
КОМПАНИЯ «КРОССДОК» ПРЕДЛАГАЕТ НАНЕСТИ ВАШ ЛОГОТИП НА СЛЕДУЮЩИЕ КОМПОНЕНТЫ ИГРЫ:

- коробку
- распределительные центры
- важные точки на игровом поле
- транспортные компании
- индивидуальные сценарии игры



WWW.KROSSDOK.RU



ПРЕЗЕНТАЦИЯ БРЕНДИРОВАНИЯ



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИГРЫ



Выделить ваш подарок среди множества других бизнес-сувениров.

Настольная логистическая игра «КРОССДОК» уникальна тем, что сочетает в себе игровые и развлекательные механики с реальными событиями, с которыми ежедневно сталкивается бизнес.

Наглядно ответить своим детям на вопрос «Чем ты занимаешься на работе?».

Вы сможете в доступной игровой форме познакомить всех членов семьи с реальными бизнес-ситуациями.



СРЕДИ ТЕХ, КТО УЖЕ ИГРАЕТ В «КРОССДОК»:

- ПАО «ТрансКонтейнер» (контейнерные перевозки)
- «Вектор-Лоджистикс» (транспортная компания)
- DNS SHOP (магазин электроники)
- RAUM GROUP (распределительный центр)
- «Пятёрочка» (торговая сеть)
- TopDelivery (курьерская служба)

Специально для подписчиков GIFT Review действует **10% скидка на брендинг по промокоду «ВЕЗЁТ ТОМУ, КТО САМ ВЕЗЁТ»**

«КРОССДОК»

8 (499) 288-73-71 game@krossdok.ru www.krossdok.ru [@supchains](https://www.instagram.com/supchains)

ПОДАРКИ ОТ ROCK`N`RETRO – ДЛЯ СИЛЬНЫХ ДУХОМ ЛЮДЕЙ

Компания Rock`n`Retro поставляет подарки из кожи в стиле ретро. Идея проекта родилась, когда основателям попал в руки винтажный мяч времен расцвета футбола в СССР. Солидный предмет с историей вызывал трепет и восхищение. Захотелось, чтобы люди могли подчеркнуть значимость момента и особенные качества характера будущего владельца, выбирая такие подарки.

Стало ясно, что вещи подобной тематики – это и отличные бизнес-сувениры для VIP-клиентов и топ-менеджеров, и уникальная наградная атрибутика для спортивных команд и корпоративных состязаний, а также атмосферные аксессуары для дизайн-студий и фотографов. В этом обзоре мы представляем бестселлеры из ассортимента Rock`n`Retro и рассказываем несколько спортивных историй.



Набор «Веллингтон», арт. 5300

Знаменитый регбийный набор обязан своим названием столице Новой Зеландии. Здесь так сильно любят и уважают этот спорт, что недавно прошедший после карантина первый матч между командами «Окленд Блюз» и «Веллингтон Харрикейнс» собрал более 43 тысяч человек и стал рекордным за последние 15 лет.



Футбольный мяч World Cup 1970, арт. 1100

Мяч от Rock`n`Retro – точная копия мячей чемпионата мира по футболу 1970 года с победой Бразилии в финале. Самым ярким моментом в нем признана игра между сборными Италии и ФРГ в полуфинале, когда из 12 голов 5 были забиты в дополнительное время.

Набор «Палермо», арт. 5201

Все предметы сделаны вручную из натуральной кожи и дерева (ясень, дуб, махагон).



Боксерский мешок, арт. 4502

Каждый сувенир изготовлен в масштабе 1:1 к оригиналам. Боксерские груши и мешки можно использовать и как сувениры, и как спортивный инвентарь. Все мячи также держат удар.



Набор «Дэмпси», арт. 5504

Этот комплект назван в честь знаменитого в 20-х годах XX века американского боксера Уильяма Харрисона Дэмпси. Чемпион мира в супертяжелом весе отличался самобытным атакующим стилем, который Майк Тайсон охарактеризовал как «свирепый и дикий». 2 июля 1921 года прошел легендарный матч с победой Дэмпси, принесший устройтелю рекордную выручку за всю предыдущую историю бокса – более одного миллиона долларов.

В сентябре 2020 года Rock`n`Retro расширяет ассортимент и представит волейбольные мячи, настоящие тренировочные боксерские перчатки и миниатюры мячей. Остается лишь выбрать подходящие к случаю сувениры и наслаждаться реакцией адресата.

БРЕНДИРОВАНИЕ – БЕСПЛАТНО

В ценности именных подарков сомневаться не приходится. Вдвойне удобно, когда нанесение фирменной символики можно заказать сразу при изготовлении тиража. Эта услуга предоставляется бесплатно.



**КОРПОРАТИВНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ
С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ**



Реклама



МАГНИТНЫЙ НОЧНИК

РАЗМЕРЫ:
90x90x30 мм

МАТЕРИАЛ:
ABS, алюминий

ОПИСАНИЕ:

- Светодиодный ночник с подсветкой на магните. Его можно установить на любом металлическом покрытии. Ночник можно использовать везде, где необходима дополнительная подсветка, например, на холодильнике, в спальне, в коридоре. Благодаря компактному размеру и ремешку, этот ночник удобно брать с собой.
- Батарея Li, 1000 мА, 1 W.
- Температура цвета: 2700к.
- Время работы: до 120 часов, подзарядки - до 2 часов.

ЛАМПА-ЦИЛИНДР С СЕНСОРНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ



РАЗМЕРЫ:
202x85x85 мм

МАТЕРИАЛ:
ABS+PP+Акрил



ОПИСАНИЕ:

- Лампа с сенсорным управлением имеет два комфортных режима света с защитой для глаз: теплый и холодный.
- Цвет света меняется при повороте лампы на 180 градусов.
- Батарея Li, 2200 мА, 0,04-2,5 W.
- Температура цвета 2700к/5000к.
- Время работы: до 150 часов, подзарядки - до 5 часов.



ГИБКАЯ ЛАМПА С СЕНСОРНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ

РАЗМЕРЫ:
56x6x2 см

МАТЕРИАЛ:
Алюминий, силикон

ОПИСАНИЕ:

- Лампа с сенсорным управлением имеет три комфортных режима света с защитой для глаз.
- Угол изгиба возможен до 90 градусов.
- Батарея Li, 2000 мА, 6 W.
- Температура цвета 2900к/3750к/5000к.
- Время работы: до 70 часов, подзарядки - до 3 часов.

ЛАМПА-ТРАНСФОРМЕР С БЕСПРОВОДНОЙ ЗАРЯДКОЙ

РАЗМЕРЫ:
352x70x18 мм

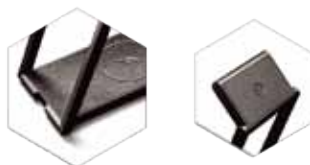
МАТЕРИАЛ:
Алюминий



ОПИСАНИЕ:

- Лампа-трансформер имеет 3 комфортных режима света с защитой для глаз.
- Угол трансформации: до 90 градусов.
- Батарея: Li, 2500 мА, 3 W.
- Температура цвета: 6500к.
- Три уровня света (30%-60%-100%).

КОМПАКТНАЯ ЛАМПА-ТРАНСФОРМЕР С БЕСПРОВОДНОЙ ЗАРЯДКОЙ



РАЗМЕРЫ:
• 230x80x10 мм

МАТЕРИАЛ:
• Алюминий

ОПИСАНИЕ:

- Компактная лампа-трансформер легко помещается в маленькую сумочку.
- Лампа имеет 3 комфортных режима света с защитой для глаз.
- Угол трансформации: до 90 градусов.
- Вход/выход: 5 V/2A.
- Температура цвета: 6000к.
- Время работы: до 24 часов.



НОВОЕ И ЛУЧШЕЕ ОТ «НОРГИС ПРЕСС»

Хорошо знакомая нашим читателям компания «Норгис Пресс» уже более 20 лет занимается производством ежедневников, блокнотов и другой канцелярии для бизнеса. Ежегодно выпускаются сотни различных моделей – как типовых, так и по индивидуальному проекту. GIFT Review решил узнать, как «Норгис Пресс» готовится к высокому сувенирному сезону и какие приятные новшества ожидают клиентов в преддверии Нового года.

СКЛАДСКАЯ ПРОГРАММА

Наиболее востребованную продукцию теперь можно приобрести со склада. Помимо классических ежедневников, ассортимент дополнен новыми моделями блокнотов, скетчбуков и планингов. Это уже завоевавшие популярность у заказчиков ежедневники Blogger и Day by Day, серия скетчбуков My Store, ежедневники Smart с карманом для телефона, а также необычные портфолио в подарочной упаковке. Полный ассортимент представлен на сайте компании www.norgispress.ru.



БРЕНДИРОВАННАЯ ПРОДУКЦИЯ ПОД ЗАКАЗ

Продолжается изготовление ежедневников по эскизам заказчика, корпоративных подарков и брендированной промопродукции. Вы можете наполнить ежедневник полезной информацией, сделать тематические вклейки под мероприятие, изготовить специализированные изделия для обучения, правильного питания и занятий спортом. Минимальный тираж – 50 штук. Для оформления вам предложат подарочную упаковку и красочные портфолио.



НОВЫЕ ОПЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ

Для всех складских позиций и изделий под заказ доступны UV-печать, латексная печать, тиснение, лазерная гравировка, вырубка сложной формы, окрас обложки и блока, печать по срезу блока, металлические декоративные элементы с печатью и гравировкой, брендированные карманы, конверты из дизайнерской бумаги, подарочные коробки с ложементом, индивидуальная упаковка в термоусадочную пленку.



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



Пластиковый экокрандаш –*

*Цветов корпуса больше,
чем в радуге!*

*Логотип воссоздашь,
Разнообразием радуга.*

*Корпус трехгранный
Со стола не скатится.*

*Корпус шестигранный
Классикой прокатится.*

*Точится легко,
Пишет далеко.*

*Крандаша графит
Цветовой гаммой удивит.*

*Пригодится везде:
И в школе, и в труде.*



** результат переработки пищевых лотков ВТС*

*На 8999-918-38-98 звоните,
На Whats App и market@berkly.ru пишите
С удовольствием ждем,
На вопросы ответим, образцы подберем.*



ЗАО «Объединение С.О.Ю.З.»

«ЭКОНОМИКУС» – ИГРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Выбрать хороший корпоративный сувенир всегда непросто. Это должен быть имиджевый продукт, который будет приносить пользу и дарить яркие эмоции адресату долгое время. Издательство настольных игр «Экономикус» точно знает, что игра – лучший подарок. В этой статье мы расскажем о нескольких кейсах, когда компания в короткие сроки сделала первоклассные презенты на основе своих популярных игр.

«Экономикус» – современная «Монополия»

Большая игра для тех, кто любит интересные, динамичные и современные экономические «настолки». Привлекательно оформленные компоненты и увлекательный процесс делают ее солидным бизнес-подарком. Возможности брендинга весьма обширны: можно добавить изображения директора и топ-менеджеров, логотип и фирменные цвета компании в дизайн коробки и элементов игры.



Трейлер «Экономикус»



сценарий и изменено наполнение игры – придуманы авторские скороговорки на основе актуальных новостей.

«Языколом» – весело, полезно, познавательно

Целая серия игр, в которой нужно читать забавные имена, географические названия, иностранные и русские скороговорки. Произносить их нужно как можно быстрее, чтобы успеть передать ход другому игроку, пока крутится деревянный волчок. Игру можно адаптировать под любую сферу деятельности.

Например, в «Языколоме» для радиостанции «Эхо Москвы» фирменные цвета и логотип были интегрированы в дизайн коробки, добавлен тематический



Трейлер «Языколом»

«Одним словом» – связи несвязуемое

Игра на взаимопонимание, творческие ассоциации и поиск невидимых связей. Получите задание и придумайте ассоциацию из одного слова сразу для нескольких, порой очень разных слов. Кстати, это игра-«билингва»: можно играть на русском, английском и даже на двух языках сразу. Наполнение игры легко адаптируется, поэтому она отлично подходит для международных компаний в качестве корпоративного подарка или части welcome pack.

Несколько примеров переработки: в игру для коттеджного поселка был добавлен логотип, для французского холдинга разработали новый дизайн и перевели игру на французский язык, для корпоративного новогоднего подарка сделали новый дизайн и изменили наполнение, добавив карточки со словами праздничной и зимней тематики.



Издательство «Экономикус» быстро и качественно разработает настольную игру под любой бюджет и запрос: для подарка бизнес-партнерам, сотрудникам и их детям, промоакций или корпоративного обучения. Сроки разработки и производства игр – от 2 до 4 недель (вне предпраздничного сезона).

Издательство настольных игр «Экономикус»

www.economicusgame.com

8 (905) 573-2823 info@economicusgame.com

7-9 СЕНТЯБРЯ 2021

4-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПРОМОИНДУСТРИИ, ПОДАРКОВ
И СУВЕНИРОВ




УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

▶ **PSI**
Russia

**ЛИЧНО УЗНАЙТЕ
О ТРЕНДАХ ПРОМОРЫНКА
ПЕРВЫМИ!**

Реклама

ОРГАНИЗАТОР:
ORGANISER:

 Reed Exhibitions®



АДЪЮТАНТ® – 25 ЛЕТ ЛИДЕРСТВА НА РЫНКЕ

За годы работы в сфере канцелярских товаров и деловой галантереи ООО «ПОНИ», которому принадлежит торговая марка Адьютант®, стало крупнейшим производителем ежедневников на российском b2b-рынке. В этом году компании исполняется 25 лет. Директор по маркетингу ТМ Адьютант® Антон Матов рассказал GIFT Review об истории бренда, актуальных достижениях и, конечно же, о новой коллекции.

GIFT Review: От имени редакции поздравляем команду Адьютант® с юбилеем! Как планируете отметить это событие? В преддверии праздника расскажите немного об истории компании.

Антон Матов: Спасибо! По всей видимости, отмечать будем скромно. Год выдался непростым во всех смыслах, и сейчас не до пышных торжеств по объективным причинам. Отсчет истории компании мы ведем с октября 1995 года, когда Андрей Иванов, наш бессменный руководитель, основал организацию, занимавшуюся продажей полиграфической и сувенирной продукции. Дальше можно долго рассказывать о том, как мы развивались, набивали руку на том, что сегодня делаем лучше всех, горели в прямом и переносном смыслах. Но, боюсь, на это не хватит всех страниц этого выпуска, а у читателей – терпения. Поэтому сразу перейду к 2019 году, когда мы запустили крупнейшее в стране производство площадью 7500 кв.м в пригороде Санкт-Петербурга. Но конечно, наш главный актив не в этом, а в мощном коллективе профессионалов, стаж многих из которых насчитывает более полутора десятка лет. Это не считая собственно Андрея Иванова, стоящего у руля компании уже четверть века. Кстати, он и по сей день может дать фору многим молодым членам команды в плане деловой активности.

GR: Мы знаем, что в 2020 году вы провели ребрендинг. Его приурочили к юбилею?

А.М.: Это сложно назвать полноценным ребрендингом, скорее – рестайлинг. Да, он связан с 25-летием компании, причем решение было принято еще до пандемии коронавируса в начале весны. Приостановить события уже не было никакой возможности, так же как и провести ряд мероприятий, которые мы готовили. Поэтому рестайлинг анонсировали камерно, рассылкой дилерам и постами в

соцсетях. Однако я уверен, что новое начертание логотипа уже скоро станет привычным для всех. Как и слоган – наше кредо – «Твердый знак качества». В работе над новшествами нам очень помогли коллеги из креативного бюро DEZA, которым хотим выразить благодарность.

GR: Сильно ли вас задела пандемия?

А.М.: Не прошла мимо. Но благодаря оперативным и верным решениям руководства, работе команды в карантинный период, оптимизации производственных и бизнес-процессов нам удалось выстоять. Более того, мы приняли целый ряд мер по поддержке наших дилеров, до последнего не просто держали цены, а ввели комплекс бонусов и акций для партнеров. Отделы продаж, товарного маркетинга, службы по работе с клиентами и развитию дилерской сети и, конечно же, производство – все работали буквально на износ. Регулярные Zoom-конференции с презентацией новой коллекции, редкие, но от этого еще более долгожданные личные встречи с коллегами – все это дало нам бесценный опыт и понимание того, что мы можем держать удар практически в любых условиях.

GR: Какие-то меры поддержки дилеров пережили из периода пандемии в обычную жизнь?

А.М.: С сезона 2020 мы запускаем программу «Копилка», в рамках которой менеджеры наших дилеров смогут получать бонусные баллы, на которые можно приобретать чудесные вещи на партнерских сайтах. Для новых дилеров мы тоже подготовили набор стартовыхощерений, узнать о которых можно, прислав запрос на электронную почту dealer@adjutant.ru. Мы ждем новых членов «Клуба Адьютант®». Вступайте – в нем не только интересно, но и очень выгодно состоять.



«Дуо Флекс» –
гибкая двойная обложка



Окрас среза
гибкой двойной обложки



Шубер

Нашивной карман
«Органайзер»

GR: *Пожалуйста, познакомьте наших читателей с новой коллекцией.*

А.М.: С радостью, но в рамках одного интервью все новинки упомянуть невозможно. Отмечу лишь, что героем нашего нового сета образцов стала гибкая двойная обложка – «Дуо Флекс». Ее отличают двойной слой материала на полиуретановой основе, а также практичность и огромный простор для дизайнерских изысков. Мы – единственная компания в России, которая предоставляет услуги по окрасу среза гибкой двойной обложки. Шубер – это просто находка для маркетолога и пиарщика: огромная рекламная поверхность, на которой можно по-настоящему «развернуться» с креативом. Здесь стоит отметить, что нанесение на шубер мы делаем не на готовое изделие, а в рулоне. Это дает возможность полной запечатки и различных методов нанесения. Также в сете образцов присутствует предполагаемый хит грядущего се-

зона – нашивной карман «Органайзер». Его идея возникла на основе прошлогодней популярной модели «Мобайл». Теперь офисный сотрудник в одной руке может носить абсолютно все, что нужно для работы в офисе: ежедневник, ручку, телефон, карточки, визитки. Наша коллекция пополнилась новыми блоками, из которых 20 классических и 37 в стиле модерн. Кроме того, мы предлагаем новые виды персонализации, материалы, способы нанесения. Короче говоря, есть чем удивить заказчика.

GR: *И как же можно получить комплект образцов новинок?*

А.М.: Легко! Нужно заполнить заявку на дилерство на сайте www.adjutant.ru, дождаться звонка нашего сотрудника и после коротких переговоров подписать договор. Мы всегда рады новым членам нашего «Клуба Адьютант®». **GR**



ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ DARSY VOX – С ЗАБОТОЙ О БИЗНЕСЕ

Если хочется выразить теплое отношение к получателю подарка – клиенту, партнеру или сотруднику – дежурная сувенирная продукция уже не подходит. Нужно что-то особенное. Но что именно? Мы разобрались в этом вопросе вместе с Анной Равинской, основательницей студии атмосферных подарочных наборов Darsy Vox.

Меня зовут Анна, и я знаю, как сделать подарок, который произведет впечатление. Уже несколько лет, как я основала студию подарочных наборов Darsy Vox, где каждый элемент удивляет и радует.

Darsy Vox следует новым веяниям на рынке подарков. Мы разрабатываем сети, близкие клиенту по роду его деятельности и смыслу мероприятия, и всегда в точности выполняем пожелания заказчика. Это особенно важно, если ивент большой и надо подстроиться под вкусы каждого.

НАЙДЕМ ОСОБЕННЫЕ ПОДАРКИ

Наполнение наборов Darsy Vox – это предметы ручной работы с уникальной энергетикой. Вещами приятно пользоваться, они нужны в быту, а лакомства – отдельный вид кулинарного искусства.

Вот некоторые позиции нашего ассортимента: блокноты из кожи и дерева ручной работы, хендмейд-керамика, шоколад со съедобными шишками, варенье «Клубника с шампанским», открытки из эпоксидной смолы с QR-кодом, атмосферная атрибутика: огоньки, суккуленты, живые веточки ели, соевые свечи. Подарочные сети можно собрать самостоятельно, выбрать из каталога или заказать индивидуальные комплекты.



Анна Равинская

Пара слов об упаковке: ее интересно раскрывать, что усиливает предвкушение сюрприза. Положительные эмоции запоминаются надолго и будут прочно ассоциироваться с вашим брендом.

Также мы поставляем сувенирную продукцию под заказ, делаем брендинг упаковки и адресную доставку.

ТОЛЬКО ПЕРСОНАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

Наши клиенты особенно ценят услугу годового сопровождения. Надо только передать нам список с важными датами – и мы позаботимся о том, чтобы в нужное время поздравить тех, кто вам дорог. Даже если у вас пока нет четких пожеланий, мы обязательно найдем варианты, чтобы вы сказали: «Это то, что нужно!»

Поскольку Новый год не за горами, я советую задуматься о выборе подарков уже в сентябре.

Я лично общаюсь с каждым клиентом. Если вы хотите выразить особое отношение к адресату или желаете создать необычную концепцию корпоративных сетей – я помогу. Консультация детальная и ни к чему вас не обязывает. Вы просто почувствуете наш подход с первых минут общения.

До встречи, ваша Анна.



Darsy Vox – подарочные наборы ручной работы
8 (915) 277-71-77 www.darsybox.ru [@darsy_box](https://www.instagram.com/darsy_box)

АМБАССАДОР. ПРОФЕССИЯ – УДИВЛЯТЬ

Нина Макинтош – основатель креативной компании Art Queen™ и амбассадор ножевого бренда Shokuroff knives – знает, чего хотят мужчины.

Ножевая культура, философия, традиции... К черту формальности! Мы делаем лучшие EDC (от англ. Every Day Carry – «носить каждый день», предметы, которыми пользуются регулярно. – Прим. ред.), мужские украшения и стильные ножи ручной работы, а наш сервис выше всяких похвал. Всегда решим вопрос, договоримся о взаимовыгодных условиях сотрудничества с гарантией качества предоставляемых услуг.

Сегодня Art Queen™ – это зарегистрированный товарный знак обслуживания, который удовлетворяет потребности клиентов со всего мира. Моя компания – первый сервис подарков в России, который не только имеет собственное производство изделий ручной работы, но и предлагает нестандартный подход к решению задач бизнеса. Я работаю по принципу консьерж-сервиса, гарантирую качество своих услуг и предложу такие ходы, о которых другие креативные агентства постесняются подумать.

Уже несколько лет я являюсь амбассадором российской ножевого бренда Shokuroff knives. Компанию основал нижегородский мастер-оружейник Алексей Шокуров, который занимается профессиональным изготовлением ножей с 1997 года. Мне близка философия Shokuroff, наши компании разделяют мнение о мужских украшениях и аксессуарах, мы смотрим в одну сторону и убеждены, что стиль кроется в деталях, а залог успешной коллаборации – в порядочности отношений. Наши совместные проекты занимают первые места на международных ножевых выставках, а работы, выполненные на заказ по совместному дизайну, хранятся в частных коллекциях заказчиков со всего мира.

ART EDC SHOKUROFF – новое направление, которое уже пользуется огромной популярностью. Наше кредо: быть на высоте, подчеркнуть образ стильными аксессуарами и позволить себе недоступное. Наши клиенты – это сильные духом мужчины, которые знают, чего хотят, и готовы оплачивать свои капризы. Моя миссия – удовлетворять их желания, не задавать лишних вопросов и дать им первоклассный сервис и высококачественный продукт.

С уважением, Нина!

*Основатель Art Queen™,
амбассадор Shokuroff knives #НинаИножи*

Инстаграм: @nina911show
YouTube: ART QUEEN TV
Подкаст: «Говорит ART QUEEN»
Телеграм канал: nina911artqueen
Портфель: www.artqueenstudio.ru



BRAND AMBASSADOR SHOKUROFF CUSTOM KNIVES • NINA #НИНАИНОЖИ

ИДЕИ КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ ОТ АРТ-СТУДИИ «КЛАССИК»

Как показывают маркетинговые исследования, подарок – единственный вид рекламы, который не раздражает потребителя. Вручив корпоративный сувенир с логотипом, вы находите компромисс с адресатом: партнер получает материальную ценность, доставшуюся ему бесплатно, а вам удается показать стремление к взаимовыгодному сотрудничеству. Остается лишь один вопрос: как выделиться среди конкурентов, которые так же, как и вы, вновь планируют заказать у рекламных агентств их неиссякаемый арсенал брендированных ручек, блокнотов, календарей, флешек и гаджетов. Арт-студия «Классик» предлагает простое решение – включить свои уникальные изделия в сети стандартных промосувениров, тем самым значительно повысив ценность подарка.



▲ Подстаканник с хрустальным стаканом и чайной ложечкой в стильном брендированном футляре остается очень популярным бизнес-подарком. Большой опыт персонализации методом высококачественной лазерной гравировки позволяет оперативно выполнять заказы любого тиража. Также была освоена технология нанесения качественного цветного изображения на большой овальный медальон латунного штампованного подстаканника.

Варианты использования в наборах: с книгами, ежедневниками, поздравительными открытками, сладостями.



Арт-студия «Классик»

*Душевные подарки
для дорогих людей*



▼ Серия элитных бокалов для бренди, виски, шампанского из богемского стекла с бронзовыми ножками точного художественного литья, представляющими собой сложные сюжетные композиции, в том числе на профессиональную тематику. Например, на ножке бокала «Строители» с высокой степенью детализации изображены представители практически всех строительных специальностей. Такой подарок обязательно станет «бриллиантом» в офисе любого условного «Главжилстроймонтажтреста».

Принимаются заказы на разработку индивидуальных бокалов. Арт-студия «Классик» сможет композиционно обыграть логотипы, продукцию, реализованные проекты компании и запечатлеть все это в бронзе.

Варианты использования в наборах: с элитным алкоголем, аксессуарами для напитков, камнями для виски, книгами, ежедневниками, технологией дополненной реальности (AR).



◀ Для крепких напитков есть бюджетные варианты чарок, стопок-перевертышей из стекла и латуни с ножками из бронзы на охотничью, рыбацкую, военную, профессиональную тематику. Например, стопки «Нефть-Газ» с сюжетами, посвященными всем отраслям нефтегазовой промышленности: добыча, переработка, транспортировка. Также пользуются неизменным спросом символы года. В сезоне осень-зима 2020/21 это стопка «Бык». Возможно брендирование методом лазерной гравировки на стекле и металле.

Варианты использования в наборах: с алкоголем, флагами, шампунями, книгами.



◀ Стильные, солидные шампуры ручной работы из нержавеющей стали с ручками из дорогих пород дерева и бронзовыми навершиями точного художественного литья. Шампуры от Арт-студии «Классик» – это:

- возможность персонализации каждого шампура (нанесение текста заказчика на верхний латунный колпачок ручки или на сталь);
- множество вариантов комплектации – кожаные колчаны с тематическими бронзовыми медальонами, деревянные панно, деревянные или кожаные кейсы;
- разнообразие бронзовых наверший, в том числе по профессиональной тематике: МЧС, военные, строители, нефтяники, газовики, шахтеры, железнодорожники, спорт. Можно изготовить любой элемент из бронзы по индивидуальному проекту: профессиональную фигурку, символ, логотип компании.

Варианты использования в наборах: с флягами, стопками, книгами.

▶ Мелкая пластика из мельхиора в виде фигурок животных, выражающих различные чувства, с комментирующими текстами на деревянной подставке. Эта коллекция реализована в стиле модерн в серебряном цвете. Статуэтки изготовлены методом точного художественного литья из сплава цветных металлов – нейзильбера («новое серебро», нечто среднее между серебром и мельхиором). В ассортименте есть фигурки, символизирующие профессии: врач, пожарный, строитель, учитель, бухгалтер, водитель, айтишник, а также символы года. Возможны разработка и литье из мельхиора любой фигурки на заказ.

Варианты использования в наборах: с ручками, флешками, ежедневниками, календарями, новогодними подарками.



◀ Книга – лучший подарок на все времена. Ее никогда не заменят новомодные гаджеты. В наше динамичное время стал особенно популярен жанр афоризма – это емкий источник многовековой мудрости. Арт-студия «Классик» издает пять книг афоризмов на разнообразную тематику, которые можно использовать в подарочных наборах. Например, готовые решения: «Ларец с сокровищами» – три книги в стильном деревянном сундучке, обтянутом натуральной кожей, подарочный набор «Кнут и пряник», «Набор руководителю» – книга с подстаканником, бокалом.

Уважаемые представители рекламных агентств, фабрик, заводов, комбинатов, корпораций и холдингов! Пишите, звоните, ставьте нам задачи. Давайте вместе создавать душевные подарки для ваших партнеров, клиентов и сотрудников.

Арт-студия «Классик»
8 (495) 909-04-41 alogifts@mail.ru www.alogifts.ru

ДРАГОЦЕН ПОДАРКИ ОТ 000

Понятия «корпоративная культура», «командный дух», «корпоративный кодекс» – не пустые слова, это важные аспекты бизнеса. Сувениры из драгоценных металлов позволяют подчеркнуть статус вашей компании, соблюсти высокие стандарты делового этикета, а также выразить признательность VIP-клиентам и ключевым партнерам. В этой статье мы расскажем об ассортименте и профессиональных возможностях компании «ДРАГИН-ВЕСТ», одного из лидеров рынка ювелирных подарков и наградной продукции.



Александр Лушников,
генеральный директор
ООО «ДРАГИНВЕСТ»

Александр Лушников, генеральный директор ООО «ДРАГИН-ВЕСТ», так рассказывает о деятельности компании: «Мы занимаемся изготовлением бизнес-подарков и сувениров из золота, серебра и других сплавов металлов для корпоративных и частных клиентов. При этом стоимость конечного продукта остается конкурентной, что дает нам возможность удерживать топовую позицию среди производителей в данном сегменте рынка».

ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ

- Изготовление нагрудных знаков с индивидуальной символикой.
- Производство монет, медалей, сувениров.
- Разработка и изготовление индивидуальных ювелирных украшений.
- Услуги по разработке 3D-моделей и выращиванию моделей на 3D-принтере.
- Изготовление резиновых пресс-форм, фрезеровка из воска, нанесение гальванических покрытий.



НОВЫЕ «ДРАГИНВЕСТ»

КАК МЫ РАБОТАЕМ

Индивидуальный подход к каждому клиенту. Предлагаем варианты изготовления, гибкую ценовую политику, отвечаем оперативно.

Обсуждение проекта. Разрабатываем проект с учетом ваших требований и пожеланий, обсуждаем детали, готовим техническое задание.

Техническое задание. Уделяем большое внимание предпочтениям заказчика и всем характеристикам конечного продукта.

Заключение договора. Согласовываем все юридические детали.

Изготовление макета будущего изделия. Знакомим клиента с образцом, при необходимости вносим коррективы.

Производство. Приступаем к работе и делаем эскиз реальностью.

ГАРАНТИИ КАЧЕСТВА

Собственное производство позволяет воплощать в жизнь самые необычные идеи наших клиентов. Мы имеем большой опыт сотрудничества как с государственными, так и коммерческими структурами. Заказчики остаются довольны доступной ценой и высоким качеством наших услуг и продукции, обращаясь в компанию снова и снова.

СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ

- GLOBUS
- «Роскосмос»
- «Промет»
- «Аэрофлот»
- «Ростех»

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ VIP-КЛИЕНТОВ И ПАРТНЕРОВ

ООО «ДРАГИНВЕСТ» создает ювелирные украшения на заказ по индивидуальному проекту. Компания гарантирует не только точность изготовления, но и высочайшее качество и выгодную стоимость эксклюзивного изделия. Авторские сочетания металлов, камни фантазийной формы, фирменная символика и множество других деталей воплощаются модельером в украшении с учетом всех пожеланий клиента.

Такое изделие идеально подойдет в качестве VIP-презента тем, у кого, казалось бы, есть все. Ведь получить в подарок украшение, которое существует в единственном экземпляре – это уникальный и волнующий опыт.

Уровень выпускаемой продукции настолько высок, что 90% клиентов повторяют заказы из года в год, переходя в разряд постоянных.



ООО «ДРАГИНВЕСТ»

8 (495) 741-40-39 info@draginvest.com www.draginvest.com

«ТОПКАТАЛОГ»: ЧЕРЕЗ ТЕРНИИ К ЗВЕЗДАМ

Уже знакомая нашим читателям компания «Топкаталог» в 2020 году отмечает свой первый день рождения. Мы решили расспросить основателя и генерального директора Александра Байбулова, каким был этот непростой во всех отношениях год, каких успехов удалось достичь и каково это – придумать и вывести на рынок бренд с нуля.

GIFT Review: Какой путь прошел «Топкаталог» с момента основания до сегодняшнего дня?

Александр Байбулов: Скажу честно, когда мы создали «Топкаталог» в 2019 году, наше видение миссии компании было довольно размытым. Все строилось лишь на уверенности в том, что новый поставщик будет полезен рынку сувенирной продукции, а моих сил, опыта и энергии хватит для того, чтобы сделать рекламным агентствам интересное бизнес-предложение. В дальнейшем стратегия работы и цели «Топкаталога» трансформировались, и сейчас я могу охарактеризовать нашу деятельность так: вывод и тестирование собственных торговых марок на рынках b2b (корпоративные продажи) и b2c (физические лица), создание и масштабирование брендов. Наша главная задача – предлагать новую уникальную продукцию, которой нет в ассортименте других крупных игроков рынка, и показывать нестандартные пути ее продвижения.

GR: С чего начинался ваш бренд-локомотив – COFER?

А.Б.: COFER появился как некий флагманский продукт, который должен был привлечь внимание к «Топкаталогу» в целом. Это была попытка сделать нестандартный ход, посмотреть на сувенирную продукцию под другим углом. Мы хотели создать новый тренд не только для b2b-рынка, но и для сегмента b2c. Находясь в поиске новых продук-

тов, я заметил стаканы простой формы, но они чем-то неудержимо притягивали внимание. Мы проанализировали ситуацию и поняли, что на российском рынке аналогов нет. Так появилось новое слово «кофер» и созвучный ему бренд COFER. Первые презентации показали огромный и, что самое главное, искренний интерес к товару. У нас появилась уверенность, что перед нами новая «звезда». Вопрос заключался в том, как теперь об этом рассказать всем участникам рынка.

GR: И вы провели нашу самую акцию «Мой первый кофер»? Можете о ней немного подробнее?

А.Б.: В первой партии пришло 10 000 коферов. У нас было большое количество предзаказов, резервов, мы чувствовали, что можем действовать активно, смело и нестандартно. Так появилась акция «Мой первый кофер», целью которой было показать существующим и потенциальным дистрибьюторам новинку и донести сообщение «Кофер сделан с душой». Мы выбрали целевую аудиторию – сотрудников рекламных агентств, специализирующихся на поставке сувенирной продукции, среди которых были владельцы, топ-менеджеры и линейные сотрудники, активные в соцсетях. Мы хотели подарить человеку именную кофер с индивидуальным принтом, отражающим его характер и интересы. Была реализована адресная доставка коферов в офисы участников акции – просто так, без привязки к конкретным датам и праздникам. Акция произвела эф-





фект разорвавшейся бомбы, и в течение недели бренд COFER стал сенсацией на рынке корпоративных подарков. Мы получили гораздо больше, чем рассчитывали, – репосты, фото, слова благодарности, и конечно, новых лояльных клиентов. Это был наш первый общий успех!

GR: *С b2b-рынком в целом разобрались. Но вы упомянули о том, что планируете сделать COFER также «звездой» сегмента b2c. Как это реализуется?*

А.Б.: Когда весной 2020 года был объявлен режим самоизоляции в связи с пандемией коронавируса, наша активность сильно приостановилась по объективным причинам, как и у всех. Но зато появилось время для создания интернет-магазина коферов. Идея, что COFER – это народный продукт, бренд, который объединяет людей, не отпускала меня ни на минуту. Индивидуальность человека, его хобби, мировоззрение должны были стать основой для кастомизации коферов. Мы решили начать работу с дизайнерами, каждый из которых специализируется на



конкретной тематике и работает в собственной неповторимой манере. Так сказать, создать свой Design Band. Согласно нашей задумке, интернет-покупатели будут коллекционировать коферы с принтами от любимых художников, с нетерпением ожидая новых поступлений. На сегодняшний день пилотная версия сайта почти завершена, запуск планируется в сентябре, а к Новому 2021 году, надеюсь, проект заработает в полную силу и станет еще одним «бриллиантом» нашей коллекции.

GR: *Какого прогресса удалось достичь бренду COFER за год?*

А.Б.: Мы продали около 30 тысяч коферов. Выручка по бренду, включая аксессуары и стоимость дополнительных услуг, составила около 20 млн рублей. Но самое главное – слово «кофер» пошло в народ, что и было нашей основной целью. Продукт стал узнаваемым не только на сувенирном рынке, но и на маркетплейсах OZON и Wildberries. У бренда появились амбассадоры и преданные поклонники как среди корпоративных клиентов, так





и конечных заказчиков. Мы успешно формируем сообщество фанатов бренда, наполнив его творческим смыслом и социальной значимостью. Летом 2020 года мы утвердили стратегию, сформировали ключевую ценность бренда. В соответствии с ними COFER получил новый логотип и слоган. Сейчас в разработке уникальная упаковка для коферов, а в планах – создание сети дистрибуции из кофеен и профессиональных участников рынка чая и кофе.

GR: Мы желаем COFER'у успехов и процветания! Но давайте вернемся к теме, которая затронула всех, – коронавирусу. Как пандемия повлияла на работу «Топкаталога»?

А.Б.: Переход на удаленную работу у нас прошел достаточно легко. Однако продажи сильно упали, и стало ясно, что нужно придумывать какие-то лайфхаки. Я понимал, что средства индивидуальной защиты (СИЗ) входят в повседневную реальность надолго, как минимум, на год. Было принято решение начать производство антисептиков, так как это единственный «защитный» товар, которым люди пользуются без внутреннего отторжения. Маску или защитный экран человек снимает при первой возможности, а санитайзеры воспринимаются с большим позитивом, ассоциируясь с гигиеной и комфортом. Мы выпускаем только антисептики с содержанием спирта 75%, чтобы соответствовать всем рекомендациям ВОЗ о профилактике коронавирусной инфекции.

GR: Как удалось успешно запустить это совершенно новое для вас направление?

А.Б.: По специальности я экономист, но закончил Санкт-Петербургский технологический институт, который готовит химиков-технологов. Вот эти старые связи и знакомства и помогли в короткие сроки настроить собственную линию на базе уже существующего химического производства. Наши возможности здесь очень широки: мы сами закупаем и контролируем качество сырья, имеем влияние на производственный цикл, можем изготавливать большие объемы антисептиков, менять рецептуру, емкости для фасовки и так далее. Поэтому я с уверенно-

стью могу сказать, что наше предложение на сегодня – наилучший вариант из всех возможных. И конечно, сейчас это очень востребованный и актуальный товар на рынке промопродукции.

GR: Как b2b-рынок воспринял новый продукт? Какие опции для корпоративных клиентов вы предлагаете?

А.Б.: Рекламные агентства и другие представители сувенирной отрасли с интересом отнеслись к нашим новинкам. Среди бестселлеров: антисептический спрей 20 мл в упаковке в форме пластиковой карты, а также спрей объемами 50 и 100 мл. За первый месяц после старта продаж мы реализовали продукцию на сумму около 1,5 млн рублей. Учитывая общий кризис в отрасли – это очень отличный результат. Что касается брендинга: антисептики попадают на склад без этикеток, персонализацию для заказчиков делаем мы сами. Кроме того, мы объясняем дистрибьюторам, в чем отличие наших антисептиков от многочисленных подделок, наводнивших рынок, как правильно пользоваться продукцией, для каких целей она подходит. Сейчас уникальное время, когда в руках наших дистрибьюторов оказался продукт первой необходимости, который может защитить жизнь и здоровье людей. Мы уверены, что в осенне-зимний период спрос на эти товары будет расти, а это значит, что наше нестандартное антикризисное решение оказалось верным.

GR: И в завершение нашей беседы – каковы планы «Топкаталога» на предстоящий сувенирный сезон осень-зима 2020/21?

А.Б.: Безусловно, мы продолжим насыщать ассортимент новыми продуктами, наращивать штат сотрудников и сеть дистрибуции, развиваться в качестве надежного, проверенного поставщика, не похожего на другие компании. Также мы будем совершенствовать наши компетенции в маркетинге и продвижении товаров и делиться ими с партнерами, ведь именно маркетинг должен стать главной движущей силой отрасли. *GR

Беседовала Анна Михайлова

«ТОПКАТАЛОГ»

8 (800) 201-55-01 info@topcatalog.ru www.topcatalog.ru

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА
– СУПЕР
МАРКЕТИНГ

РЕКЛАМА 12+

27-я ВЫСТАВКА
МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

14-16 АПРЕЛЯ 2021

ГОСТИНЫЙ ДВОР
ИЛЬИНКА, 4

PLAYWORK: ДАРИТЕ ЭМОЦИИ!

Корпоративные настольные игры обретают все большую популярность среди российских и зарубежных компаний и привлекают внимание людей всех возрастов, профессий и интересов. Если вы задумались о том, как сделать подарок, который не станет простой формальностью, а будет постоянно напоминать о вашем бренде, то настольная игра от компании Playwork – идеальный выбор.

Игра – это уникальный шанс показать ценность вашей компании для клиентов и партнеров через яркие образы и эмоции. Playwork руководствуется огромным мировым опытом в настольных играх, предлагая наиболее популярные и проверенные механики. Каждая игра разрабатывается индивидуально, с учетом целевой аудитории и задач, которые стоят перед заказчиком. Это делает ее по-настоящему эксклюзивным подарком. А собственное производство позволяет сократить сроки печати и отвечать за качество каждой коробки, которую вы вручаете.

ЗАДАЧИ, С КОТОРЫМИ СПРАВИТСЯ НАСТОЛЬНАЯ ИГРА:

- **повысить узнаваемость и запоминаемость.** Широкие возможности персонализации подчеркнут фирменный стиль компании и раскроют визуальный образ бренда.
- **Увеличить продажи и привлечь новых потребителей.** Корпоративная игра стимулирует продажи, повышая средний чек покупки.
- **Транслировать ценности и идеи.** Лучше всего этот посыл могут отразить свойства и механика игры.
- **Информировать клиентов и партнеров.** Настольная игра расскажет много важного и полезного о компании, продукции или услугах.
- **Познакомить с новым продуктом.** Ваши клиенты смогут опробовать новинки в игровой форме, что ускорит принятие решения о покупке.
- **Оставить приятное «послевкусие».** Положительные эмоции от процесса игры создают дополнительную позитивную связь с вашим брендом.
- **Выразить благодарность.** Сделав такой подарок клиентам, партнерам, сотрудникам, вы подчеркнете свое уважение и признательность.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БРЕНДИРОВАННЫХ НАСТОЛЬНЫХ ИГР

- **Корпоративные мероприятия** (юбилей компании, Новый год и т.д.). В отличие от традиционных и зачастую банальных бизнес-подарков, игры всегда будут пользоваться повышенным интересом, так как они позволяют весело и увлекательно провести свободное время.
- **Отраслевые выставки, праздники и презентации.** Корпоративная игра станет приятным знаком внимания для деловых партнеров, журналистов, PR-менеджеров.
- **Промоакции.** Бизнес-игры могут опираться на реальную информацию, связанную с философией бренда, деятельностью компании или новинками ассортимента. Такие «настолки» можно использовать как образовательные пособия.
- **Памятные оригинальные сувениры.** Даже при невысокой стоимости – это отличное подтверждение статуса вашей компании и уважительного отношения к клиентам и партнерам.



Самый свежий проект – игра для одной из торгово-производственных компаний. Перед нами стояла очень амбициозная задача – показать масштабность организации, ее основные активы и производственные мощности, а также бренды, которые она представляет. При этом игру надо было сделать в удобном и понятном семейном формате. В нее удалось включить даже историю компании, которая будет выгодно дополнять игровой процесс.



КАК ПРОИСХОДИТ РАЗРАБОТКА ИГРЫ НА ЗАКАЗ

Создание игр, обладающих уникальной механикой и адаптированных под конкретную компанию, экономически обосновано при тираже от 300 штук. Но это не значит, что **Playwork** не сможет сделать меньше.

Любой заказ проходит две основные стадии – разработку и производство. Вначале необходимо определиться с концепцией, сценарием и игровой механикой. При небольшом тираже или ограниченном бюджете целесообразно остановиться на одном из вариантов готовой механики, в то время как эксклюзивные заказы, решающие специализированные задачи, предполагают разработку проекта с нуля. Дизайн и оформление полностью адаптируются под пожелания заказчика.

Сам же производственный процесс включает в себя печать, каширование, вырубку и сборку игры. Влияние на стоимость оказывают такие факторы, как размер тиража, используемые материалы, игровые компоненты, варианты упаковки (от простой до премиальной).

На разработку геймплея без учета согласований уходит от двух недель до месяца, при этом выполнение макетов и отпечатка тиража могут вестись параллельно, что поможет сэкономить время. В итоге вы сможете стать счастливым обладателем собственной игры уже через 1-2 месяца после обращения в компанию.

Компания **Playwork** работает как с конечными заказчиками, так и с рекламными агентствами.



Один из самых запоминающихся опытов разработки игр выдался на период самоизоляции. Для загородного отеля *Welna Eco Spa Resort* мы придумали «настолки» с дистанционным распространением в формате «распечатай и играй». Нужно было всего лишь распечатать по одному листу А4 для каждого из игроков, что позволило сократить расходы на отпечатку игр, а также привлечь внимание к бренду на фоне пандемии.



Крупнейшая мировая группа компаний *Bilstein Group* отметила 175-летний юбилей разработкой собственной настольной игры. По просьбе заказчика в геймплей были включены: основные бренды, представленные компанией, 56 продуктовых групп, а также услуги клиентского сервиса. Кажется невероятным, но все это удалось органично объединить в очень интересной игре, которая произвела настоящий фурор среди получателей.



Предновогодний тираж игр – от 100 экз. Срок изготовления – от 1 до 3 месяцев, в зависимости от сложности заказа и формата игры. География сотрудничества – Россия и СНГ.

8 (920) 454-85-21
Playwork@inbox.ru

В НОВЫЙ ГОД С НОВЫМИ ПОДАРКАМИ!

Уходящий год выдался крайне непростым, и все мы надеемся, что приближающийся 2021 год Белого Быка будет более благосклонным. Ну а чтобы читатели GIFT Review могли «задобрить» духов новогодней ночи и встретить праздник во всеоружии, редакция подготовила небольшую, но емкую подборку подарков на любой вкус. Здесь есть всё – от елочных украшений до моделей автоматов.



РЮКЗАКИ, СУМКИ, КОСМЕТИЧКИ, ПОДАРОЧНАЯ УПАКОВКА

Предлагаем собственные решения или изготовим на заказ. Располагаем всем необходимым для изготовления заказов в срок по минимальным ценам.

ООО «ДЕЛАЙТ-ПРОМО»
delight-promo@yandex.ru
8 (901) 281-90-90
www.bauil.ru

ЕЖЕДНЕВНИК ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ PALADIS

Кожаный ежедневник со сменным внутренним блоком для записей на кольцевом механизме. Оснащен дополнительными кармашками для телефона и ручки с внутренней стороны обложки. Блок 100 листов, недатированный, бумага цвета «айвори». В издании используется натуральная кожа – экологичный и долговечный материал, а также кольцевой механизм, подходящий для стандартных блоков бумаги, доступных в любом магазине канцтоваров. Поэтому этот ежедневник будет радовать обладателя долгие годы и элегантно подчеркнет его статус и стиль. Отличный подарок для себя, друзей или деловых партнеров.



Paladis
8 (910) 909-05-82
www.leather.ru

МАКЕТ АВТОМАТА АК-47

Компания Boxglass предлагает макет неповторимого автомата по мотивам игр CS:GO | PUBG | RUST. Модель АК-47 полностью соответствует оригиналу. Детально проработан каждый элемент с сохранением реальных размеров оружия. Металл и дерево объединены в идеальном сочетании вкуса и стиля. АК-47 | Asiimov был добавлен в игру в составе коллекции «Запретная зона», вышедшей в рамках обновления Welcome to the Danger Zone. Автором скина является Coridium. Скин выполнен в футуристическом дизайне. Корпус автомата окрашен в белый цвет, поверх фона нанесен геометрический орнамент из черных и ярко-оранжевых полос. Дизайн дополнен графическими элементами в виде крестов и геометрических фигур, расположенных на различных частях корпуса.

Boxglass | VR/AR Laboratory
8 (499) 322-99-21
www.boxglass.ru



ГЛИНТВЕНЕЦ

Оригинальный леденец-шар для приготовления глнтвейна, который можно опустить в кастрюлю с горячим вином и получить ароматный согревающий напиток. Упаковка в прозрачную пластиковую коробку диаметром 20 см, в набор входит рецепт и брендированные наклейки по бокам коробки. На дне упаковки бумажная вкладка с рецептом и брендингом. Можно дополнить глиняными кружками или бокалами.

Podarking
8 (915) 007-80-14
www.podarking.me

ЁЛОЧНЫЙ ШАР «БЛАГОПОЛУЧНЫЙ»

С этим «зачарованным» шаром у вас будет чудесный год! Мох считается символом спокойствия, умиротворения и равновесия. А толкователи снов видят в нем знак терпения и предвестника идеи, которая впоследствии принесет значительные плоды. Диаметр шара 6 см. Цветы в шарах бережно высушены и сохраняют цвет, если их беречь от прямых солнечных лучей. Ручная работа. К каждому шару прикреплена бирка с теплым пожеланием, составленным по мотивам легенд и поверий.

«Зачарованные Ёлочные Шары»
8 (926) 653-70-66
zacharovannye.pp



23-25 МАРТА 2021

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



CHRISTMAS BOX. ПОДАРКИ

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

«МИР ДЕТСТВА» – КОРПОРАТИВНЫЕ СУВЕНИРЫ ОТ 0 ДО 100+

Кукла – одна из самых древних вещей, созданных человеком. Она сопровождает его с самого рождения: куклы помогают ребенку развиваться и познавать мир. Но и вырастая, люди не перестают любить глазастых милашек: кому-то они напоминают о счастливой поре детства, у кого-то украшают домашний интерьер или рабочий стол. Каждый обрадуется, когда бизнес-подарок сопровождает милая игрушка. В этой статье компания «Мир детства», специализирующаяся на детских товарах, расскажет о своем поистине впечатляющем ассортименте и даст несколько полезных советов по выбору памятных сувениров.

ПЕРВЫЕ ДРУЗЬЯ

Когда речь заходит о подарках детям сотрудников на Новый год, День защиты детей или к рождению ребенка, мысли о сладостях, плюшевых игрушках и куклах приходят в голову в первую очередь. Сориентироваться в огромном количестве предложений непросто, и тут пригодятся несколько важных советов по выбору корпоративного подарка от известного российского детского бренда.

Дарья Смирнова, бренд-менеджер группы компаний «Мир детства»:

«Наша компания выпускает товары для самых маленьких под брендами «Мир детства» и «Курносики» более 25 лет, мы накопили большой опыт. Покупатели часто спрашивают: «Может быть, куклы – это несовременно, и детям надо покупать электронные игрушки?» По нашему мнению, гаджеты и традиционные куклы прекрасно уживаются вместе в детской современного малыша. Многие гаджеты удобно использовать для обучения ребенка в увлекательной форме. Однако ничто не заменит малышу любимую мягкую игрушку и куклу: они для него живые, одушевленные, это его маленькие друзья, с кото-



рыми он общается, гуляет, обедает, кому доверяет свои секреты. Традиционная кукла – более безопасный подарок, нежели электронная: она не может негативно повлиять на здоровье и развитие малыша, у нее нет жестких возрастных ограничений от психологов и педиатров».

Наш главный совет – в качестве подарков детям сотрудников постарайтесь выбрать наиболее универсальную игрушку. Например, отлично подойдут куклы, текстильные игрушки, игрушки для купания – они обрадуют и самых

маленьких, и тех, кто постарше. Обратите внимание на размер и цвет изделия: игрушка не должна быть слишком большой, чтобы ее было удобно разместить в подарочной упаковке, а цвет предпочтительно выбрать нейтральный, без так называемой «гендерной» привязки.

Очень популярны символы года, но куда приятнее получить что-то кроме магнитика или одноразовой наклейки. Если талисманы, которые вы заказываете сейчас на Год Белого Быка 2021, будут выполнены в форме игрушечных бычков и коровок, их не выбросят после праздника, и они надолго станут любимцами всей семьи.





ИГРАЮТ ВСЕ!

Конечно, играть любят не только дети. Взрослые, уставшие от бешеного ритма жизни, с удовольствием расставляют забавные игрушки на тумбочках в спальне и на кухонных подоконниках, подвешивают в машинах и привязывают к рюкзакам. Даже серьезные мужчины коллекционируют игрушки – впрочем, обычно они выбирают авторские изделия с энергичными образами. А вот милые дамы от всего сердца радуются плюшевым сувенирам и традиционным куколкам.

РАДОСТЬ В ПОДАРОК

Компания «Мир детства» выпустила целую линейку текстильных кукол – это универсальный подарок, который подойдет и малышам, и взрослым. Традиционный корпоративный ежедневник прекрасно дополнит также



музыкальная игрушка, игрушка для ванны в виде забавной зверушки, классическая уточка или игрушка-символ года.

ДАРИТЕ ИГРУШКИ!

- Это универсальный корпоративный сувенир для любого возраста.
- На игрушку можно нанести фирменный логотип.
- На игрушку можно нанести фирменный логотип.
- Такому подарку обрадуются все.
- Вы подарите людям радость за очень небольшие деньги.
- Игрушки оживят интерьер офиса и наполнят теплом и уютом дом.
- Эмоции от такого подарка надолго останутся в памяти.



«Мир детства»
8 (495) 363-14-05 info@mirdetstva.ru www.mirdetstva.ru

ВСЁ ЛУЧШЕЕ – ДЕТЯМ: ПОДАРКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ СОТРУДНИКОВ

Наверное, каждый, кто получал в детстве к Новому году красочные картонные сундучки с конфетами с папиной или маминой работы, согласится, что подарки для детей сотрудников – важный элемент корпоративной культуры, который не теряет своей актуальности и сегодня. Кроме того, такие презенты часто служат благотворительным целям. Из нашего лонгрида вы узнаете, как порадовать малыша и сделать трендовый подарок подростку, что такое детский онлайн-подарок и как повысить лояльность к бренду, обращаясь к самой юной аудитории.

СЛОВО ПОСТАВЩИКАМ



АЛИЯ КЕШИШЬЯН,
менеджер по внешним
коммуникациям компании
«Проект 111»

www.gifts.ru

Детские подарки – стремительно развивающаяся категория. Конечно, новогодние сладости в красивых рюкзачках в виде зверушек остаются классикой, но все больше компаний отходят от съедобных подарков. Причина тому – невозможность угадать диетические особенности детей всех сотрудников, да и в целом желание делать качественные брендированные истории. Большой сегмент, который только набирает обороты, – детские ланчбоксы, бутылки для воды, наборы для приготовления мороженого и прочие красивые и полезные аксессуары. Интересные модели в этом сегменте предлагают бренды Asobu и Zoku. Аргументом в пользу выбора таких подарков также становится возрастная универсальность, они подходят для детей от 0 до 18 лет.

Для младшего возраста всегда актуальны игрушки. В качестве символа года каждый год появляются все новые звери. Однако есть еще одна категория, которая востребована вне зависимости от китайского гороскопа. Это игрушки с благотворительной составляющей. Например, «Проект 111» уже несколько лет сотрудничает с социальным проектом «Летающие звери», отчисляя средства с продажи каждой игрушки в пользу фонда AdVita. Для родителей детские подарки напи-



таны особыми эмоциями и, пожалуй, это тот случай, когда дополнительная информация о социальной ответственности бизнеса будет крайне уместна. И самое главное, такие подарки помогают фондам распространять информацию о своих проектах и привлекать внимание новых людей.

Из милых мелочей сейчас популярны светоотражатели разных форм, цветные карандаши с нанесением креативных надписей, головоломки, дорожные игры. Развивается направление детской одежды. Мягкий хлопок и продуманный крой дополнились возможностью печати гипоаллергенными красками DTG, что расширяет возможности брендирования. Также появилась серия одежды для новорожденных бренда Moltі, идеальная в качестве презента сотрудникам на рождение ребенка.

В целом можно отметить расширяющийся спрос на детские подарки: кроме Нового года, рождения детей, это теперь и наборы к школе, и сеты на семейные корпоративные мероприятия, и детский мерч в пару ко взрослому. Все это влияет на формирование корпоративной культуры, выходящей далеко за пределы офиса.





ОЛЬГА КОЛГУНЧИК,
директор по развитию
компании «Нью-Тон»

www.present.new-ton.org

ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: Некоторая дифференциация все же есть, так как у трехлетнего ребенка и тринадцатилетнего подростка абсолютно разные интересы. Но есть и счастливые исключения. Силиконовая бутылка для питья модной расцветки порадует и подростка, который любит яркие вещи, и маму малыша удобством, функциональностью и безопасностью, а трехлетке подойдет в качестве веселой игрушки, которую можно скручивать, мять, бросать, и родители ее не отнимут.

ВОПРОС: *Как вы считаете, повышают ли «семейные» корпоративные подарки лояльность к бренду?*

ОТВЕТ: Да, разумеется. Обратите внимание, с каким удовольствием люди постят фотографии своих детей в соцсетях и с какой теплотой они относятся к тем, кто ставит лайки или оставляет одобрительные комментарии. Люди любят тех, кто любит их детей, – это аксиома.

Что касается брендирования детских подарков, возможно, будет полезно к основному логотипу добавить элемент, который вызовет приятные эмоции у самих детей, чтобы им хотелось щеголять презентом, а не поворачивать его небрендированной стороной. Кроме того, существует много подарков-спутников основного продукта. Вот на них и можно обратить внимание. Для конфет хорошо подойдет рюкзачок в виде игрушки или в фирменных цветах компании, который затем будет использоваться для школы или путешествий. Или можно изготовить банку с логотипом для сладостей, которая пригодится для хранения мелких игрушек, канцелярских мелочей или других детских драгоценностей.

ВОПРОС: *Каковы тренды в данном сегменте сувенирки?*

ОТВЕТ: В тренде по-прежнему товары для спорта и здорового образа жизни, например, наборы для игр на открытом воздухе: фрисби, воздушные змеи, аэромячи, бадминтон. Пользуются успехом развивающие игры, головоломки для компании – микадо, дженга и прочие. Также детей всегда радуют полезные и яркие канцелярские принадлежности, раз-



нообразные объемные и голографические наклейки, мелки, смарт-часы, кружки с интересным рисунком.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о наиболее ярких кейсах, связанных с детской сувениркой.*

ОТВЕТ: В качестве примера можно привести систему мотивации нашего образовательного центра «Нью-Тон», в котором занимаются дети от двух лет и старше, подростки и взрослые. Мы ввели внутреннюю валюту – ньюткоины, которую слушатели получают за выполнение определенных заданий и успехи в учебе. Накопленные ньюткоины можно обменять на ценные призы, скидки, билеты на мероприятия и другие интересные бонусы. Среди призов – созданные нашей компанией промосувениры: bluetooth-колонка, ручка с подсветкой, термокружка, письменный набор, стильный рюкзак. На все изделия нанесен логотип образовательного центра, так что получивший подарок ребенок, показывая свой приз друзьям и их родителям, становится как бы распространителем рекламы ОЦ «Нью-Тон».





ЛЮБОВЬ ЕРМОЛАЕВА,
управляющий партнер
компании BuySocial

www.buysocial.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы предлагаете?*

ОТВЕТ: И детские, и взрослые подарки от BuySocial полностью состоят из продукции российских предпринимателей, которые создают классные вещи с душой, решая при этом социальные и экологические проблемы. Например, дают работу людям с инвалидностью, пожилым людям в глубинке, выпускникам детских домов, генерируют пожертвования на благотворительность или производят экопродукты из повторно используемых ресурсов. Получается двойная радость – и от самого подарка, и от того, что, получая его, поддержал замечательные проекты.

ВОПРОС: *Правда ли, что детские подарки заказывают только в крупных компаниях, которые придерживаются высоких международных стандартов корпоративной этики?*

ОТВЕТ: Да, большинство наших клиентов – это крупные компании с высокими этическими стандартами. Хотя бывают заказы и от небольших организаций, активные и отзывчивые сотрудники которых решают сделать выбор в пользу неординарных социальных и экологических сувениров.

ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: Некоторые компании собирают информацию по возрасту детей сотрудников и подбирают презенты, подходящие для каждой группы. Хотя чаще, конечно, ищут универсальные варианты или такие, которые можно немного адаптировать в соответствии с возрастом. К примеру, Rambler Group заказал у нас чудесные варежки с плетением «косичкой», резинкой и брендированным шильдом. Мы специально выбирали и согласовывали оттенок пряжи в корпоративной гамме и состав шерсти, подходящей для нежных детских рук. Все дети получили одинаковые подарки, но мы учли возраст и подготовили варежки нужных размеров. А вязали их бабушки из маленького города Луховицы.

По-прежнему популярный универсальный детский подарок – сладости. Но и тут можно удивить маленьких сладен благодаря креативности социальных предпринимателей.



В нашем ассортименте есть разнообразные конфеты, зефир и шоколадные яйца с персонажами первого российского благотворительного мультсериала «Летающие звери». Анимационная студия «Да!» продает производственным компаниям лицензию на использование изображений героев своего мультфильма, а вырученные средства направляет на благотворительность в фонд Advita.

Мы также очень рекомендуем дарить детям натуральные и полезные сладости. Идеальный вариант – шоколад на меду. В нем нет никаких искусственных добавок – только кусочки малины, клубники, манго, банана, кокоса. К съедобному подарку прилагается раскраска. Такой уникальный шоколад производится в местечке Гагаринская новоселка Ярославской области. Шоколадная мануфактура дает работу жителям соседних сел, в том числе людям с инвалидностью.

ВОПРОС: *Каковы тренды в данном сегменте сувенирки?*

ОТВЕТ: Заметный тренд – развивающие подарки, связанные с играми, творчеством, конструированием. Например, у нас был крупный заказ на настольную игру Memo, тренирующую память. Особенность версии от BuySocial – то, что на всех карточках рисунки талантливых детей – подопечных Художественного центра «Дети Марии».

Другой пример – набор для сборки деревянной кормушки для птиц, включающий в себя элементы домика, краски, кисточку и корм для птичек, а также деревянную елочную игрушку – птичку, которая остается у ребенка на память. Такой занимательный и добрый подарок был реализован в мастерской «Руки Оттуда», дающей опыт первой работы и заработка выпускникам детских домов.





ЕКАТЕРИНА РАЗУМОВА,
руководитель корпоративного
направления компании Gmoji

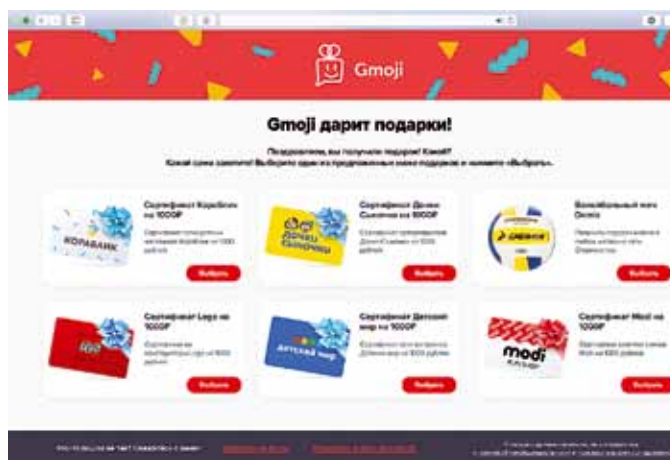
www.gmoji.business

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Gmoji – это настоящий подарок в цифровой упаковке. Мы переводим любой товар в уникальную ссылку, чтобы компании могли поздравлять, поощрять, поддерживать своих сотрудников или клиентов, где бы они ни находились. В нашем каталоге около 1000 разных подарков. Например, компании могут заказать у нас футбольный мяч, книгу или электронный сертификат в детский магазин.

ВОПРОС: *Правда ли, что детские подарки заказывают только в крупных компаниях, которые придерживаются высоких международных стандартов корпоративной этики?*

ОТВЕТ: Да, наши основные клиенты – это крупные компании. И дело тут, наверное, даже не в международных стандартах и корпоративной этике работодателей, а в широкой географии проживания сотрудников и клиентов таких организаций.



Одна из важных задач, которую решает Gmoji для корпоративных клиентов, – это доставка. Компания отправляет сотруднику или клиенту ссылку на подарок через любой удобный мессенджер, а получить его он может в своём городе, потому что с нами работают федеральные торговые сети.

ВОПРОС: *Есть ли сезонность в заказах детских подарков?*

ОТВЕТ: Обычно такие подарки заказывают к тематическим датам: Новый год, 1 сентября, День защиты детей. В крупных компаниях – на дни рождения детей сотрудников. А сейчас мы начинаем работать с детским центром Zoom Party Номе, который помимо детских онлайн-праздников предлагает услуги онлайн-няни. Думаю, это очень актуально для родителей, которые работают из дома. Возможно, данная категория не будет зависеть от конкретных дат, ведь подписка на такой сервис актуальна в любой день.

ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: В этом году у нас появилось беспроигрышное решение, которое называется Gift List. Оно представляет собой ссылку на сайт, на

котором вы видите несколько вариантов подарков и можете выбрать любой из них. Компания заплатит только за востребованные подарки. Кастомизацию сайта и техническую поддержку осуществляем мы.



НАТАЛЬЯ ГОГОЛЕВА,
директор по маркетингу
типографии «Акцент»

www.accent.su

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы предлагаете?*

ОТВЕТ: В последние несколько лет мы вручали новогодние презенты, и это были не связанные напрямую с нашей типографией подарки-эмоции: фотосессия с животными-символами года, сладости ручной работы в виде сказочных животных, полезные мелочи мамам малышей и др. Каждый год мы проводим внутренние конкурсы детского творчества и разыгрываем ценные призы. Кроме того, мы печатаем подарочные ланч-боксы, кашированные коробки и необычные календари, где главными действующими лицами выступают сотрудники компании и их дети.





ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: На наш взгляд, универсальный подарок – это всегда вопрос баланса креатива и его стоимости. Например, в советскую эпоху книга считалась прекрасным подарком для всех без исключения. Современным детям угодить гораздо сложнее. Подарок должен дарить сильные эмоции, возможно – но не обязательно – чему-то учить, развивать. Конструкторы, пазлы, головоломки, интерактивные девайсы всегда

будут интересны юной аудитории. А вот сам материал будет меняться в зависимости от возраста детей, времени и страны, где он изобретен.

ВОПРОС: *Как вы считаете, повышают ли «семейные» корпоративные подарки лояльность к бренду?*

ОТВЕТ: Да, детские подарки делают сотрудников более лояльными к работодателю. Особенно если удастся удачно подобрать презент, связанный с деятельностью компании.



ЮЛИЯ ТАРАСОВА,
основательница агентства
корпоративных подарков
Lintu

www.lintu.biz

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Мы большие фанаты актуальных и развивающих подарков для детей. Конфеты в мягкой игрушке – это самое простое, но и самое скучное решение. Мы же считаем, что ребенок – более взыскательный получатель подарка (ведь ему дарят множество игрушек и сюрпризов в течение года), и требования к такому презенту иногда даже выше, чем к взрослому. Поэтому мы предлагаем развивающие подарки для деток помладше и трендовые актуальные новинки для подростков.

ВОПРОС: *Правда ли, что детские подарки заказывают только в крупных компаниях, которые придерживаются высоких международных стандартов корпоративной этики?*

ОТВЕТ: В крупных компаниях культура дарения детских подарков более развита. Но мы видим прекрасную тенденцию, что компании малого и среднего бизнеса тоже хотят порадовать деток своих сотрудников. У нас таких клиентов с каждым годом становится все больше.

ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: На мой взгляд, универсальный подарок без привязки к возрасту – это утопия. Согласитесь, что ребенок 5 лет и 16 лет – это кардинально разные личности, с совершенно разными интересами. И подарки у них тоже должны быть



разными. В своей практике мы чаще всего встречаем такое разделение по возрастам: до 7 лет (дошкольники) и от 7 лет (школьники). Это выглядит наиболее правильным решением – такой подход и учитывает интересы ребенка, и рационален с точки зрения бюджета (тиражи не сильно дробятся, а от этого зависит конечная цена подарка).

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о наиболее ярких кейсах, связанных с детской сувениркой.*

ОТВЕТ: Для нашего клиента Mail.ru group мы разработали и произвели развивающие коврики, которые дарят на рождение ребенка. Было придумано решение: символ @ (который напрямую ассоциируется с Mail.ru group) в центре, а чтобы это было интересно и ярко, его сделали в виде радуги. У коврика много милых деталей для малышей, он мягкий, его можно расстелить на газоне на даче, так как обратная сторона сделана из непромокаемой ткани. Отзывы, конечно, были самые восторженные.

И второй пример, о котором хочется рассказать, – это космический набор для компании «Роснефть Битум». В этом подарке интересный рюкзачок в виде ракеты – мы очень любим такие решения для детской упаковки, дети носят с удовольствием, а взрослые спрашивают, где такое достать. Внутри удобная подушка космического путешественника, космическое питание и другие интересные штучки для маленьких первооткрывателей космоса.



ДАРЬЯ СМИРНОВА,
бренд-менеджер группы
компаний «Мир детства»

www.mirdetstva.ru
www.kurnosiky.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Группа компаний «Мир детства» выпускает товары для самых маленьких с 1994 года. Детям сотрудников мы предлагаем текстильные куклы, мягконабивные игрушки, игрушки для купания. Бытовой химией, товарами для гигиены, косметической продукцией под нашими брендами «Мир детства» и «Курносики» (шампунь, кремы, пена для мытья, влажные салфетки и т.д.) может пользоваться вся семья, и таким подаркам рады и дети, и взрослые.

ВОПРОС: *Существует ли универсальный детский подарок, без привязки к полу, возрасту, увлечениям ребенка?*

ОТВЕТ: На наш взгляд, отличным примером универсального подарка может стать текстильная кукла. Мы создавали их, опираясь на советы детских психологов. У наших игрушек озорные прически, настоящие платья, а по улыбкам видно, что они любят играть и веселиться. Есть очень романтичные куклы-феи с ангельскими личиками и крылышками, есть куклы с манящей «недосказанностью» в вышитых лицах – эксперты по играм утверждают, что чем меньше в игрушке определенности и ограничений в использовании, тем больше простора для фантазии и развития творчества. Есть куклы-зверушки, их выбирают для мальчиков. ПВХ-игрушки для ванны, моющиеся книжки, кубики – это тоже универсальные подарки.

ВОПРОС: *Как вы считаете, повышают ли «семейные» корпоративные подарки лояльность к бренду?*

ОТВЕТ: Конечно! Оптимально, если подарок соответствует сфере деятельности компании. Тогда он в течение продолжительного времени будет напоминать о вашем бренде и о проявленном к партнерам внимании. Например, под Новый год мы вручаем подарки многодетным семьям: косметику, игрушки, бутылочки, соски, прорезыватели, фартучки, детскую посуду. От благотворительных фондов и медицинских центров всегда есть запросы на нашу детскую косметику, в том числе, конечно, мы оказывали благотворительную по-



мощь врачам в период борьбы с пандемией коронавируса: маски и перчатки очень натирают, а детские кремы имеют хороший заживляющий эффект.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о наиболее ярких кейсах, связанных с детской сувенировкой.*

ОТВЕТ: Расскажу об опыте сотрудничества с компанией «АльфаСтрахование». Мы изготовили более 23 000 детских бутылочек под торговой маркой клиента с логотипом социального проекта ALFABABY. Мы нанесли на товар логотип и специально разработанный принт и изменили цвет фурнитуры по запросу клиента. Выпуск брендированных бутылочек был приурочен к социальной акции группы «АльфаСтрахование-ОМС»: родителям новорожденных при оформлении медицинского полиса вручались прививочные сертификаты с информацией о вакцинации и подарки-сюрпризы ALFABABY. Для нашего заказчика, социально ответственной компании, это было эффективным вложением в продвижение акции, направленной на предупреждение заболеваний и поддержку профилактической вакцинации, а для «Мира детства» – возможностью оказать поддержку проекту, имеющему большое общественное значение.





ЕВГЕНИЯ МАВРИНА,
советник по внешним
коммуникациям
ОТК «ЮниТранс»

www.multirail.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для детей сотрудников вы заказывали?*

ОТВЕТ: Выбор таких подарков часто отнимает больше времени и сил, чем заказ любой другой корпоративной сувенирки. Подобрать некий универсальный презент, который бы подошел ребенку любого возраста и пола, практически невозможно, поэтому приходится продумывать несколько вариантов с учетом возрастных групп и интересов.

В разные годы общее количество детей в возрасте до 14 лет у сотрудников компании варьировалось от 5 до 50, и иногда нам приходилось закупать до 10 вариантов подарков, при этом четко следить, например, чтобы у близнецов или погодок в одной семье они были похожие, но не одинаковые.

Каждый раз мы определяем единую подарочную концепцию и стараемся ее придерживаться. Например, в один год подбираем соответствующие возрасту развивающие игрушки и головоломки, в другой – настольные игры, в третий – книги.

Был год, когда мы дарили DVD-диски: для детей постарше – с интересными научно-популярными фильмами о космосе, природе, а маленьким – познавательные мультфильмы. Помню, что остановились на подборке серий «Смешариков», а в довесок к диску малышам дарили символ года – плюшевого Кроша. У моей дочери он сохранился до сих пор.

Если останавливаемся на варианте сладких подарков, то обязательно выясняем, нет ли у кого-то из детей противопоказаний, и также дифференцируем сладости по возрасту. Особое внимание уделяем составу и качеству изделий. Поскольку сладости съедаются, важно, чтобы от подарка осталось что-то на память, хотя бы игрушка – символ года. В прошлом году сладкие подарки у нас были упакованы в не-



большие рюкзачки, которые потом дети могли использовать для личных вещей, игрушек или сменной обуви.

Однажды в качестве новогоднего презента мы предоставляли билеты на ледовое шоу «Щелкунчик» для всех сотрудников компании и их детей – в результате получилось семейное корпоративное мероприятие.

ВОПРОС: *Как вы считаете, повышают ли «семейные» корпоративные подарки лояльность к бренду?*

ОТВЕТ: Повышения лояльности добиться вполне реально, но «сработает» подарок только в том случае, если одновременно угодит обоим адресатам – и родителю, и ребенку. Презент должен быть, с одной стороны, полезным и качественным, а с другой – интересным и актуальным. Если ребенку пришелся по душе сделанный нами подарок, то родитель – наш сотрудник – тоже испытает по этому поводу целый спектр положительных эмоций и, уверена, не забудет об их источнике, даже если сувенир не брендирован.

Еще один важный момент: необходимо следить, чтобы стоимость презентов не различалась, иначе вместо повышения лояльности к компании они вызовут негативные эмоции и раздор в коллективе. По той же причине, как бы странно это ни звучало, подарки разным половозрастным группам не должны сильно отличаться по габаритам.

ВОПРОС: *Пожалуйста, приведите пример самой нестандартной идеи в этой области, которую удалось реализовать.*

ОТВЕТ: Пожалуй, самым интересным подарочным проектом в моей практике у предыдущего работодателя – транспортной компании – был комплект корпоративной сувенирной продукции, изготовленной по итогам проведенного среди сотрудников творческого фотоконкурса на тему «Дороги». Фотографии, победившие в ходе электронного голосования всех сотрудников, вошли в корпоративный перекидной календарь и попали на обложку набора брендированного шоколада. Эти шоколадные наборы мы вручили детям в составе новогодних подарков, ребята были счастливы и горды тем, что на шоколадке напечатана фоторабота их родителя. И конечно, шоколад был вкусный и качественный.



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



Главная выставка года
для вашего бизнеса

Сентябрь **8-10**
2020 Сентябрь



Россия / Москва
МВЦ Крокус Экспо

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

ПОСТВИРУСНАЯ ЭПОХА:

«Коронавирус», «пандемия» и «самоизоляция» – пожалуй, самые часто употребляемые слова начиная с марта 2020 года. Новый грозный вирус повлиял на все сферы нашей жизни и, конечно, не обошел стороной и бизнес. В преддверии нового сувенирного сезона мы решили выяснить, как выживали предприниматели в период кризиса, как менялся их подход к работе и чего следует ожидать в ближайшие месяцы.

ОТВЕЧАЮТ ПОСТАВЩИКИ

1. Какие меры вы предпринимали при объявлении режима самоизоляции?
2. Отнеслись ли партнеры с пониманием к новым реалиям?
3. Удалось ли получить поддержку от государства?
4. Удаленная работа – плюсы и минусы?
5. Какая сувенирка стала наиболее востребованной в период пандемии?
6. Каковы ваши прогнозы на сувенирный сезон осень-зима 2020-21?

ОЛЬГА МАХОТИНА,
директор компании «БОНПОДАРКИ»
(поставки и брендинг корпоративной сувенирной продукции)

www.bonpodarki.ru



1. Разработали новый продукт в сегменте b2c. Стали активнее в соцсетях.
2. Несмотря на существенное снижение оборотов, долгов и конфликтов не было.
3. Получили кредит на заработную плату.
4. Минус – удаленная работа заказчиков и полное снижение спроса со стороны ивент-индустрии.
5. Каждый подарок стал более ценным для получателя. Внезапно возник большой спрос на серые цвета и монохромное нанесение.
6. Продолжится тренд к падению в сравнении с предыдущими периодами.



СТАНИСЛАВ ШТРИХ,
директор компании «Штрих Ру»
(маркетинговые решения в области сувениров, полиграфии и дизайна)

www.shtrih.ru



1. Комплексно подошли к вопросу сокращения расходов, совместно с поставщиками запустили клиентскую программу Summer Time, существенно расширили пул поставщиков и добавили несколько новых продуктов, улучшили внутренние коммуникации в компании.
2. К счастью, ни одного контракта мы не сорвали, наша команда прекрасно справилась со всеми сложностями (а их было немало).
3. Господдержку пока не получили, но надеемся войти в программу льготного кредитования.
4. Так как мы подошли к кризису с очень развитой IT-инфраструктурой, то почти не испытали сложностей: плавно перевели всех сотрудников на удаленку и даже улучшили качество работы.
5. Пока мы не заметили существенного изменения в структуре продаж, хотя был краткосрочный всплеск интереса к товарам, связанным с пандемией.
6. Мы поставили себе цель – повторение результатов продаж 2019 года, но, конечно, все будет зависеть от эпидемиологической ситуации и введения каких-либо ограничений.



АНТОН ВЕРТ,
владелец компаний Vertcomm и Merchcomm (корпоративные подарки, дизайн мерча, создание мерч-шопов для брендов и блогеров)

www.vertcomm.ru
www.merchcomm.ru



1. Провели оптимизацию расходов, поработали с дебиторкой, согласовали кредитные линии с поставщиками, создали новые креативные концепции для клиентов и даже вышли на рынок доставки по СНГ и миру и запустили новое направление бизнеса.
2. Было полное взаимопонимание и взаимовыручка. Основные поставщики каталожной продукции повели себя наилучшим образом, предоставив необходимые условия, сервисы и цены, чтобы максимально безболезненно пройти этот этап.
3. Нет.
4. В ходе карантина мы научились грамотно распределять время, отточили навыки тайм-менеджмента.
5. Защитные маски с логотипом, подарочные наборы для онлайн-конференций и корпоративов.
6. Наша политика в данный момент – никаких ожиданий, живем здесь и сейчас, так как все меняется слишком стремительно. Однако, судя по заказам, корпоративные клиенты уже начинают готовиться к Новому году.



КАК ПАНДЕМИЯ ПОВЛИЯЛА НА СУВЕНИРНУЮ ИНДУСТРИЮ

ОТВЕЧАЮТ ПОСТАВЩИКИ

ОЛЬГА ЖУКОВА,
генеральный директор
«Первой Сувенирной
Компании» (создание
корпоративных подар-
ков, брендинг, дизайн)



www.1souvenir.ru

1. Сократили офисные площади и штат сотрудников. Начали продавать новые виды товаров – многоразовые защитные маски и антисептики.

2. Обоюдное понимание и поддержка.

3. Получили два кредита от государства, чему безмерно рады. Хотя, конечно, этого недостаточно – потерь за три месяца самоизоляции было гораздо больше.

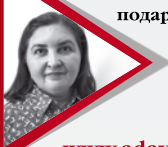
4. Плюс удаленной работы в том, что никто не отвлекает, минус – постоянные онлайн-конференции и телефонные переговоры.

5. Маски, санитайзеры, но это, скорее, печальная необходимость, а не тренды.

6. Прогноз один – стремиться сделать по максимуму в августе и сентябре, сохранять терпение, энергию и позитив.



ЛЮБОВЬ ЯМШАНОВА,
директор агентства
маркетинговых комму-
никаций «День РА»
(производство
корпоративных
подарков)



www.adayra.ru
www.skladgifts.ru

1. Провели SWOT-анализ и поняли, в чем наши сильные стороны. Стали генерировать новые продукты, купили 3D-фотополимерный принтер последнего поколения, переехали на новый сайт и обновляем CRM-систему.

2. Из-за карантина наш поставщик временно приостановил работу и не мог вовремя отгружать тендерный товар. Увеличились транспортные расходы и время поставок, но клиент проявил понимание.

3. Ни один из наших ОКВЭДов не подошел под условия господдержки пострадавших отраслей.

4. Конечно, удаленная работа имеет свои плюсы и минусы, но для сплоченной команды творческих и целеустремленных людей даже самые тяжелые условия не помеха.

5. Наиболее популярны «защитные» товары, но и юбилейные подарки и медные гравюры по-прежнему востребованы. Кроме того, сейчас поступает много нестандартных запросов, которые помогают развиваться, думать и изобретать.

6. Надеюсь увеличить обороты и пул довольных клиентов.



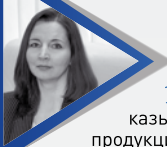
ОТВЕЧАЮТ ЗАКАЗЧИКИ

1. Как часто и какую сувенирную продукцию вы заказывали до пандемии?

2. Вы поддерживали сотрудников бесконтактной доставкой корпоративных подарков во время самоизоляции?

3. Как изменились ваши планы на заказ бизнес-сувениров в период самоизоляции и после нее?

ЕВГЕНИЯ МАВРИНА,
советник по внешним
коммуникациям ОТК «ЮниТранс»



www.multirail.ru

1. Обычно мы заказывали сувенирную продукцию на Новый год, «гендерные» праздники, наш профессиональный праздник – День железнодорожника, а также ко дню рождения сотрудников. Как правило, это были полезные, функциональные подарки и деликатесы.

2. В период действия ограничительных мер мы полностью приостановили вручение подарков, так как уверены, что не следует подвергать излишнему риску сотрудников доставки, ведь сувенирная продукция – не товар первой необходимости.

3. Когда будут сняты ограничения на проведение корпоративных мероприятий, мы планируем наверстать упущенное за период самоизоляции, устроив День именинника с вручением подарков всем сотрудникам, чьи дни рождения пришлись на весну-лето 2020 года. Таким образом, годовой бюджет фактически не изменится.



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



www.reg.ru

1. Мы заказываем три типа сувениров: корпоративную одежду и сувениры для сотрудников (футболки, толстовки, рюкзаки, наклейки), раздаточные материалы для офлайн-мероприятий (сувениры для стендов, листовки и буклеты) и новогодние подарки для партнеров и друзей компании. Мерч, как правило, заказывается один раз в год, но может пополняться при необходимости. Также раз в год мы выбираем новогодние подарки. Раздаточные материалы закупаются под конкретное событие примерно 4-5 раз в год.

2. Наша компания продолжает на 90% работать удаленно, но для сотрудников, кто вынужден работать офлайн, мы сделали модные сейчас черные маски. Они напомнили нам образ ниндзя, и именно поэтому мы назвали их REG.NINJA. Это одновременно отсылка и ко внешнему виду, и к его внутреннему содержанию: истинный ниндзя находчив и знает, как действовать в любой ситуации. Как регистратор, мы не могли пройти мимо доменной зоны .NINJA. Это внесло немного позитивного настроения в ситуацию.

3. Изменения коснулись только той части сувенирной и печатной продукции, которая относится к мероприятиям: из-за отмены офлайн-событий часть заказов переместилась на вторую половину года. Это не затронуло корпоративные сувениры и мерч: данные заказы продолжают изготавливаться в стандартном режиме.



Фото для публикации любезно предоставили спикеры: Ольга Махотина, Станислав Штрих, Антон Верт, Ольга Жукова, Любовь Ямшанова, Евгения Маврина, Азалия Максимова.

ЭКО- И ПСЕВДОЭКОСУВЕНИРЫ – РАЗБИРАЕМСЯ ВМЕСТЕ

В последние годы сегмент экологичной промопродукции переживает настоящий бум. Но все ли подарки, попадающие в категорию eco-friendly, действительно являются таковыми? В нашем «зеленом» ликбезе мы постарались вникнуть во все тонкости и расставить точки над «i».

БЫТЬ ИЛИ КАЗАТЬСЯ?

Простой пример псевдоэкологичного сувенира – значок «Я люблю природу», выполненный из пластика, при производстве которого выделяется масса вредных парниковых газов. И наоборот, обычная ручка может быть изготовлена из полностью биоразлагаемых материалов (кукуруза, пшеница и т.д.) и являться настоящим экосувениром. Мы пообщались с представителями различных компаний и попросили их максимально наглядно показать разницу между этими продуктами.

УПАКОВКА

Любовь Ермолаева, управляющий партнер компании BuySocial, сетует на неэкологичную упаковку подарков: «Большая коробка из толстого ламинированного картона, внутри – слой поролона и атласной ткани. Эта премиальная упаковка будет выброшена через 5 минут после получения подарка, образуя огромное количество мусора!» Достойная green-альтернатива – деревянная шкатулка или нарядный текстильный мешочек, которые можно бесконечно долго повторно использовать в повседневной жизни. «Под Новый 2020 год мы реализовали такой zero waste (рус. «ноль отходов» – Прим. ред.) проект для компании АВВУУ: две наши текстильные мастерские сшили хлопковые мешочки с завязками с оригинальными праздничными принтами. Получились и упаковка, и полезный подарок – ведь громоздкие картонные коробки часто выбрасываются, а такой мешок очень удобно и приятно использовать, чтобы взять с собой вещи на фитнес, сложить в чемодан, отправляясь в путешествие, или хранить аксессуары и детские игрушки дома», – поясняет Любовь Ермолаева.



Фото: BuySocial
www.buysocial.ru

БЛОКНОТЫ

«Бамбуковый блокнот формата А6, шариковая ручка. С первого взгляда вроде бы все нормально. Но только внутренняя часть блокнота изготовлена из бумаги вторичной переработки. Обложка – бамбук, то есть материал первичный. Кроме того, элементы ручки выполнены из металла, а это уже никак не экотема. На втором фото – блокнот GREEN А6 – а вот это действительно эко-



сувенир. И обложка, и наполнение изготовлены из переработанной бумаги и сами потом могут быть утилизированы без предварительной подготовки», – комментирует **Ольга Колгунчик, директор по развитию компании «Нью-Тон».**



Фото: «Нью-Тон»
www.present.new-ton.org

РУЧКИ

Наверное, многие уже пользовались ручками с корпусами из картона или других переработанных материалов, но не так давно на рынке появились пишущие принадлежности из переработанной пшеницы. **Василий Жагарин, специалист регионального развития «Рекона Grand»**, активно занимается направлением экосувениров с 2015 года и увлеченно рассказывает о новинках: «Для производства таких ручек используются отходы из пшеницы – солома либо шелуха от зерен. Многие спрашивают, можно ли есть такие ручки. Нет, конечно, употреблять в пищу их нельзя. Сейчас в нашем ассортименте около десяти моделей ручек, полностью выполненных или имеющих детали (клип или наконечник) из зерноволокна. Следующая интересная экологичная идея – это изготовление ручек из rPET-материала (материал, получаемый после переработки пластиковых бутылок). Изделия из rPET (а это не только пишущие инструменты, но и зонты, рюкзаки, сумки) должны помогать людям задуматься не только



Фото: «Рекона Grand»
www.rekonagrand.ru

о рациональном потреблении упаковки и бутылок, но и грамотном подходе к отдельной сортировке бытового мусора. На сегодня запросы на ручки из rPET пока малы, но мы связываем это с их стоимостью – 40-50 рублей за штуку, что для российского рынка дорого».

ЭКОСТАКАН ИЗ БАМБУКОВОГО ВОЛОКНА (растительные волокна и полипропилен)

Удобная завинчивающаяся крышка из того же материала. Стакан легкий и прочный, что позволяет наполнять его как горячими, так и холодными напитками. Можно использовать в микроволновой печи.

Возможности нанесения: гравировка, тампопечать.

Стоимость: 227-270 руб. в зависимости от партии заказа.



ЭКОРУЧКИ GREEN TOUCH

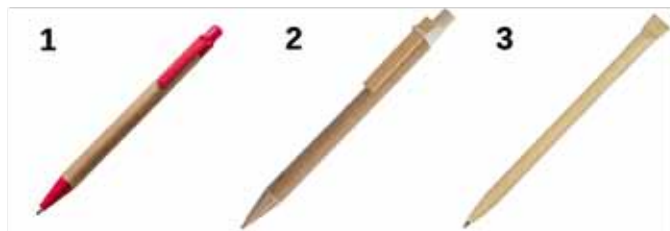
Шариковые ручки из картона и ABS-пластика с нажимным механизмом подачи стрелки.

Возможности нанесения: тампопечать.

Стоимость: 13,50-16,80 руб. в зависимости от партии заказа.

WWW.REKONAGRAND.RU WWW.ECOSUVENIRY.RU
Тел.: 8 (495) 178-02-50, 8 (846) 219-25-28, 8 (383) 202-19-35

Комплексный подход и вдумчивое отношение к проблеме экологичности демонстрирует **Илья Цигельник, генеральный директор ООО «Вики Восток»:** «Любой продукт следует рассматривать в триаде: вред при производстве, польза при использовании, вред при утилизации. Итак, кейсы. На фото ниже – примеры **неэкологичных пишущих инструментов.**



Все изделия одноразовые. В позициях 1 и 2 – комбинация материалов «картон + пластик», это означает, что ни один нормальный переработчик не возьмется их перерабатывать. Поэтому после использования ручка поедет на мусорный полигон, картон разложится, а пластик, как ему и полагается, будет разлагаться очень долго. В позиции 3 слабый материал, поэтому довольно быстро наконечник разболтается, следовательно, срок службы изделия будет еще меньше, чем у первых двух. Кроме того, большой вопрос, является ли картон вторичным в изделиях 1 и 3, если нет – то о какой экологичности можно говорить? Если предположить, что картон и пластик везде вторичные, то возникает вопрос «локальной» экологичности: наши китайские или европейские друзья попользовались бумагой (иногда произведенной из нашего леса) и пластиком (иногда произведенным из наших углеводов), а потом все это собрали и продали нам, чтобы мы потом их где-то у себя захоронили на свалках. Лично мне – обидно.

А далее – образцы **экологичных пишущих инструментов.** Все многоразовые (в позиции 2 стержень легко меняется). Первая ручка стоит таких денег, что имеет шанс пережить несколько поколений владельцев, так что вопрос об утилизации вообще не стоит. Вторая и третья сделаны из мономатериала и при выемке стержня могут быть переработаны».



Фото: ООО «Вики Восток» www.proecopen.ru

КАРАНДАШИ

Привычный нам «ноу-нейм» карандаш, на первый взгляд, можно назвать экопродуктом – он состоит из натуральных материалов: дерева и графита. Но, если вдуматься, сколько деревьев вырубается для подобных производств? А пластик для недорогих карандашей часто изготавливают из синтетических материалов, которые долго разлагаются. Есть ли eco-friendly замена такой простой вещи? Оказывается, есть – карандаш Perpetua, созданный из натуральных материалов вторичной переработки. «Оставшуюся от промышленных производств графитовую крошку измельчают в пыль, добавляют запатентованные экогранулы Zantech и формируют карандаш без использования клея, лака и закрепителя. Даже оборудование, на котором производятся карандаши, работает на солнечных батареях. Резинка окрашена пищевым красителем и произведена из натурального каучука, подложка сделана из биоразлагаемого картона – карандаш на 100% экологичен и подлежит полной утилизации», – рассказывает **Анна Тихонова, бренд-менеджер компании Laudo, эксклюзивного дистрибьютора бренда Perpetua в России.**



Фото: Laudo www.laudo.pro

ТЕКСТИЛЬ

Казалось бы, тут должно быть все просто, ведь ткань всегда ассоциируется у потребителя с чем-то натуральным и экологичным. Но и здесь есть свои подводные камни. К примеру, сырьем для производства популярного бизнес-подарка – флисовых пледов – является пластик. «У флиса низкая стоимость, что привлекает заказчиков. Однако, действительно самый «зеленый» материал для изготовления пледов, шарфов и варежек – это шерсть. Она обладает основными свойствами экологически чистого продукта, такими как возобновляемость, компостируемость, биоразлагаемость. Чтобы быть уверенным в натуральности материала и этичном обращении с животными, лучше всего выбирать шерсть, сертифицированную знаком Responsible Wool Standard», – поясняют в компании **BuySocial**.



Фото: BuySocial
www.buysocial.ru

ВОЙЛОК И ФЕТР

Милые сувениры из войлока и фетра уверенно завоевывают рынок корпоративных подарков. Особым спросом эти вещицы пользуются в сезон новогодних праздников, они способны украсить любой интерьер, придать ему уют и обеспечить получателю отличное настроение. **Дина Макаровская, руководитель игрушечной мастерской «КТОТОТАМ»**, провела для нас настоящий ликбез по этой продукции.



«Войлок – это натуральный шерстяной материал, а фетр бывает и шерстяным, и синтетическим. Изделия из этих материалов могут быть одинаковыми, и отличит их визуально только специалист. Сувениры из натуральной шерсти – это настоящие экоподарки, так как при производстве не используются вредные химикаты, материал легко перерабатывается, в природе естественным способом полностью разлагается в течение одного года», – говорит Дина. – «Теперь возьмем противоположный при-



мер – изделия из синтетического фетра. Это псевдоэко-сувениры. Ведь синтетический фетр изготавливают из полиэстера, который разлагается до сотни лет, загрязняет водоемы, попадает в организмы животных и людей в виде микрочастиц пластика. Он сложен в переработке, поскольку продукты его горения токсичны и выделяют парниковые газы».



Фото: «КТОТОТАМ»
www.ktototam.ru

ВЫБИРАТЬ СЕРДЦЕМ?

По данным исследования компании Procter & Gamble, 80% россиян согласны с тем, что экопродукция может стоить дороже, 69% россиян готовы платить больше за безопасные для окружающей среды товары. Мы решили узнать у профессионалов проморгынка, могут ли настоящие «зеленые» сувениры составить конкуренцию своим «искусственным» собратьям по востребованности у заказчиков, техническим свойствам, цене.

В компании **BuySocial** утверждают, что «сотрудники, заказывающие корпоративные подарки, и их руководители определенно рассматривают экологичность сувенира как преимущество, возможность быть в тренде, а иногда и особенную фишку. Например, просто блокнот подарить банально, а экопад из обрезков бумаги, остающейся в типографии, с красивыми иллюстрациями и надписью «ни одно дерево не пострадало» – необычно и модно».

Василий Жагарин («Рекона Grand») уверен, что лучше всего работает личный пример. «Мы более 10 лет не печатаем ни одного бумажного каталога, в начале 2020 года полностью отказались от любых видов пластиковых ручек и ПЭТ-пакетов. Ручки заменили на пишущие инструменты из вторсырья, а пластиковые пакеты – на сумки из rPET. Мы строим ассортимент вокруг экопродукции для офиса (ручки, флешки, блокноты) и аксессуаров для ЗОЖ (бутылки для воды, стаканы, кружки). Более того, с начала этого года у нас введен запрет на добавление в ассортимент новых видов ручек из пластика, и с каждым годом мы планируем все больше переключаться исключительно на «зеленую» продукцию. Я могу смело заявить, что мы против одноразовых промосувениров и всячески поддерживаем идею повторного использования сырья», – делится Василий.

В компании **«Нью-Тон»** выступают за осознанное потребление и придерживаются популярной концепции zero waste («ноль отходов»): Refuse – откажись, Reduce – сократи, Reuse – используй повторно, Recycle – переработай часть отходов, Rot – компостируй и выращивай органи-

ку. «Экологичность заключается в том, чтобы превратить то, что воспринималось как ненужный продукт, в объект стоимости. Примеры: переработка тканей, макулатуры, старых шин, пластик из картофеля, кукурузы, вторичный пластик. Но обратите внимание, понятие «биопластик» имеет свои подводные камни – для распада этого материала требуются определенные температура и влажность, иначе он просто крошится и загрязняет окружающую среду не меньше, чем обычный пластик», – поясняет Ольга Колтунчик.

Илья Цигельницкий (ООО «Вики Восток») также доказывает, что с пластиком не все так просто, как кажется на первый взгляд: «Бутылка из тритана (достаточно новая разновидность очень легкого и прочного пластика, применяется в пищевой и медицинской промышленности – прим. ред.), которую невозможно переработать, вполне этична, потому что по времени эксплуатации переживает многие премиум-бренды. Кроме того, мне кажется, что биопластики – это тоже в некотором роде обман, поскольку никто детально не считал вред от вырубке тропических лесов и засеивания их сахарным тростником (сырье для биопластика), а в смысле срока эксплуатации и переработки они ничем не отличаются от обычных углеродородных пластиков».

С другой стороны, менее радикальный подход тоже имеет право на существование. По словам **Анны Тихоновой (Laudo)**, «на данный момент невозможно на 100% пользоваться экопродукцией, так как общество только в начале этого пути и еще не способно оценить все риски и последствия. Что лучше – натуральная шуба и смерть животных или искусственный мех, мельчайшие частицы которого разлагаются сотни лет, пагубно воздействуя на птиц и морских обитателей?»

Дина Макаровская («КТОТОТАМ») обращает внимание на экономический фактор: «Я открывала мастерскую для работы именно с натуральным войлоком и несколько лет надеялась, что мы никогда не будем работать с синтетическим фетром. Но, к сожалению, пришлось добавить в ассортимент синтетику и дать клиентам возможность выбора, иначе мы бы довольно быстро разорились. Все чаще именно цена становится решающим фактором в выборе материала для проекта. Особенно к «выбору по цене» располагает тендерная система. Например, зачастую в документации не указывается состав фетра, а только его плотность, и в результате побеждает тот, кто заложил в проект самое дешевое сырье и самый дешевый способ обработки (то есть синтетику)».



Фото: «Нью-Тон»
www.present.new-ton.org

УЧЕНЫЕ – СВЕТ?

Надо ли поставщикам промопродукции проводить ликбез с клиентами на тему эко- и псевдоэкосувениров? Насколько заказчики осведомлены в этом непростом вопросе, отличают ли они одно от другого или слепо доверяют всему с приставкой «эко»?

Любовь Ермолаева (BuySocial) уверяет, что обычно объяснять ничего не приходится: «Чаще всего у людей, принимающих решение, уже есть свое представление о подарке: либо они изначально выбирают сувенир на тему экологии, либо есть другие важные критерии, а экологичность не играет большой роли. Бывает также, что мы показываем наши неординарные сувениры из переработанных материалов, такие, например, как сумки из баннеров, – они вызывают восторг, и выбор делается в их пользу».

По словам **Дины Макаровской («КТОТОТАМ»)**, очень часто заказчики ориентированы только на ценовой фактор и пытаются переубедить их бесполезно: «Мы стараемся объяснять клиентам, в чем разница между шерстью и синтетикой, доказываем, что высокая цена и трудоемкость переработки шерсти (как и других натуральных материалов) с лихвой компенсируется долгим сроком службы, пользой для здоровья и отсутствием вреда природе после завершения жизненного цикла изделия. Но некоторые клиенты откровенно говорят: «Если выглядит одинаково, зачем платить больше?»

На невысокую осведомленность клиентов в теме экопродукции сетует и **Елена Михнева, заместитель генерального директора компании «М.Т.Д.»**: «Мы занимаемся пошивом одежды и аксессуаров из экокожи. На практике, порядка 95% наших заказчиков не всегда могут увидеть разницу между качественным искусственным мехом и натуральным. 80% живут стереотипами, что искусственный мех – это исключительно дешевая «чебурашка».

Более оптимистичный подход к просвещению клиентов демонстрирует **Василий Жагарин («Рекона Grand»)**: «На 90% ассортимента у нас есть все сертификаты, подтверждающие использование вторичного сырья и т.д. Мы регулярно анонсируем новинки и рассказываем заказчикам, в чем отличие вторсырья от первичного ма-

териала и где искать бирку с отметками RPET, Recycled cotton, Organic cotton, Recycled, Bamboo fiber. Также стали добавлять видеоролики с описанием товара в наш каталог на сайте и на YouTube-канал. Задача этих наглядных материалов – не продать товар как можно быстрее, а показать клиентам, что успешно использовать на проморокне многообразные, экологичные сувениры из вторичных материалов – это вполне реально».

В ООО «**Вики Восток**» также уверены, что просветительские беседы с клиентами необходимы и полезны для обеих сторон, «поскольку на рынке, осведомленном в вопросе экологичности, использование псевдоэкосувениров влечет серьезные репутационные потери. Конечно, заказчики из разных отраслей имеют разную степень информированности. Как правило, наиболее «продвинутые» – это крупные компании, которые участвуют в Глобальном договоре ООН по устойчивому развитию, а также предприятия, работающие в области переработки и сбора отходов», – говорит Илья Цигельницкий.

Ольга Колтунчик («Нью-Тон») считает, что заказчикам необходимо демонстрировать многообещающие европейские эконовинки, чтобы пробудить интерес к «зеленой» продукции: «В Европе эконаправленность – часть глобального тренда, финансируемая государством и крупными корпорациями. В России экосувениры – это пока «мода для избранных». Информации об экоподарках в нашей стране не так много, поэтому мы всегда стараемся показать то, что находим в Европе: сменные обложки на ежедневники из переработанной резины; папки, сумки и рюкзаки из переработанных бумаги и кожи (так называемая «веганская кожа»); чехлы для телефона из альпийского сена, кофе, лаванды; бутылки и бокалы из 100% переработанного стекла и многое другое». ^{GR}



Фото: «М.Т.Д.»
www.mtdatelier.ru



Фото: «Нью-Тон»
www.present.new-ton.org

ОНЛАЙН-ВЫСТАВКА SUMMER SOURCING WEEKS – НОВЫЙ ФОРМАТ, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Специальный корреспондент GIFT Review Антон Верт, владелец компании по созданию корпоративных подарков Vertcomm и проекта по разработке дизайна мерча Merchcomm, посетил онлайн-выставку Summer Sourcing Weeks | Go Online и поделился своими впечатлениями от новой формы взаимодействия байеров и экспонентов.

Совет по развитию торговли Гонконга (Hong Kong Trade Development Council) является организатором знаковых мероприятий, которые задают тренды. Выставки НКТДС – главная витрина новинок, которые в обозримом будущем появятся на рынке.

Пандемия перенесла коммуникации в онлайн, отменив все офлайн-активности с марта 2020 года. В НКТДС не растерялись и объединили пропущенные выставки в одно большое мероприятие Summer Sourcing Weeks (27 июля – 7 августа 2020 года). Вместо привычных трех-четырёх выставочных дней организаторы представили двухнедельный ивент в онлайн-формате, на который редакция GIFT Review традиционно привлекла значительную часть байеров.

Где и как это происходило? На специально созданной онлайн-площадке Click2Match, где каждый участник мог увидеть общее расписание выступлений спикеров, посмотреть карточку конкретного экспонента и забронировать встречу с представителем интересующей его компании.

Организаторы перенесли в онлайн не только бизнес-общение, но и конференции, в рамках которых можно было узнать о новинках отрасли, текущих трендах и изменениях рынка в связи с пандемией. Карточка спикера, расписание и тематика выступления были удобно расположены в соответствующей вкладке. Там участник мог отметить как планируемое посещение конференции, так и встречу с экспонентом, что помогало избежать путаницы при планировании.



Важная особенность платформы Click2Match заключалась в том, что не только байер мог создать запрос на встречу с поставщиком, но и наоборот. Весь процесс был схож с добавлением друзей в социальных сетях.

Организация видеосвязи происходила на той же площадке, внутри одной платформы. Если же качество сигнала оставляло желать лучшего, для обмена контактами был предусмотрен удобный чат.

Перенести несколько масштабных отраслевых выставок сувенирной, косметической, ювелирной, текстильной, технической тематики в онлайн – весьма трудоемкая задача. Специально созданная платформа с ней справилась, став социальным инструментом выставочного общения.

Участие байеров предполагалось в двух форматах: онлайн из московского офиса НКТДС или же из любого удобного для покупателя места. Традиционно организаторы компенсировали часть расходов на посещение выставки: в случае участия из офиса НКТДС – 200 евро, в остальных – 100 евро в виде сертификата от ведущего российского интернет-магазина. Для его получения нужно было провести не менее четырех встреч и дать по ним обратную связь, заполнив специальную анкету.

Заменяет ли подобное онлайн-мероприятие традиционные офлайн-выставки? Пожалуй, нет, так как демонстрации образцов продукции по видеосвязи все же не вполне достаточно, чтобы принять решение о покупке. Скорее, такой формат – это возможность напиться новыми идеями, сравнить цены, обзавестись контактами.

Платформа Click2Match была доступна еще три дня после завершения выставки. По нашему мнению, если оставить эту онлайн-площадку в постоянном доступе, то она может превратиться в весьма эффективную международную социальную сеть для поставщиков и байеров сувенирного рынка.

Антон Верт

ДИИ, БИЗНЕС-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
МАТЕРИАЛЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА



«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

26–29 октября 2021

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»
Павильон №2, залы 1–3

ПЕЧАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОЕ
КОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕ
МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
МАТЕРИАЛЫ, БИЗНЕС-С

Организатор:



При поддержке:



Под патронатом:



Реклама 12+

www.reklama-expo.ru



11-13
ДЕКАБРЯ

ГОСТИНЫЙ
ДВОР Ильинка, 4

III ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

НАРОДНЫХ МАСТЕРОВ, ХУДОЖНИКОВ
И ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ

- Народные художественные промыслы, декоративно-прикладное и арт искусство;
- Предметы интерьера и декора, авторская керамика и фарфор, металл, резьба, живопись;
- Ювелирные изделия и бижутерия;
- Авторская, дизайнерская одежда;
- Салон «ЭкоВкусно!»

РУС ART
СТИЛЬ

В РАМКАХ
ПРОЕКТА



НАСЛЕДИЕ
И ТРАДИЦИИ

ПЯТНИЦА
11 ДЕКАБРЯ

СУББОТА
12 ДЕКАБРЯ

ВОСКРЕСЕНЬЕ
13 ДЕКАБРЯ

11:00 – 20:00

11:00 – 20:00

11:00 – 19:00

EXPO-RESURS.RU

+7(925)278-54-37

@rusartstyle



ЭКСПО
РЕСУРС
Выставочный
конференц-зал

XXIX ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

ЗИМНЯЯ СКАЗКА

ЦВК "ЭКСПОЦЕНТР"
М. Выставочная

16-20 декабря 2020



ОРГАНИЗАТОР



АССОЦИАЦИЯ «НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»



ladya_zima



nkhp.ru 8 (499) 124-48-10

0+

ladya-expo.ru

РЕКЛАМА

**КОРПОРАТИВНЫЕ
БИЗНЕС-ПОДАРКИ**

С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ



15 ЛЕТ БЕЗУПРЕЧНОГО СЕРВИСА ДЛЯ САМЫХ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ



+7 (495) 225-995-3

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви», г. Москва, Электролитный проезд, 3