



GIFT REVIEW

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 40/2020

www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА

Средства индивидуальной защиты на сувенирном рынке

СТАТИСТИКА

Зимняя сувенирка – что заказывали к Новому 2021 году

ТРЕНДЫ

Тренды в бизнес-подарках к весенним праздникам 2021

ВЫСТАВКИ

Переходим в онлайн: отраслевые выставки новой реальности

CARAN D'ACHE
Genève



merlion

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

Pelikan 



**Classic 205
Moonstone SE**

Реклама

CARAN D'ACHE
Genève



Ecrivor Avenue

Реклама

merlion

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

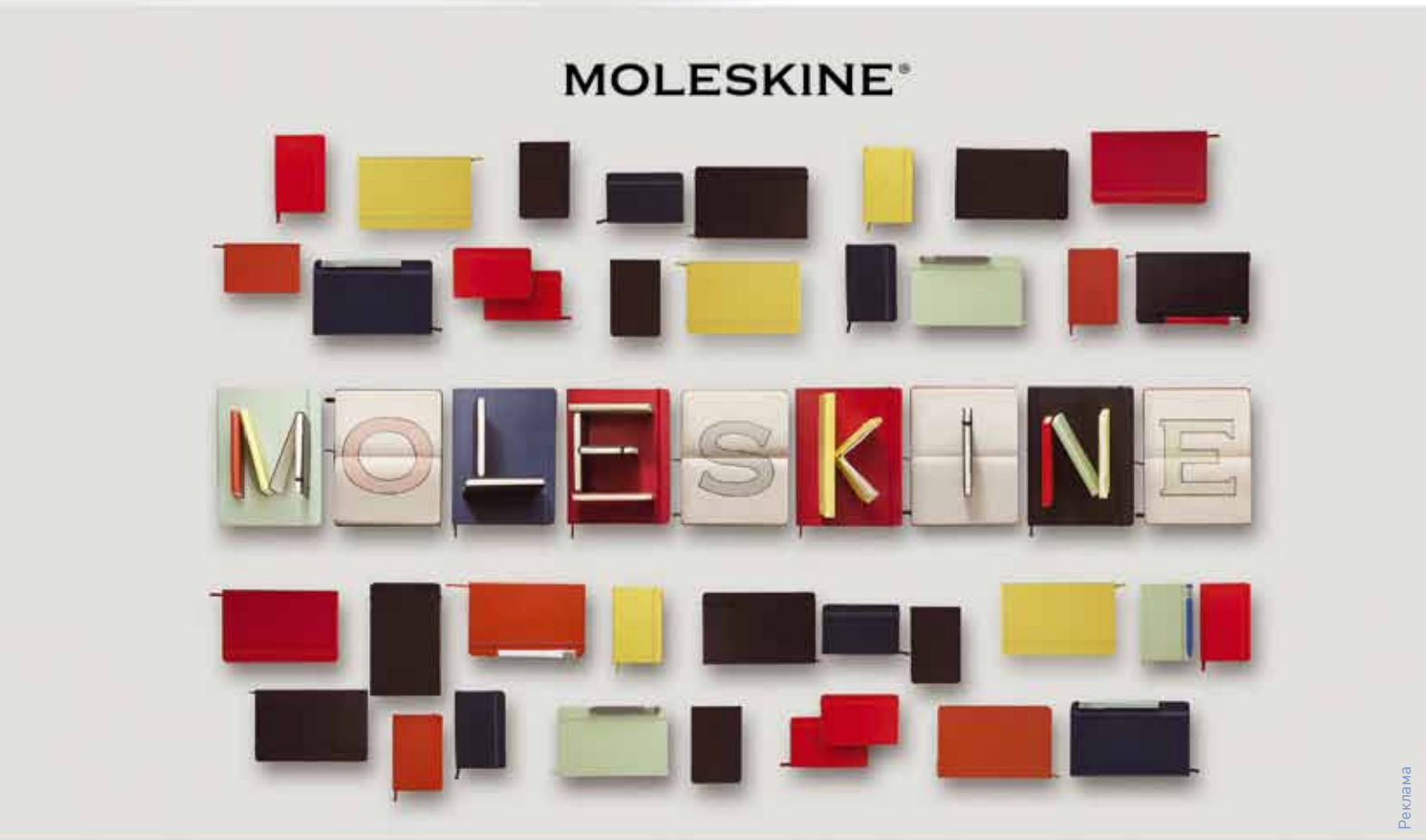
merlion

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



Letts
of London

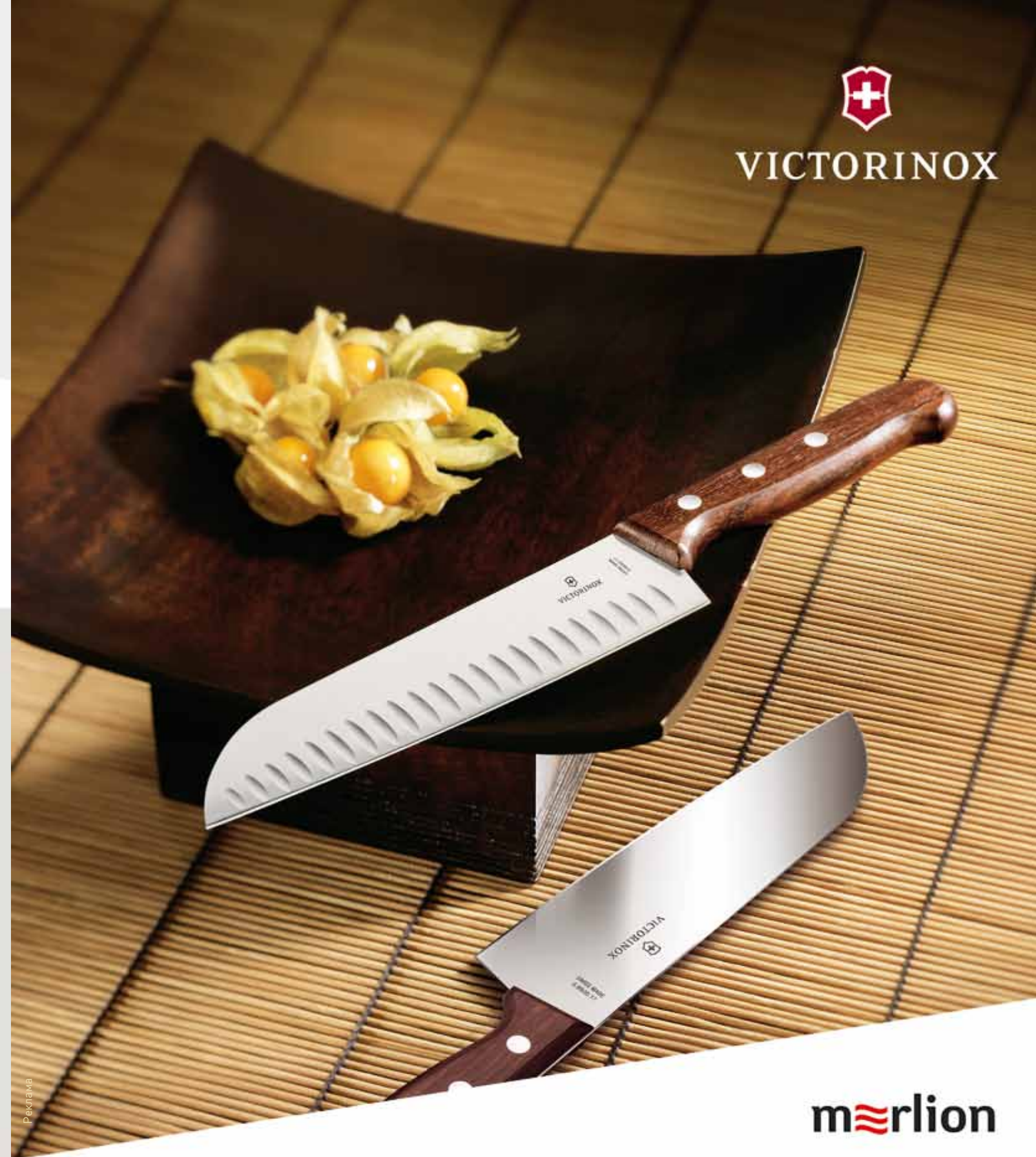
PASTEL



MOLESKINE®



Реклама



VICTORINOX

merlion

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

merlion

www.merlion.ru
+7 495 981 84 84



ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ОРИГИНАЛЬНЫХ ШВЕЙЦАРСКИХ АРМЕЙСКИХ НОЖЕЙ | ГОД ОСНОВАНИЯ 1884

5 НОВИНКА / АКТУАЛЬНО

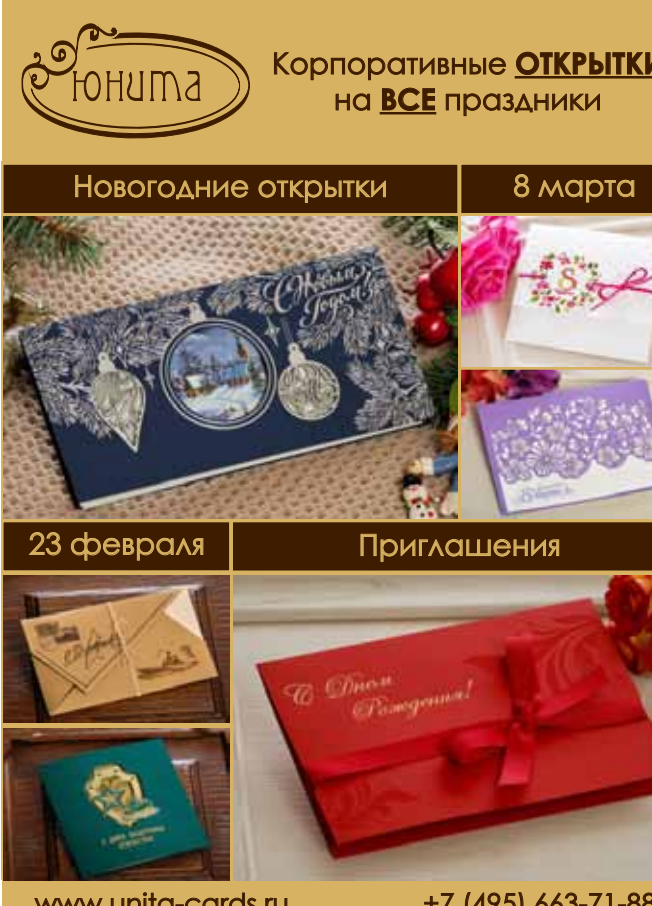
8 ТЕМА НОМЕРА
МАСКА, Я ТЕБЯ ЗНАЮ!
СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ
ЗАЩИТЫ НА СУВЕНИРНОМ
РЫНКЕ15 ТЕХНОЛОГИИ
ОЧИСТИТЕЛИ ВОЗДУХА LEITZ
TRUSENS – ДЫШИТЕ ЛЕГКО!16 БРЕНДЫ
ONLINE – ГЛАВНОЕ НАСЛЕДИЕ
ПОДАРОЧНОГО БИЗНЕСА
2020 ГОДА20 АКТУАЛЬНО
ПОДАРОК ДЛЯ ГУРМАНОВ
ОТ РПК «ПИ-АЙ-ВИ»21 ТРЕНДЫ
РПК «ПИ-АЙ-ВИ»: «ПОДАРКИ
НИКТО НЕ ОТМЕНЯЛ!»22 ПРОИЗВОДСТВО
ПОДАРКИ ОТ КОМПАНИИ
«БЫТПЛАСТ» –
ЭКОЛОГИЧНЫЕ, СТИЛЬНЫЕ,
ПОЛЕЗНЫЕ24 ТЕХНОЛОГИИ
ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ
ПОДАРКОВ И МОТИВАЦИИ –
4 КЕЙСА ДЛЯ БИЗНЕСА26 ТЕХНОЛОГИИ
ДИЗАЙН-СТУДИЯ 3DSIGN:
ЗАЯВИТЕ О СЕБЕ
В 3D-ПРОСТРАНСТВЕ!27 ТЕХНОЛОГИИ
ДЛЯ СПОРТА И СЧАСТЬЯ:
ФИТНЕС-БРАСЛЕТЫ
ОТ SMARTERRA RUSSIA28 КОМПАНИЯ
«ЛЮКС-СР» – ПОДАРКИ
ДЛЯ ХОЛОДНОГО СЕЗОНА
И НЕ ТОЛЬКО30 СТАТИСТИКА
ЗИМНЯЯ СУВЕНИРКА –
ЧТО ЗАКАЗЫВАЛИ
К НОВОМУ 2021 ГОДУ32 ТЕКСТИЛЬ
КОМПАНИЯ «ИВИ» –
ДАРИТЕ ТЕПЛО!33 УПАКОВКА
ЗНАМЕНИТЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ
КОРОБКИ-ДОМИКИ
ОТ ООО «СТУДИЯ УПАКОВКИ»34 КЕЙСЫ
8 ИДЕЙ НЕОБЫЧНОЙ
УПАКОВКИ БИЗНЕС-ПОДАРКОВ36 ТРЕНДЫ
ДАРИТЕ МОДНО! ТРЕНДЫ
В БИЗНЕС-ПОДАРКАХ К
ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 202142 БРЕНДЫ
БЕЗУПРЕЧНОСТЬ И
МАСТЕРСТВО ОТ MERLION:
SARAN D'ACHE ESCRIDOR
AVENUE И ESCRIDOR HYPNOSE44 СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
ШОКОЛАДНЫЕ ПОДАРКИ
К 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА
В НОВОМ КАТАЛОГЕ
«КОНФАЭЛЬ» LIVING PLANET46 АРТ-ПОДАРКИ
ДЕРЕВЯННЫЕ ПАЗЛЫ DAVIS –
О ЧЕМ РАССКАЖЕТ ВАШ
ПОДАРОК?47 ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ
NO SOCKS BOX – ПОДАРКИ,
О КОТОРЫХ ГОВОРЯТ!48 ТРАДИЦИЯ
ОСОБЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ ДАМ
И ГОСПОД ОТ МАНУФАКТУРЫ
«ДУШИСТЫЕ РАДОСТИ»50 ВЫБОР РЕДАКЦИИ
ВЕСНА ИДЕТ, ВЕСНЕ ДОРОГУ!
ЛУЧШИЕ ПОДАРКИ
К 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА52 ФОТОРЕПОРТАЖ
MAKE AIR ART –
МЕДИТАТИВНАЯ ЖИВОПИСЬ
ОТ КСЕНИИ ЕЛИСЕЕВОЙ55 ТРЕНДЫ
ЖИТЬ ДОМА: О ДЕКОРЕ
И ТРЕНДАХ НАЧАЛА 2021 ГОДА58 ВЫСТАВКИ
ПЕРЕХОДИМ В ОНЛАЙН:
ОТРАСЛЕВЫЕ ВЫСТАВКИ
НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ63 ВЫСТАВКИ
AUTUMN SOURCING WEEK I
ONLINE: НОВЫЙ СТАНДАРТ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОКОформить подписку на
журнал GIFT REVIEW:
• на сайте www.gift-review.ru
в разделе «Подписка»
• или по телефону:
+7 (495) 587-15-69Журнал GIFT REVIEW
№ 40/2020
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Анна Михайлова
Отдел рекламы: Екатерина Соколова, Анна Михайлова
Дизайн и верстка: Марина ЕскинаЖурнал зарегистрирован Федеральной службой по
надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-45036 от 12.05.2011Тел.: +7 (495) 587-15-69
info@gift-review.ru
www.gift-review.ru
Тираж: 3000 экз.Перепечатка материалов журнала и использование их в
любимой 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.


АРМА
ТЕКСГИФТ

Корпоративные Подарки
23 февраля
8 марта

ШИРОКИЙ СПЕКТР УСЛУГ И ТОВАРОВ
СУВЕНИРНАЯ И РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ
СОБСТВЕННОЕ ШВЕЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ НАНЕСЕНИЯ ЛОГОТИПА
ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ
МИНИМАЛЬНЫЕ СРОКИ

www.armatexgift.ru
office@tekstil-promo.ru
manager@tekstil-promo.ru
8(495)902-64-05
8(909)658-46-41
8(915)313-71-16
8(926)073-45-32
117118, г. Москва
ул. Большая Черемушская 21
2 этаж, офис №5
[@tekstilpromo](https://www.instagram.com/tekstilpromo)



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

Новогодние открытки 8 марта

23 февраля Приглашения

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



**СБОРНЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ
МОДЕЛИ, РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ
И ИГРУШКИ, ГОЛОВОЛОМКИ**

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

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



BLUNT

Зонты **BLUNT™** из Новой Зеландии -
свежий взгляд на привычный аксессуар

www.bluntumbrellas.ru • 8-800-500-64-16 • [Blunt_russia](https://www.instagram.com/Blunt_russia)

Нил Армстронг.
Ботинок.
Луна.



Мы печатаем намного круче

Визитки Бланки Конверты Самокопиры Блокноты Блоки Листовки
Буклеты Флаеры Проспекты Брошюры Каталоги Некхенгеры
Календари Открытки Наклейки Магниты Шелфтокеры Воблеры
Бердекели Папки Сертификаты Дипломы Книги Журналы Закладки
Мини-открытки Коробки Банеры Постеры Плакаты Альбомы
Ежедневники Планинги Сувениры Ручки Карандаши Пакеты Посуда
Диски Ваучеры Карманные календари Настольные календари
Кубарики Тетради Дизайн Верстка Нестандартный подход к
стандартным вещам Внимательное отношение к каждому КЛИЕНТУ
Гибкие решения Представительская полиграфия Полиграфия для
выставок Полиграфия для магазинов Полиграфия для клиник
Полиграфия для всех...

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

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

Реклама

цветочная мастерская
4florista

Качественная флористика круглый год!

www.4florista.ru
+7(495) 642-57-97
+7(985) 400-45-34

Адреса салонов:
м. Бауманская, Ладужская д.10
м. Добрынинская,
4-ый Добрынинский переулок д.8

*Мастерская основана в 2005 году Анной Дарькиной



Реклама

МАСКА, Я ТЕБЯ ЗНАЮ!

СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НА СУВЕНИРНОМ РЫНКЕ

Пандемия внесла значительные коррективы во все сферы нашей жизни. И конечно, рынок подарков и промо не остался в стороне. Бизнес, как мог, приспособивался к новым реалиям: компании искали товары, которые не только помогли бы им выжить в столь непростое время, но и стали бы полезными и даже незаменимыми для клиентов. И такая продукция была найдена – средства индивидуальной защиты (СИЗ) на данный момент уже стали классикой бизнес-подарков. Поставщики и заказчики сувенирных СИЗ рассказали редакции GIFT Review о лайфхаках, новинках, необычных запросах, трудностях и победах в этой области.

СЛОВО ПОСТАВЩИКАМ



АНТОН ВЕРТ,
владелец компаний Vertcomm
и Merchcomm

www.vertcomm.ru
www.merchcomm.ru

ВОПРОС: Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?

ОТВЕТ: Многообразие защитных масок, антисептики, перчатки, наборы «карантин-кит». В большинстве случаев вся продукция брендированная.

ВОПРОС: Проводился ли анализ клиентского рынка и спроса на СИЗ перед стартом продаж?

ОТВЕТ: Нет. Пандемия застала всех врасплох, и спрос был стихийным. Если за 2-3 недели до локдауна спрос был, но умеренный, то начиная с апреля практически все переключились на данный тип товаров. Основная задача была – удовлетворить запросы клиентов.

ВОПРОС: Расскажите о брендировании СИЗ, какие виды персонализации вы предлагаете, что пользуется наибольшим спросом?



СТАТИСТИКА ПО ПРОДАЖАМ СИЗ ЗА ПЕРИОД ВЕСНА-ОСЕНЬ 2020

Если взять 3 квартала за 100%, то соотношение таково: первый квартал 2020 года – на долю продаж СИЗ пришлось 10%, второй квартал – 60%, третий квартал – 30%.



ОТВЕТ: Что касается масок, то сейчас это чаще всего «двухслойка». Первый слой – полная запечатка, а второй – хлопок. Антисептики – полная обклейка тары с гелями или, что реже, наклейки. Перчатки – хорошо заходит шубер для упаковок.

ВОПРОС: Как вы считаете, помогают ли сувенирные СИЗ повысить лояльность к компании и сплотить коллектив, поддержать сотрудников на удаленке?

ОТВЕТ: Безусловно. Сначала СИЗ стали производственной необходимостью, а чуть позже и бытовой. Это уже часть нашей жизни, то, что всегда нужно и должно находиться под рукой. Качественная, приятная брендированная продукция данной тематики – хороший маркетинговый инструмент. Особенно если миксовать его в наборах с другой сувенирной.



ВОПРОС: Были ли какие-то необычные запросы на СИЗ?

ОТВЕТ: Конечно. Особенно в сегменте защитных масок. Например, клиенты просили разработать маски с отделением для трубочки, чтобы пить вино; другие хотели, чтобы маска открывалась сама при раскрытии рта; третьи просили забрендировать противогазы.

ВОПРОС: По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промпродукции?

ОТВЕТ: Несомненно, в новом году спрос сохранится, но до какого момента, не берусь прогнозировать. Дай Бог, чтобы в 2021 году нас не накрыл какой-нибудь новый вирус, где будут нужны подгузники, вот это будут, конечно, те еще СИЗ!



ГЕОРГИЙ СОЛДАТОВ,
генеральный директор
многопрофильного холдинга
«Адитим»

www.aditim.ru

ВОПРОС: Как пандемия коронавируса повлияла на то, что вы стали заниматься поставкой СИЗ?

ОТВЕТ: Первая волна кризиса остановила многие производства и привела к заморозке платежей между предприятиями. Логичным стал поиск сегментов, где был платежеспособный спрос и где партнеры были готовы авансировать. Сложившаяся ситуация подтолкнула к действию, и мы начали с поставок спирта, а затем переключились на производство СИЗ. По сути, именно это направление поддержало нас в трудный момент, обеспечив возможность выплачивать сотрудникам заработную плату. Наша компания немного крупнее, чем малый и средний бизнес, и мы не получили никакой дополнительной поддержки от государства, при этом не сократили коллектив и не снижали зарплату.

ВОПРОС: Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?

ОТВЕТ: Сейчас в нашем ассортименте представлены антисептики спиртовые и бесспиртовые; полиэтиленовые одноразовые перчатки; сырье и комплектующие для СИЗ: нетканые материалы, спирт, компаунд для защитных очков. Производим резинки для одноразовых индивидуальных масок, запустили проект разработки специальных аддитивов для производства нетканых материалов из российского сырья. Мы не стали заниматься организацией производства самих масок, понимая, что скоро этот рынок станет чрезвычайно высококонкурентным.



СТАТИСТИКА ПО ПРОДАЖАМ СИЗ ЗА ПЕРИОД ВЕСНА-ОСЕНЬ 2020

Весной мы наблюдали взрывной рост потребления СИЗ. В обороте компании доля данного направления достигала 40%. Сейчас она занимает стабильные 5%.

ВОПРОС: Были ли какие-то необычные запросы на СИЗ?

ОТВЕТ: Был случай, когда нас попросили разработать особенную парфюмерную композицию антисептика. А однажды поступил запрос на полиэтиленовые «не перчатки, а трехпалые варежки». Заказ был очень большой, пришлось срочно закупать необходимые пресс-формы, инструменты, комплектующие и везти их самолетом.

ВОПРОС: По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промпродукции?

ОТВЕТ: Пандемия уже изменила потребительское поведение. Теперь различные СИЗ – это часть нашей жизни. И конечно, сувенирные исполнения и иные формы кастомизации средств индивидуальной защиты обязательно найдут своего потребителя и, как следствие, рыночную нишу. Как идея, например, автомат, который вас фотографирует и выдает маску с вашим изображением. Или необычные упаковки для антисептиков различных

форм – что-то для маленькой женской сумочки или намеков на утилитарную, брутальную канистру. Думаю, рынок СИЗ будет постоянно меняться, придут новые продукты-заменители и прорывные решения, которые вытеснят предыдущие, менее эффективные и более дорогие. Эволюция этого рынка обещает быть весьма интересной.



ТАТЬЯНА БАЖЕНОВА,
продакт-менеджер компании
«Проект 111»

www.gifts.ru

ВОПРОС: Как пандемия коронавируса повлияла на то, что вы стали заниматься поставкой СИЗ?

ОТВЕТ: Сначала мы не хотели браться за эту категорию промопродукции. Тогда казалось, что немедицинские маски не имеют эффективности, а «танцевать на костях» не было никакого желания. Но когда Роспотребнадзор опубликовал регламент по пошиву масок, озвучил материалы, которые защищают людей, и призвал бизнес помочь в снабжении населения, мы поняли, что это не хайп, и присоединились. Также мы увидели потребность со стороны дилеров и просто обязаны были ее удовлетворить.

ВОПРОС: Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?

ОТВЕТ: Спиртовые и неспиртовые санитайзеры, маски, лицевые экраны. Еще есть «тачеры» для открывания дверей, но к этому устройству интерес угас так же быстро, как вспыхнул. Из устойчивых трендов: мы начали делать наборы с антисептиками и масками, чтобы показать, как эти предметы можно использовать в продвижении, с чем сочетать. Получились красивые статусные комплекты, достойные деловых подарков.

ВОПРОС: Придумали ли вы какие-то лайфхаки или новинки в этой сфере?

ОТВЕТ: Необычным для рынка является наш спрей-антисептик во флаконе от духов с ароматом зеленого чая. Красивый стеклянный флакон получает множество положительных отзывов. Спрос на такую изящную форму как раз подтверждает, что антисептик переходит в режим аксессуара. Еще один нестандарт – спрей не прозрачный, как обычно, а красного и синего цветов. Можем сделать любой цвет геля под заказ.



СТАТИСТИКА ПО ПРОДАЖАМ СИЗ ЗА ПЕРИОД ВЕСНА-ОСЕНЬ 2020

Наибольший спрос был весной, когда производители не справлялись с хлынувшим объемом заказов. Требовались маски и санитайзеры, соответствующие стандартам ВОЗ и Роспотребнадзора и эффективные для защиты персонала. Когда предложение догнало спрос, он упал и вряд ли уже восстановится. Если говорить о количестве, то оно незначительно, менее 1% продаж. Мы не ставили цель сделать СИЗ форвардом продаж: удовлетворяли спрос без фанатизма, с акцентом на качественное красивое предложение.



ВОПРОС: Расскажите о брендировании СИЗ, какие виды персонализации вы предлагаете, что пользуется наибольшим спросом?

ОТВЕТ: На данный момент стандартной персонализацией является шелкография для масок и наклейки на санитайзеры. Стеклянные антисептики также брендируем УФ-печатью, получается очень стильно. Металлические колпачки подходят для лазерной гравировки. Планируем добавить гравировку и на сам стеклянный флакон. На защитные лицевые экраны наносится шелкография и УФ-печать, также есть возможность вставки цветной ленты по ободку. Для масок хороша и вышивка.

ВОПРОС: Были ли какие-то необычные запросы на СИЗ?

ОТВЕТ: Лично меня очень удивляли запросы на «10 тысяч чего угодно со спиртом», потому что «офис открывать надо».

ВОПРОС: По вашему мнению, утихнут ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промопродукции?

ОТВЕТ: Думаю, что СИЗ в какой-то момент станут стандартом мероприятий, как подарочные ручки, блокноты или шоперы, как привычное сопровождение подарков, которые используются в публичном пространстве: дополнение к велкам-киту, обязательная часть конференц-набора или снабжения рабочего места сотрудников первой линии. Ажиотажного спроса не будет, не потому что болезнь отступает, а потому что производство налажено и больше дефицита нет.



АЛЕКСАНДР БАЙБУЛОВ,
генеральный директор
ООО «Топкаталог»

www.topcatalog.ru



ВОПРОС: Как пандемия коронавируса повлияла на то, что вы стали заниматься поставкой СИЗ?

ОТВЕТ: Безусловно, пандемия сильно ударила по работе нашей компании. Произошло снижение продаж на 90%, в связи с чем мы приняли решение организовать собственное производство антисептиков. Главная задача была в том, чтобы создать продукт для рынка сувенирной продукции с возможностью оперативного нанесения логотипа заказчика. Нам пришлось глубоко погрузиться в новые для нас технические процессы: организовать закупку сырья, пройти необходимую процедуру сертификации, организовать участки по этикетированию и маркировке.

ВОПРОС: Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?

ОТВЕТ: Широта ассортимента – одна из сильных сторон антисептиков TOPSEPT 75. В нашей линейке спреи, лосьоны и гели. Антисептики поставляются в емкостях 20, 50, 100, 500 мл и 5 л. Отдельного внимания заслуживает спрей 20 мл в форме пластиковой карты. Мы будем расширять этот артикул новыми цветами. Также в продажу поступили спрей-карты с крышечкой.



СТАТИСТИКА ПО ПРОДАЖАМ СИЗ ЗА ПЕРИОД ВЕСНА-ОСЕНЬ 2020

За 5 месяцев с момента старта продаж доля антисептической продукции в нашей компании составила 18%. Это вторая категория в «Топкаталоге» по объему продаж.

ВОПРОС: Расскажите о брендировании СИЗ, какие виды персонализации вы предлагаете, что пользуется наибольшим спросом?

ОТВЕТ: Большинство антисептических средств поставляются во флаконах. На этот вид продукции мы предлагаем этикетку. Такая персонализация позволяет разместить большой объем рекламной информации. На картах-спреях также возможна УФ-печать и тампопечать. На крупных тиражах используем флексопечать – печать с максимальным качеством передачи цвета.

ВОПРОС: Как вы считаете, помогают ли сувенирные СИЗ повысить лояльность к компании и сплотить коллектив, поддержать сотрудников на удаленке?

ОТВЕТ: Конечно. Антисептики помогают человеку заботиться о своем здоровье в период наибольшей опасности. На мой взгляд, это наиболее полезный сувенир в эконом-сегменте промопродукции. Вряд ли сейчас можно найти что-то более важное и нужное при цене 100-150 рублей.

ВОПРОС: Были ли какие-то необычные запросы на СИЗ?

ОТВЕТ: Однажды поступил запрос на антисептики с пятью разными запахами, необходимо было, чтобы эти запахи отражали русский этнос, соответствовали культурному коду России. Мы разработали образцы с ароматами кедр, березы, липы, ромашки. Но, к сожалению, проект не состоялся, хотя мы со своей стороны были готовы все изготовить в срок в соответствии с ТЗ.

ВОПРОС: По вашему мнению, утихнут ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промопродукции?

ОТВЕТ: Спрос утихнет только тогда, когда население страны пройдет вакцинацию. Пока этого не произошло, спрос будет расти осенью и весной. Уверен, что формат «карта-спрей» сохранит свои позиции как полезный промо-сувенир и после окончания пандемии.





ВИКТОР МУСАТКИН,
продакт-менеджер компании
Happy Gifts

www.happygifts.ru

ВОПРОС: *Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Стандартные, но с корпоративным контекстом: тканевые маски многоразового пользования с возможностью брендинга, антисептические гели, также пригодные для нанесения логотипа в виде наклейки, одноразовые перчатки, и конечно, подарочные наборы.

ВОПРОС: *Проводился ли анализ клиентского рынка и спроса на СИЗ перед стартом продаж?*

ОТВЕТ: Мы долгое время не выходили на этот рынок по нескольким причинам, хотя наши китайские поставщики предлагали множество СИЗ. Во-первых, по соображениям этичности, так как спекулировать на трагедии общества для нас недопустимо. Во-вторых, из-за сиюминутной переоценки спроса на этот вид продукции. Мы проанализировали рынок и пришли к выводу, что продукция должна быть востребована в ближайшие два года, быть российского производства подходить для нанесения логотипа, то есть стать настоящим сувенирным продуктом.

ВОПРОС: *Придумали ли вы какие-то лайфхаки или новинки в этой сфере?*

ОТВЕТ: Мы разработали уникальный продукт, который как ничто другое идеально подходит в качестве подарка, будь то приветственный сувенир, подарок клиенту, бонус за по-



купку или просто памятная вещь. Это набор СИЗ, за- консервированный в жестяную банку. Герметичная упаковка будет хранить нужные для безопасности здоровья вещи много лет. Ее можно



вскрыть сразу, а можно оставить на потом, поставить на полку или стол. И при этом – огромное рекламное поле в виде этикетки, на которую можно сделать полноцветное нанесение.

Мы создали несколько наборов с различной комплектацией: маска, антисептик, перчатки и даже презерватив. Скоро планируем запустить еще и конструктор наборов, благодаря которому можно будет создать свой уникальный комплект с нанесением на все компоненты.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли сувенирные СИЗ повысить лояльность к компании и сплотить коллектив, поддержать сотрудников на удаленке?*

ОТВЕТ: Несомненно. Ведь это не просто подарок, а демонстрация неравнодушия по отношению к человеку, забота о нем. Когда вы выбираете презент, то всегда думаете о том, что обрадует адресата и сделает его счастливее. Здесь то же самое, сувенирные СИЗ могут положительно повлиять как на лояльность к компании, так и сплотить, поддержать сотрудников на удаленке.

ВОПРОС: *По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промподуции?*

ОТВЕТ: Мой прогноз – сувенирные СИЗ, скорее всего, останутся на рынке еще на протяжении нескольких лет. Интерес к такому продукту будет поддерживаться за счет маркетинговых акций как операторами продаж, так и самими поставщиками.



ВЛАДИМИР ЧЕРНОВ,
директор ООО «Саундлаб Медиа Групп» (бренд Nature Code)

www.facebook.com/naturecoderus

ВОПРОС: *Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Мы разработали и начали изготавливать бактерицидные рециркуляторы воздуха, совместив их с предметами интерьера – настольными лампами, часами. Для сферы бизнес-подарков сделали качественную, но при этом бюджет-

ную модель: настольный рециркулятор мощностью 16 Вт и производительностью около 30 кубометров воздуха в час. Он изготовлен из качественных материалов (нержавеющей стали и массива дерева) и имеет отличные возможности для персонализации.

ВОПРОС: *Какие, например?*

ОТВЕТ: Фрезеровка либо лазерная гравировка на деревянной части корпуса (массив бука), а также лазерная гравировка на металлической части корпуса. Под заказ возможно изготовление рециркуляторов с подсвеченным логотипом (вырезан на лицевой части металлического корпуса).

ВОПРОС: *По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промподуции?*



МАРИНА ЧИСТОВА,
собственник
«Ателье Марины Чистовой»

www.best-uniform.ru
www.vyshivka-moskva.ru

ВОПРОС: *Как пандемия коронавируса повлияла на то, что вы стали заниматься поставкой СИЗ?*

ОТВЕТ: Заказы по нашей основной деятельности прекратились. А как раз перед началом пандемии один из клиентов попросил нас разработать многоразовые маски для мероприятия, которые планировалось раздавать в качестве мерча. Когда начался карантин, мы предложили их своим клиентам, но получили сильный негатив: от утверждений, что они бесполезны, до обвинений в том, что мы спекулируем на чужом горе. Запросы были на пошив одноразовых масок, и только через месяц, когда все посчитали убытки от их покупки, у нас сформировался спрос на многоразовые.

ВОПРОС: *Какие средства индивидуальной защиты вы предлагаете и как их брендируете?*



ОТВЕТ: Ажиотажный спрос со временем спадет, но такие изделия, как рециркуляторы, останутся востребованными всегда – эта вещь действительно полезна, ведь помимо COVID-19 есть и другие вирусы.

СТАТИСТИКА ПО ПРОДАЖАМ СИЗ ЗА ПЕРИОД ВЕСНА-ОСЕНЬ 2020

В апреле и мае доля продаж СИЗ составляла 100% от нашего выпуска в месяц, В августе и сентябре – 30%.

ОТВЕТ: Многоразовые тканевые маски, пластиковые экраны и оправы с экранами. Мы делаем персонализацию с помощью вышивки, в том числе и светонакопительными нитками, которые светятся в темноте.

ВОПРОС: *Были ли какие-то необычные запросы на СИЗ?*

ОТВЕТ: Интересный кейс – изготовление защитной маски из платка, выполненного из натурального шелка ручной работы в технике батик. При чем платок мог использоваться как повязка для волос, маска или бафф.

ВОПРОС: *По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в промподуции?*

ОТВЕТ: Думаю, тренд на использование масок в виде мерча сохранится еще минимум на полгода-год.



СЛОВО ЗАКАЗЧИКАМ



АЛЛА ГУЗОВА,
руководитель по HR-бренду
компании eLama

www.elama.ru

ВОПРОС: *Какие средства индивидуальной защиты вы заказывали?*

ОТВЕТ: Пока мы заказывали только брендовые маски. Причем выбор сделали в пользу однотонных черных, без надписей и рисунков, только с логотипом.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли сувенирные СИЗ повысить лояльность к компании и сплотить коллектив?*

ОТВЕТ: Лояльность – очень многомерный показатель, и одними масками его вряд ли можно изменить. Работа с сотрудниками должна быть комплексной, а подарки – про-



думанными. Если сотрудники видят заботу компании о себе на всех уровнях, то актуальные сувениры, вроде масок или защитных экранов, это, конечно, +1 к лояльности. Если позиционировать брендовые СИЗ как вклад каждого в уменьшение заболеваемости, то это может работать и на сплочение коллектива. Если заказать качественную маску с клапаном, кастомизировать и подарить, то желающих ее надевать будет больше. По крайней мере, среди наших сотрудников был большой спрос на эти сувенирные СИЗ, и мы будем делать дозаказ.



КСЕНИЯ ЧЕРНОБАЙ,
руководитель отдела маркетин-
говых коммуникаций компании
«Информзащита»

www.infosec.ru

ВОПРОС: *Какие средства индивидуальной защиты вы заказывали?*

ОТВЕТ: Подарочные наборы, содержащие брендированную маску, перчатки, санитайзер, а также ленты для фитнеса. Как вы помните, в первую волну пандемии фитнес-центры были закрыты, поэтому мы позаботились, чтобы наши клиенты и партнеры смогли заниматься спортом дома.



ВОПРОС: *Были ли какие-то необычные заказы на СИЗ от вашей компании?*

ОТВЕТ: Мы выпустили не просто брендированную маску – заказ стал продолжением истории. В прошлом году для нашей компании художник-каллиграфист Юрий Вольф разработал лимитированную коллекцию футболок «Импортозамещение» с принтом в стиле неорусской вязи. Маски изготовлены им в таком же стиле, с надписью «Без коммен-



тариев». Она вполне отразила текущую ситуацию и наше отношение к ней.

ВОПРОС: *По вашему мнению, утихнет ли интерес к данной продукции с окончанием пандемии или же СИЗ прочно войдут в нашу жизнь и станут трендом в бизнес-подарках?*

ОТВЕТ: Думаю, совсем скоро СИЗ перестанут быть острым трендом в промопродукции, но прочно войдут в классику корпоративных подарков наравне с пауэрбанками и термкружками.

ОЧИСТИТЕЛИ ВОЗДУХА LEITZ TRUSENS – ДЫШИТЕ ЛЕГКО!

Leitz – одна из торговых марок в портфеле компании ACCO Brands и один из старейших канцелярских премиум-брендов, который на данный момент является мировым лидером в области товаров для офиса и не только. Продукция Leitz – это всегда высокое качество, стильный дизайн и функциональность. Бренд известен своим постоянным стремлением к инновациям. Именно поэтому в 2020 году была выпущена новая категория товаров – очистители воздуха Leitz TruSens, созданные для улучшения качества воздуха в помещении.

Очистители воздуха стали пользоваться особым спросом в связи с пандемией COVID-19, так как люди начали не только усерднее заботиться о своем здоровье, но и много времени проводить дома. Кроме того, в последние годы ЗОЖ – это настоящий тренд: все больше людей занимаются спортом и следят за правильным питанием. Так почему бы не начать контролировать чистоту воздуха, которым мы дышим каждый день?

Согласно исследованиям, в среднем 93% своей жизни человек проводит в помещении, где качество воздуха может быть гораздо хуже, чем снаружи. Стандартные загрязнители, такие как пыль, аллергены, пыльца, вирусы, бактерии, шерсть домашних животных и многие другие могут быть вредными для вас и вашей семьи.

Очистители удаляют из воздуха не только опасные химические вещества, но и табачный дым, плесень и грибки, пылевых клещей, запахи любого происхождения, создавая комфортные условия для жизни и здоровья. Также они предотвращают развитие простуды и гриппа, аллергических реакций, астмы и других заболеваний.

Очистители воздуха Leitz TruSens представлены в трех размерах (модели Z-1000, Z-2000 и Z-3000) и подходят для помещений площадью от 23 до 70 кв.м. А благодаря удобной ручке вы сможете легко переносить их из комнаты в комнату.



Самая важная деталь любого очистителя – это, конечно же, фильтр. В подавляющем большинстве очистителей стоит только HEPA-фильтр, который улавливает частицы размером до 0,3 микрона. В большой и средней моделях Leitz TruSens есть целых 4 уровня очистки: предварительный фильтр, улавливающий крупные частицы; фильтр с активированным углем для удаления неприятных запахов; HEPA-фильтр и УФ-лампа, препятствующая размножению бактерий на поверхности фильтра, что обеспечивает фильтрацию воздуха в радиусе 360 градусов.

Очистители воздуха Leitz TruSens также обладают рядом уникальных характеристик. Во-первых, это отдельный датчик SensorPod, позволяющий контролировать качество воздуха во всем помещении. Он не просто передает показания, но и отображает их в удобном цифровом и цветовом форматах на специальном дисплее, а также автоматически настраивает работу Leitz TruSens в соответствии с полученными данными. Еще одна особенность – это двойной поток воздуха PureDirect. Многие очистители при работе подают воздух в одном направлении и поэтому могут оставлять в помещении пространства с малой циркуляцией воздуха или так называемые «мертвые зоны». Благодаря специальной конструкции и запатентованной технологии PureDirect очистители TruSens выпускают два разнонаправленных потока воздуха, что обеспечивает его равномерное распределение по комнате.

Немаловажную роль в современном мире играет и дизайн. Leitz TruSens – это по-настоящему изысканный и красивый продукт, который станет идеальным дополнением к любому интерьеру и будет приносить пользу каждый день, обеспечивая эффективную очистку воздуха в вашем доме или офисе.

Leitz
www.leitz.com/ru-ru

ONLINE – ГЛАВНОЕ НАСЛЕДИЕ ПОДАРОЧНОГО БИЗНЕСА 2020 ГОДА

Как перестроился рекламно-сувенирный рынок с приходом пандемии? Как производители и покупатели реагировали на глобальные изменения? Будут ли премиальные бренды радовать своих поклонников новыми коллекциями? Светлана Баскакова, директор по закупкам направлений «Бизнес-подарки» и «Канцелярские товары» компании MERLION, рассказала GIFT Review, как обстоят дела с продажами и подвела итоги непростого 2020 года.

GIFT Review: Как вы оцениваете 2020 год для всего портфеля сувенирных брендов MERLION?

Светлана Баскакова: Безусловно, год выдался сложным, но, несмотря на всеобщую панику, мы в MERLION не можем отметить падение продаж. Это стало возможным благодаря разнообразию торговых марок и огромному ассортименту компании. Продукция брендов с мировым именем всегда будет пользоваться спросом. Что касается изменений – действительно, они есть. Самое глобальное – быстрый и скорее всего бесповоротный переход в онлайн. Этот тренд уже наблюдался в течение последних двух-трех лет, а во время пандемии резко усилился. К сожалению, традиционной рознице сейчас приходится очень тяжело, упали обороты, многие магазины закрылись. А онлайн дает большие плюсы и для покупателей, и



Светлана Баскакова

для производителей. В частности, маркетплейсы – отличная возможность продвигать продажи через динамичный канал сбыта, представить весь ассортиментный ряд на какой-то конкретной площадке, тогда как в офлайне это не всегда удастся сделать. А покупатель в свою очередь получает возможность приобрести продукт даже в самом отдаленном уголке страны, не выходя из дома.

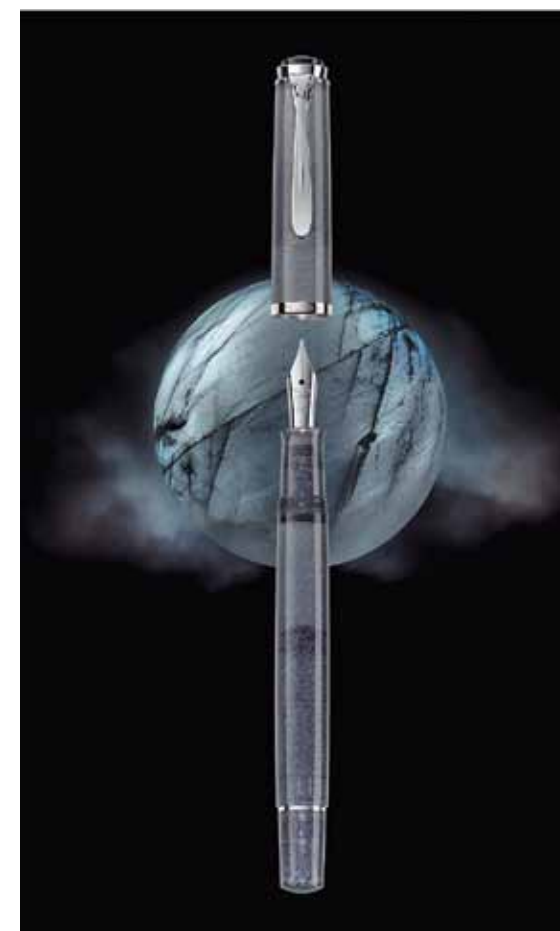
GR: События 2020 года повлияли на востребованность премиальных подарков? Готовы ли покупатели платить за дорогие европейские бренды в нынешней ситуации?

С.Б.: Несмотря на пандемию и два месяца карантина, спрос на люксовую подарочную продукцию не упал. В первых, нельзя сказать, что все ушли в дешевый сегмент,



всегда были и есть люди, которые любят тот или иной бренд и не готовы отказываться от этих покупок. Во-вторых, праздники и дни рождения никто не отменял. Да, с одной стороны, покупатели стали экономить, но здесь скорее идет речь о том, что потребление становится более разумным, осознанным. Ведь с другой стороны, люди продолжают обращать внимание на качественную продукцию, и бренды с определенной философией всегда будут занимать сильную позицию на рынке. Повторюсь, что потери от кризиса традиционной розницы компенсируют онлайн-продажи, открываются новые интернет-магазины, маркетплейсы усиливают свои позиции. В целом подарочный бизнес достаточно хорошо адаптировался в онлайн и даже приобрел более быстрые темпы развития.

GR: С покупательским поведением разобрались. А что с производителями, они продолжают выпускать новые премиум-коллекции?



С.Б.: Выпуск новинок – это важный момент для нашего развития. Партнеры MERLION привыкли получать от нас, как крупнейшего дистрибьютора, своевременный выход новых продуктов на российский рынок. И нам важно сохранить для них эту привилегию. В этом году, несмотря на обстоятельства, MERLION анонсировал продажи нескольких значимых коллекций пишущих инструментов класса Luxury и «Премиум». Наверное, одной из самых ярких стала специальная серия **Classic 205 Moonstone SE** от одного из старейших канцелярских брендов – **Pelikan**. Особенное сочетание материалов и необычный серый цвет корпуса пишущих инструментов напоминают мистический лунный камень. Перьевая ручка с пером из нержавеющей стали оснащена дифференциальным поршневым механизмом, а шариковая ручка с нажимным механизмом гарантирует простоту и комфорт в использовании. **Pelikan** представил в специальном выпуске подарочный набор с одноименными чернилами 2020



года – **Edelstein Colour of the Year 2020.**

Также хочется отметить капсульную коллекцию лимитированного выпуска **Klein Blue®** от компании **Caran d'Ache**. Эта уникальная серия состоит из семи знаковых продуктов и была создана швейцарским брендом совместно с одним из самых удивительных художников своего поколения – **Yves Klein**. Корпус всех предметов выполнен в цвете «бесконечно синего ультрамарина» с гравировкой автографа художника. Любой экземпляр из коллекции **Caran d'Ache + Klein Blue** станет изумительным подарком не только для поклонников премиальных пишущих инструментов, но и для ценителей искусства.

GR: А как обстоят дела с деловой галантереей – ежедневниками, планингами? Изменился ли спрос на эту категорию товаров?

С.Б.: Несмотря на то, что спрос в целом переключился на более



дешевую продукцию, этот процесс в меньшей степени затронул всемирно известные бренды, особенно те, которые даже в текущей ситуации могут удивить интересными новинками и креативными проектами. Например, известный итальянский бренд **Moleskine** совсем недавно выпустил совершенно потрясающую коллекцию, посвященную творчеству легендарной мексиканской художницы Фриды Кало. Серия записных книжек ограниченного выпуска **Moleskine Frida Kahlo** была создана, чтобы отдать дань уважения ее неподражаемому стилю. Яркие цвета призывают вспомнить об удивительном наследии культовой художницы и, возможно, вдохновят многих на собственное творчество. К слову, о творчестве: многие, продолжая работать удаленно, ищут пути саморазвития и реализации. Люди стали больше читать, делать заметки, рисунки, вести записи. Поэтому блокноты и записные книжки остаются довольно востребованными. Так же, как и датированные ежедневники и еже-



недельники – они тоже не потеряли свою актуальность. Например, очень популярна серия элегантных ежедневников **Letts PASTEL**. Плавные закругленные формы обложек представлены в мягких пастельных тонах, срез страниц – серебристый, а нанесение выполнено в стиле парижских уличных вывесок. Все это придает блокнотам особую элегантность и аристократическую простоту.

GR: Да, вы правы, это действительно красивые вещи! Скажите, а есть категории товаров в премиум-сегменте, спрос на которые никак не изменился в связи с пандемией?

С.Б.: Да, например, кухонные ножи знаменитого швейцарского бренда **Victorinox**. Аппетиты людей в прямом смысле этого слова не изменились, а возможно, даже стали больше. Во всяком случае, готовить дома люди точно стали чаще. А кухонные ножи **Victorinox** – это то, что нужно: они различаются по дизайну и цено-



вым категориям, но все они функциональные, надежные, с хорошим соотношением цены и качества.

GR: И в завершение нашей беседы традиционный вопрос – каковы итоги 2020 года и ваши планы на будущий?

С.Б.: Мы благодарны всем нашим партнерам, которые прошли этот непростой год с нами. Трудные времена действительно позволяют проверить способности и возможности команды и укрепляют связь между коллегами. Тем не менее 2020 год был динамичным, интересным и в очередной раз доказал: чтобы достичь хороших результатов, нужно всегда быть в тонусе и повышать производительность во всех направлениях бизнеса. У нас, как всегда, грандиозные и амбициозные планы, мы постоянно ищем новые идеи и бренды, которые интересны нам и нашим партнерам. **MERLION** продолжает работать в полную силу и делать все, чтобы становиться лучше, больше, сильнее. **GR**

MERLION

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

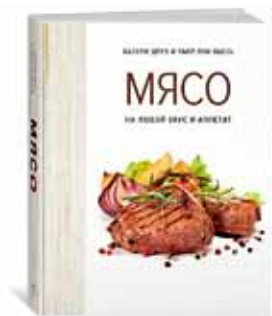
ПОДАРОК ДЛЯ ГУРМАНОВ ОТ РПК «ПИ-АЙ-ВИ»

Зима – пора праздников и выходных дней, когда все мы ожидаем больших дружных вечеров за накрытыми столами, наполненными деликатесами и кулинарными изысками. Компания РПК «Пи-Ай-Ви» предлагает дополнить атмосферу веселья и сказки набором для стейков «Гурман» от бренда Image Collection. Готовить с ним будет легко, а отмечать важные события, будь то корпоративное торжество, семейный праздник или пикник на природе, станет комфортнее и удобнее. Ведь сам процесс приготовления пищи – это отличный повод, чтобы собраться вместе!

Набор «Гурман» идеально подойдет как для новичков в кулинарном деле, так и для профессионалов. Комплект прост в использовании и гармоничен в исполнении.

В состав набора входят:

- **фартук;**
- **доска** для разделки мясных продуктов и подачи готовых блюд;
- **сумка-холодильник**, позволяющая сохранить прохладу ваших напитков;
- **клеймо для стейков с набором из 55 металлических символов** (буквы латинского алфавита, 6 пробелов, 2 фиксатора, гаечный ключ) – полезное приспособление для создания оригинальных гастрономических шедевров. Клеймо можно ставить не только на мясо, стейки и окорок, но и на выпечку, хлеб и сыры. Нагревается на гриле, газовой плите или любой подходящей горелке;
- **цифровой термометр-вилка**, с помощью которого вы сможете регулировать желаемую степень прожарки мяса. Термометр обладает несколькими настройками для приготовления мяса well done, medium, medium rare и rare. Температуру можно выставить по Цельсию и Фаренгейту. Работает на двух батарейках AAA;
- **книга «Мясо» авторов Валери Друэ и Пьера-Луи Вьель** с практичными рецептами аппетитных блюд из различных видов мяса – говядины, телятины, свинины и баранины. Мясо жареное, тушеное, рубленое, запеченное – список представленных рецептов весьма разнообразен. Кроме того, авторы дополнили этот перечень блюдами из субпродуктов и отличными рецептами несложных, но очень интересных соусов.



РПК «Пи-Ай-Ви»
+7 (495) 225-99-53 info@p-i-v.ru www.p-i-v.ru

РПК «ПИ-АЙ-ВИ»: «ПОДАРКИ НИКТО НЕ ОТМЕНЯЛ!»

С началом пандемии коронавируса цифровизация основательно вошла в нашу жизнь. Однако на фоне виртуальных мероприятий и zoom-конференций «физические» подарки не сдают своих позиций и даже обретают повышенную ценность, ведь они выражают осязаемую заботу об адресате. Каковы же самые актуальные тренды в сфере бизнес-сувениров? Об этом рассказали нам сотрудники РПК «Пи-Ай-Ви».

В 2020 году стали набирать популярность подарки с использованием **AR-технологий – дополненной реальности**. Блокноты со стикерами, поздравительные открытки и другие сувениры с AR входят в топ популярных товаров, пользующихся большим спросом у корпоративных клиентов.



Еще один тренд в сфере бизнес-подарков – **многообразие**. Многофункциональные бутылки для воды позволяют проявить заботу о природе, аккумуляторы уменьшают количество используемых одноразовых батареек, а многофункциональные защитные маски в этом году стали не просто необходимым спутником человека, но и модным аксессуаром в одежде. В рамках этого тренда мы предъявляем повышенные требования к износостойкости и внешнему виду товаров, а также тактильным ощущениям от изделий.

Третья актуальная тенденция-2020/21 – **подарки для ЗОЖ**. В последнее время сувенирный рынок пестрит разнообразием гаджетов, предназначенных для стерилизации помещений, одежды, вещей. Также для людей, увлеченных спортом, весьма актуален подарок в виде пульсника или компактной bluetooth-колонки.



И наконец, заключительный тренд – **многофункциональность**. Примеры таких подарков – колонка с зарядкой для телефона, термос со встроенным в крышку датчиком температуры, танцующий робот-колонка или лампа-зарядка. Эти презенты придется по душе самому избирательному клиенту, ведь, помимо удобства и практичности в использовании, они могут похвастаться стильным и необычным дизайном.

РПК «Пи-Ай-Ви»
+7 (495) 225-99-53 info@p-i-v.ru www.p-i-v.ru

ПОДАРКИ ОТ КОМПАНИИ «БЫТПЛАСТ» – ЭКОЛОГИЧНЫЕ, СТИЛЬНЫЕ, ПОЛЕЗНЫЕ

Выбрать сувенир, который отличается уникальным дизайном, долговечностью, экологичностью и качеством, – всегда непростая задача. Однако с продукцией компании «Бытпласт» она становится вполне решаемой. Благодаря контролю на всех этапах производства изделия соответствуют не только российским, но и европейским стандартам качества и безопасности. Кроме того, заказывая корпоративные подарки в ООО «Бытпласт», вы поддерживаете отечественный бизнес: производство расположено в городе Егорьевске Московской области.



100% КАСТОМИЗАЦИЯ СУВЕНИРА

Особенность продукции ООО «Бытпласт» заключается в том, что каждый товар может быть произведен в любом цвете, нужном заказчику. При этом большинство изделий можно забрендировать с помощью нестираемого декора, наносимого с помощью технологии IML (полноцветная выплавляемая этикетка). Такой декор вливается в изделие на стадии литья и не стирается с течением времени. Собственная дизайнерская студия ООО «Бытпласт» разработает варианты персонализации по запросу клиента, а также согласно корпоративному брендбуку.



ЭКОПРОДУКЦИЯ

Одной из позитивных тенденций последних лет является тренд на экологичность и многообразие. «Бытпласт» не остался в стороне и выпустил новинки в рамках этой тематики. Материал товаров долговечен, безопасен и подлежит 100% переработке.

Двухслойные термостаканы Phibo объемами 300 мл и 400 мл идеальны как для активного образа жизни, так и для созерцательного наслаждения чаем или кофе. Они прекрасно подойдут в качестве экологичной замены одноразовым стаканчикам. Воздушная прослойка между стенками стакана сохраняет температуру напитка, а также не позволяет внешней стенке сильно нагреваться. Крышка с эргономичным носиком плотно закручивается на корпусе и не протекает. Внешняя поверхность стакана запечатывается полностью, все элементы (внешняя и внутренняя колбы и крышка) могут быть изготовлены в любых цветах.



Контейнер Take&Go со столовыми приборами подходит людям, заботящимся о природе, а также приверженцам здорового питания. Предназначен для транспортировки ланча и разогревания пищи в микроволновой печи. Крышка с силиконовым уплотнителем и четыре замка обеспечивают герметичность контейнера. Обеденный комплект из ножа и вилки позволяет не беспокоиться о столовых приборах – они легко пристегиваются к крышке. Контейнер является экологичным решением проблемы одноразовой посуды. Возможно производство в любых цветах, а также брендирование корпуса по технологии IML (полноцветная выплавляемая этикетка).



Контейнер для бутерброда – самый популярный вариант сувенира у заказчиков компании «Бытпласт». Оригинальный и необычный, он точно станет уникальным подарком для партнеров или сотрудников компании. Повторяет форму бутерброда, а закругленные края не портят сумки, пакеты и рюкзаки. Его удобно брать с собой в дорогу, на прогулку, в школу, на работу. Контейнер плотно закрывается, поэтому не нужно переживать, что крышка случайно откроется.



Коробка с ручкой для мелочей Multi Box – это оптимальное решение для хранения. По бокам каждой секции имеются специальные замки и фиксаторы, с помощью которых можно пристегнуть дополнительный элемент, что позволит создать многосекционную систему хранения. Секции коробки могут использоваться отдельно друг от друга как самостоятельные изделия. Они также подойдут для упаковки подарков, возможно изготовление в любом цвете с брендированием.



Промопродукция от российского производителя «Бытпласт»
+7 (985) 860-72-56 sitnikova.sv@bytplast.ru
www.bytplast.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ПОДАРКОВ И МОТИВАЦИИ – 4 КЕЙСА ДЛЯ БИЗНЕСА

На сегодняшний день различные цифровые продукты стали главными драйверами развития бизнеса и увеличения объемов продаж. В «цифру» переходят коммуникации, события, финансовые операции, работа и досуг. Сферы подарков и мотивации не стали исключением, а печальные обстоятельства пандемии только ускорили этот процесс. Но нет худа без добра, ведь данная технология содержит ключевые для бизнеса параметры: скорость, экономичность, неограниченный масштаб. В этой статье мы расскажем о цифровых подарочных картах myGift Visa, которые предоставляют принципиально новые возможности для пользователей.

MyGift Visa – продукт, который был быстро оценен и взят в арсенал эффективных инструментов крупными брендами, корпорациями, рекламными агентствами и агрегаторами подарочных решений.

Это банковские предоплаченные карты без физического носителя, которые поддерживают мобильные сервисы, такие как Apple Pay и Google Pay*, а значит, подходят для расчетов как онлайн, так и офлайн. Ими можно оплачивать покупки на российских интернет-сайтах, через мобильные приложения отечественных интернет-магазинов и маркетплейсов, а также в офлайновых точках на территории РФ: магазинах, ресторанах, кафе, кинотеатрах, салонах красоты, АЗС. Карты имеют гибкий номинал: от 50 до 15 000 рублей и могут быть пополнены на любую сумму.

Распространяются цифровые карты очень просто. Клиенту передается специальный код, который нужно активировать. После активации реквизиты карты направляются в смс-сообщении на указанный номер. Безопасность интернет-платежей обеспечивает технология 3D-Secure, эмитентом карт является РНКО «Платежный Центр» (ООО).

Существует два вида подарочных карт myGift Visa: розничные и корпоративные. Дарителем **розничных карт** является физическое лицо. Любой желающий может купить карты коллегам, друзьям и близким, не выходя из дома, на сайте mygift-cards.ru/buy.

Что касается **корпоративных подарочных карт**, то их дарителем является юридическое лицо. Любая российская компания может заказать карты по b2b-модели у компаний-агрегаторов подарочных решений (например, ООО «Пре-пейд Солюшенс» и ООО «Подарок в Квадрате»). Все, что для этого нужно: заключить договор, оплатить счет, получить реестр кодов активации желаемых номиналов, а затем подарить их физическим лицам.

Виртуальные карты для юридических лиц бывают нескольких видов и используются для разных целей.

Универсальные подарочные – такие карты компании чаще всего применяют в качестве вознаграждения в трейд-маркетинговых активностях или в мотивационных программах.

Целевые подарочные – это универсальные подарочные карты Visa, которые могут быть ограничены определенными категориями покупок и потрачены в любом магазине или на сайте выделенного сегмента: топливные карты, карты оплаты сотовой связи, карты питания, спорт-карты, beauty-карты**.

Карты для виртуальных витрин и каталогов при- зов, выпускаемые в режиме реального времени с использованием протокола API, позволяют в максимально короткие сроки реализовать программу мотивации для цепочки продаж.

Давайте рассмотрим возможности розничных и корпоративных цифровых карт на примере реальных кейсов.

КЕЙС №1

КЛИЕНТ: производственная компания.

ЗАДАЧА: мотивация партнерского отдела продаж – за каждую проданную единицу товара начисляется бонус.

ЗАПРОС: нужен инструмент, с помощью которого можно организовать адресное начисление бонуса для 3000 сотрудников ежемесячно.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА:

- широкая география (магазины расположены на всей территории РФ),
- большое количество участников,
- необходимо обеспечить контролируемое получение вознаграждения.

РЕШЕНИЕ: по итогам месяца продавцу приходит смс-сообщение с кодом активации. После прохождения процедуры активации денежные средства находятся на балансе корпоративной универсальной цифровой карты myGift Visa.

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ: 7 дней.



*В случае, когда в вашем смартфоне допускается возможность использования технологий мобильных платежей Apple Pay или Google Pay. Google Pay – бесконтактная оплата с применением технологии Google Pay, доступна на устройствах со встроенным NFC-модулем и операционной системой Android версии 4.4 или выше. С полным списком устройств, совместимых с Apple Pay, можно ознакомиться на сайте. Apple Pay является торговой маркой компании Apple Inc., зарегистрированной в США и других странах. Google Pay и Android являются товарными знаками корпорации Google LLC.

**Beauty-карты (бьюти-карты) – карты для оплаты услуг и товаров в салонах красоты, сетях магазинов косметики и парфюмерии.

КЕЙС №2

КЛИЕНТ: производственная компания.

ЗАДАЧА: программа мотивации, которая бы удовлетворяла потребностям всего персонала независимо от должности и региона. В компании работает 1800 человек. Большинство из них – рабочие.

ЗАПРОС: необходимо наполнить кафетерий льгот для сотрудников разнообразными видами компенсаций.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА:

- широкая география,
- разные предпочтения большого количества участников.

РЕШЕНИЕ: виртуальные подарочные карты с ограничением по сегменту расходов. Сотрудники смогли выбирать в кафетерии льгот набор компенсаций, исходя из своих потребностей. Самыми востребованными стали HEALTH GIFT CARD, SPORT GIFT CARD, TRAVEL GIFT CARD*** и карта питания «СУП».

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ: 14 дней.



КЕЙС №3

КЛИЕНТ: торговая компания.

ЗАДАЧА: мотивация продавцов-консультантов, в рамках которой необходимо ежемесячно премировать участников за объемы проданной продукции (аудитория – более 10 тыс. человек).

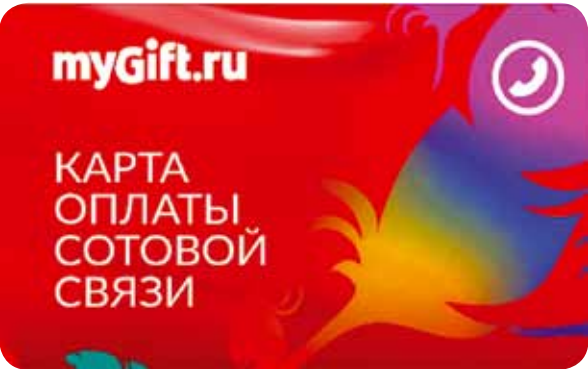
ЗАПРОС: универсальный подарок, который можно быстро получить и легко использовать.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА:

- широкая география (магазины сети расположены на всей территории РФ),
- слабая финансовая грамотность и меняющееся количество участников,
- необходимо обеспечить контролируемое получение вознаграждения.

РЕШЕНИЕ: интернет-витрина с персональным кабинетом, где сотрудники могли обменять свои баллы на карту оплаты мобильной связи. Номинал такой карты после активации кода зачисляется на счет мобильного телефона.

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ: 7 дней.



КЕЙС №4

КЛИЕНТ: группа крупных торгово-развлекательных центров, входящих в один холдинг, с общим трафиком 50 млн покупателей в год.

ЗАДАЧА: реализовать онлайн-сервис покупки виртуальных подарочных карт торговых центров.

ЗАПРОС: брендированный подарочный онлайн-продукт для посетителей ТРЦ.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТА:

- несколько городов и торговых центров,
- короткие сроки реализации,
- карта должна приниматься во всех магазинах-арендаторах, кафе и ресторанах торговых центров как в онлайн-, так и в офлайн-формате.

РЕШЕНИЕ: виртуальная карта под собственным брендом с организацией процесса покупки, активации и проверки баланса.

СРОК РЕАЛИЗАЦИИ: 3 недели.



Эмитент предоплаченной карты, оператор электронных денежных средств, оператор по переводу денежных средств РНКО «Платежный Центр» (ООО), Лицензия Банка России № 3166-К от 14 апреля 2014 года. (г. Новосибирск, ул. Кирова, 86, ОГРН:1025400002968), на основании Договора о комплексном обслуживании клиента, текст представлен на сайте rnko.ru.

Остались вопросы? С удовольствием ответим на них!
mygift.ru

+7 (495) 928-05-00. Информационный центр. Звонок по тарифам вашего оператора, 24 часа.

***Health gift card, sport gift card, travel gift card – подарочная карта «Здоровье», подарочная карта «Спорт», подарочная карта «Путешествия».

ДИЗАЙН-СТУДИЯ 3DSIGN: ЗАЯВИТЕ О СЕБЕ В 3D-ПРОСТРАНСТВЕ!

Мы все живем в трехмерном мире, а по некоторым сведениям, даже в четырехмерном. Основой многих прикладных технологий в совершенно разных областях сегодня является 3D-моделирование. В этом обзоре мы расскажем о хитах и новинках от дизайн-студии 3DSIGN, которые способны удивить даже самых искушенных клиентов.



3D-амбиграмма – это трехмерный объект, меняющий облик в зависимости от угла зрения. Если элементами такого объекта являются буквы, то с разных ракурсов читаются разные слова. Например, это могут быть мужские и женские имена или названия компаний-партнеров. Перейдя по QR-коду, вы увидите видеопример. Такой ролик отлично подойдет для размещения на сайте компании или на странице в социальной сети.

Другие впечатляющие опции для корпоративных клиентов – изготовление реальных объектов из самых разных материалов на основе 3D-амбиграммы, а также оформление офисного пространства или оригинальных стендов на выставках.



Персонажные фигурки – нестандартный подарок шефу или деловому партнеру. Портретная персонализация достигается за счет подвижной головы фигурки, которая может быть сделана на основе 3D-сканирования и распечатана на цветном 3D-принтере или изготовлена по фотографии. Варианты тел фигурок весьма разнообразны по профессиям (от врача до генерала) или хобби (от дайвера до охотника). Высота изделия – 25-30 см.



Оригинальная жестяная коробочка с рельефом местности

Местность непростая – горнолыжный курорт Красная Поляна. На рельефе нанесены все подъемники и трассы зон катания Роза Хутор, Красная поляна (Горки Город), ГТЦ «Газпром». Посещаемость курорта – около 2 млн человек. Зимой 2020-21 она может вырасти, так как выезд во Францию, Швейцарию, Италию и другие места паломничества горнолыжников затруднен в связи с пандемией коронавируса. Такая коробочка сама по себе является прекрасным подарком и напоминанием об отдыхе или корпоративном мероприятии, кроме того, ее можно изготовить с наполнением, например, мелкими сувенирами или шоколадом. Внешние размеры 215x150x65 мм.



Новый проект дизайн-студии 3DSIGN – DeepClone, который будет особо востребован в посткарантинный период. Это технология, позволяющая быстро добавлять в видеоролик объект, отсутствующий при съемке, причем делать это без применения компьютерной графики. И это не AR (дополненная реальность). AR исключает взаимодействие объектов, например, нельзя обнять виртуальный объект. У нас можно! Один из примеров применения данной новинки – видеоселфи со звездой.

3DSIGN

WhatsApp: +7 (966) 348-0799 inik009@gmail.com www.3DSign.xyz www.ambigramma.com

ДЛЯ СПОРТА И СЧАСТЬЯ: ФИТНЕС-БРАСЛЕТЫ ОТ SMARTERRA RUSSIA

В последние годы разнообразные гаджеты входят в список самых желанных подарков. Спрос на электронику возрастает накануне праздников 23 февраля и 8 марта: чаще всего женщинам дарят фитнес-браслеты и смартфоны, мужчинам – видеорегистраторы, смарт-часы и наушники. В этой статье мы расскажем о брендированных фитнес-браслетах – универсальном, стильном и очень полезном подарке от компании SMARTERRA RUSSIA.

SMARTERRA RUSSIA разработала предложение по дизайну фитнес-браслетов для своих ключевых партнеров. Не откладывайте заказ: проект с фирменной символикой может получить и ваша компания!

УМНЫЕ ПОМОЩНИКИ:

- наблюдают за нашей активностью и сном;
- измеряют пульс и артериальное давление;
- подсчитывают шаги и сожженные калории;
- определяют уровень кислорода в крови;
- дублируют смс-сообщения и звонки с телефона;
- работают в качестве будильника и записной книжки;
- управляют музыкальными треками.

Брендированные фитнес-браслеты все чаще выступают в роли востребованных корпоративных подарков: умные технологии стоят на страже здоровья и бодрости всей команды, напоминая о необходимости физической активности. Кроме того, специальные приложения дают владельцам браслетов возможность поддерживать друг друга в занятиях спортом, делиться успехами и соревноваться. Это намного полезнее ставших совсем немодными совместных перекуров.

Спортивные гаджеты выглядят ультрасовременно и смотрятся как стильное украшение. А материалы ремешков позволяют создавать модели в фирменных корпоративных цветах и использовать разные технологии персонализации.



Вручая своим сотрудникам, клиентам и партнерам носимую электронику с вашим уникальным дизайном, вы желаете им: «Будьте счастливыми, спортивными и активными!»



SMARTERRA RUSSIA

8 (800) 707-64-32 www.smarterra.ru

«ЛЮКС-СР» – ПОДАРКИ ДЛЯ ХОЛОДНОГО СЕЗОНА И НЕ ТОЛЬКО

Нужен корпоративный мерч? А может быть, статусный подарок для ключевого бизнес-партнера? Или рекламные сувениры для промоакции? Все это вы найдете в одном месте и на очень выгодных условиях – в компании «ЛЮКС-СР», которая уже больше 10 лет занимается изготовлением брендированной рекламно-сувенирной продукции.

АССОРТИМЕНТ

Более 10 000 позиций: от ежедневников и блокнотов до аксессуаров для путешествий, одежды и электроники с мелкой бытовой техникой. Помимо стандартных вариантов предлагается большой выбор бюджетных промо-сувениров для массовой раздачи, VIP-подарков и необычных презентов: инновационных товаров с оригинальным дизайном и расширенным функционалом.

ПРЕИМУЩЕСТВА И ВОЗМОЖНОСТИ

Производственные мощности позволяют ежемесячно выполнять более 400 крупных заказов. В среднем на выполнение заявки требуется от 7 до 10 дней – с учетом времени, необходимого на разработку дизайн-макета. Заказчик также может предоставить собственный эскиз, в этом случае продукция будет готова в течение 3-5 рабочих дней.

Маркетинговое исследование целевой аудитории. Специалисты «ЛЮКС-СР» подберут подарки, которые будут эффективны в качестве рекламных инструментов именно для вашей компании.

Полный производственный цикл: от разработки концепции до отправки клиенту. Вы получаете готовый продукт «под ключ».

Скидки до 15% для постоянных и крупнооптовых заказчиков.

Гарантия качества – 100% соответствие макету, изготовление пробных образцов.

Фиксация цены – после подписания договора стоимость продукции остается неизменной.

Оплата частями – «Люкс-СР» доверяет своим партнерам.



Юлия Михайлова, генеральный директор компании «ЛЮКС-СР»:

– Наша главная уникальность заключается в адресном подходе к клиенту и сервисе подбора подарков. Мы делаем все «как для себя», вникаем в проблемы и задачи конкретного заказчика, помогаем определиться с выбором, не выходя за рамки бюджета, и воплощаем в жизнь самые смелые идеи. Кроме того, наши сотрудники регулярно ищут новинки проморгынка и оригинальные подарочные решения на российских и зарубежных профильных выставках, а ассортимент постоянно пополняется продукцией из Европы и Китая.



ООО «ЛЮКС-СР»

8 (495) 540-48-86 8 (495) 787-56-89 info@llsr.ru www.llsr.ru

Персональный менеджер на каждый проект обеспечит своевременное и профессиональное общение с заказчиком.

БРЕНДИРОВАНИЕ

Только проверенные технологии персонализации: тиснение (блинт, конгрев), шелкография, вышивка, тампо- и УФ-печать, прямая печать на текстиле. Также доступны термотрансфер, офсет, цифровая печать и другие способы брендинга.

ПОДАРКИ ДЛЯ ТЕПЛА

Чтобы вы и ваши сотрудники чувствовали себя здоровыми и энергичными в холодное время года, позаботьтесь об одежде – куртках, шапках, жилетах, перчатках, обуви и т.д. Отличным решением будет нанести на поверхность фирменный логотип, надпись или изображение. Таким образом, ваш мерч станет эффективным рекламным носителем.

Помимо одежды с логотипом есть множество других аксессуаров, которые можно использовать в холодную погоду. Это, например, **фирменная термокружка**, сохраняющая температуру любого напитка на протяжении нескольких часов. Другой вариант – **оригинальная грелка для рук** с логотипом компании. Если ожидается дождь, актуальными и востребованными корпоративными подарками станут **дождевики, зонты и чехлы для обуви с персонализацией**.

Как видите, сезон дождей и снега – это не обязательно снижение работоспособности и вечные «больничные». С помощью брендированной одежды и различных промоаксессуаров вы не только справитесь с поставленными задачами, но и порадуете сотрудников и партнеров, привлечете новых клиентов и повысите узнаваемость вашей компании.

28

МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

СКРЕПКА ЭКСПО

10-12 ФЕВРАЛЯ 2021

Ищите нас в социальных сетях:

f @skrepkaexpo

ПРИНЯТЬ
УЧАСТИЕ

online выставка
СКРЕПКА EXPO
ФЕВРАЛЬ 2021

((S))
ONLINE

МВЦ КРОКУС ЭКСПО | ПАВИЛЬОН 2 | ЗАЛЫ 10 И 11

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

КАНЦТОВАРЫ

ИГРУШКИ

СУВЕНИРЫ

ОБУЧЕНИЕ

ДОМ И ОФИС



ЗИМНЯЯ СУВЕНИРКА – ЧТО ЗАКАЗЫВАЛИ К НОВОМУ 2021 ГОДУ

GIFT Review собрал статистику продаж у нескольких ведущих поставщиков российского реклам-но-подарочного рынка и выяснил, какие бизнес-сувениры дарили сотрудникам, клиентам и партнерам к Новому 2021 году*.



АЛИЯ КЕШИШЬЯН, менеджер по внешним коммуникациям компании «Проект 111»
www.gifts.ru

Если мы возьмем типично зимние това-ры, то на первом месте будут вязаные вещи: шапки, шарфы, варежки, свитера – они составляют 24% продаж «зимки», далее пледы – 18%. Новогодний assor-тимент в общем занимает 46% этого рейтинга, но мы раз-делили его на группы: елочные игрушки – 18%, свечи и подсвечники – 11%, готовые новогодние наборы – 9% и



товары с символом года – 8%. Последние 12% достались сладким подаркам: меду, варенью и прочим согревающим в зимнюю стужу вкусняшкам.

Термокружки и термосы востребованы в течение все-го года, но если добавить их в расчет, на их долю придет-ся 32%, и они сильно «подвинут» все остальное. То есть термкружек за сентябрь-ноябрь 2020 года было прода-но такое же количество, как и всех новогодних наборов, елочных игрушек и символов года вместе взятых. Также типично сезонным товаром являются ежедневники: их заказали в 3,5 раза больше, чем термкружек.



АНТОН ВЕРТ, владелец компаний Vertcomm и Merchcomm
www.vertcomm.ru
www.merchcomm.ru

Рост спроса на корпоративные подарки в высоком сувенирном сезоне 2020 был небольшим, на 10-15%, но в условиях второй волны пандемии это уже неплохо. Люди по-прежнему заказывают различные СИЗ: маски, антисептики, но уже меньше, чем во втором и третьем кварталах 2020 года. Есть много запросов на ди-зайн масок: яркий, эмоциональный посыл. Вернулась мода на вязаные вещи: варежки, толстовки. Прослежива-ется явная тенденция дарить сеты продукции в упаковке. Сладкие, съедобные подарки уступили место практичным вещам, применимым в быту: свитшотам, термкружкам, пауэрбанкам, наборам для кухни. Соотношение между практичными вещами и съедобными подарками – при-мерно 90/10. И конечно же, все более востребованной услугой становится доставка – адресная и бесконтактная по сотрудникам, партнерам и клиентам по всей стране и миру, она стала обязательной частью наших услуг.



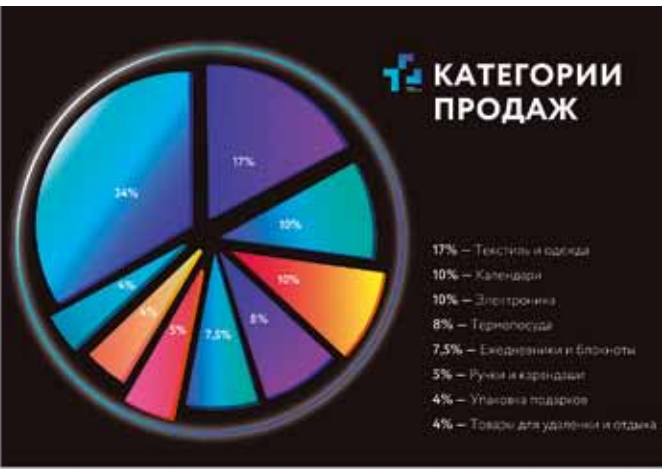
ОЛЬГА ЖУКОВА, генеральный директор «Первой Сувенирной Компании»
www.1souvenir.ru

Текстиль и одежда, такая как толстовки, шарфы и вязаные наборы, в 2020 году зани-мают наибольшую долю востребованной новогодней корпоративной продукции – более 17% всех продаж. Это отличные зимние подарки, которые не только греют, но и являются эффективными рекламными носителями, а варианты оформления (шелкография, прямая печать по текстилю и машинная вязка на заказ) позволяют сделать их индивидуальными и особенными в зависимости от по-желаний клиента.

Второе место по уровню спроса – по 10% продаж – делят между собой классические новогодние бизнес-су-вениры, без которых невозможно представить корпоративный Новый год, – это календари и электроника. Фир-менный календарь неизменно является обязательным атрибутом компаний для поддержания точки контакта с деловыми партнерами в течение целого года, а различные девайсы – от bluetooth-наушников и колонок до увлажни-телей воздуха в бамбуковых корпусах – актуальный спо-соб порадовать современную аудиторию.

Более 8% продаж промопродукции приходится на термopocуду. Коферы, термoкpyжки и термосы идеально подходят для прогулок на свежем воздухе с горячим чаем, ароматным кофе или глинтвейном с корицей.

Сезонным трендом стали ежедневники с полной запечаткой, которая позволяет делать непрерывное красоч-



ное изображение от лицевой стороны до оборотной. Дуэт ежедневников и блокнотов занимает около 7,5% продаж этого сезона, а ручки с карандашами, которые являются отличным дополнением к ним, – более 5%.

Упаковка подарков, а также товары для удаленной ра-боты, домашнего отдыха и спорта завершают список про-даж – около 4% на каждую категорию. Удобная доставка в любую точку мира способствует росту спроса на эту про-дукцию.



АНЖЕЛИКА ПОПОВА, исполнительный директор компании «ОКЕАН бизнес сувениров»
www.oceangifts.ru

В сезоне осень-зима 2020 года 30% продаж составляют подарочные наборы. Напри-мер, ручка + флешка + зарядка, плед + термoкpyжка, ежедневник + ручка. Комбинаций очень много на любой вкус и бюджет. Популярность наборов связана с желанием создать эстетику и филосо-фию подарка в едином стиле. К тому же, такой вариант наиболее практичен. Разница между еди-ничным презентом и целым набором очевидна. Чем больше элементов в подарке, тем интереснее его рассматривать, изучать, общие впечатления у адресата гораздо приятнее. Таким образом, вы да-рите эмоции, а это самое ценное, что может быть.



* Прим. ред.: данные, предоставленные спикерами, актуальны на начало декабря 2020 года.

КОМПАНИЯ «ИВИ» – ДАРИТЕ ТЕПЛО!

Наш суровый климат способствует тому, что вязанные изделия становятся настоящим трендом в корпоративных подарках. В разгар зимнего сезона GIFT Review рассказывает об одном из лидеров b2b-рынка корпоративной одежды и промо – российской производственной компании «ИВИ» («Изготовление Вязаных Изделий»). Предприятие было основано в 2011 году и специализируется на выпуске высококачественной трикотажной продукции любой сложности.

ПРОДУКЦИЯ

Пледы, варежки, шарфы, шапки, носки, свитера, промокомплекты, сувениры, упаковка с логотипом заказчика.

СПОСОБЫ НАНЕСЕНИЯ

Машинная и ручная вышивка, шеврон, жаккард, жаккардовая бирка, бирки из ПВХ, натуральной кожи и экокожи, металлические и деревянные шильды.

ПРЕИМУЩЕСТВА

4 в 1

Производство, отдел продаж, шоу-рум и склад на единой территории в Москве. Для вашего удобства отдел продаж работает с понедельника по субботу. Если заказ нужен «еще вчера», возможно изготовление сигнального образца в течение часа в присутствии заказчика. В уютном шоу-руме вы сможете спокойно и внимательно ознакомиться с многообразием моделей, а также определиться с видом пряжи и подобрать цвета в соответствии с брендбуком вашей компании. Собственная дизайн-студия предоставляет услуги по разработке макетов с нуля, по ТЗ, имеющимся эскизам или фотографиям.

Высокий уровень сервиса

За каждым проектом закреплен персональный менеджер, который сопровождает заказ на всех этапах и помогает оперативно найти решение поставленной задачи. Расчет входящего запроса занимает не более 3 часов.

Пряжа с фабрик. Окрас в Pantone

Качество вязаных изделий на 70% зависит от качества используемой пряжи. Поставки сырья осуществляются напрямую с



фабрик Турции, Италии, Беларуси и др. Всегда в наличии на складе пряжа основных составов и цветов, под заказ производится окрас в соответствии с корпоративным Pantone.

Контроль качества. Гарантия сроков

Трехэтапная проверка брака и ответственность за результат. Все проекты «под ключ». Высококачественные материалы и международные стандарты производства гарантируют комфорт и долговечность изделий. Обновленный парк трикотажного и швейного оборудования позволяет изготавливать модели любой сложности.

Доставка по РФ, СНГ и Европе

Сотрудничество с регионами России, странами СНГ и Европы. Представительство в г. Минске.

Приглашаем к сотрудничеству!



Компания «ИВИ» («Изготовление Вязаных Изделий»)

8 (499) 713-11-17, 8 (910) 000-95-75

info@ivi.ru.com www.ivi.ru.com

ЗНАМЕНИТЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ КОРОБКИ-ДОМИКИ ОТ ООО «СТУДИЯ УПАКОВКИ»

GIFT Review постоянно находится в поиске свежих идей, которые бы пришлись по вкусу заказчикам корпоративных подарков, а также помогли поставщикам сувенирной продукции и рекламным агентствам развивать свой бизнес. На этот раз мы рады представить читателям оригинальный продукт – подарочные коробки-домики. В чем их достоинства и уникальность? Читайте ниже.

Коробки-домики изготовлены из тонкого и прочного микроффокартона и полностью готовы к использованию. Самосборные, не требуют дополнительной склейки. Поставляются в плоском виде и собираются в считанные секунды.

Положить туда можно все, что угодно: кофе, чай, посуду, косметику, мягкие игрушки, гаджеты, сладкие подарки, бутылку алкоголя. После Нового года такая упаковка станет прекрасным кукольным домиком для детей сотрудников, а весной превратится в кормушку для птиц.

Подходят для самостоятельного декорирования и росписи, а также брендинга методом шелкографии.

WRAPPINGSTUDIO



Мы специально придумали упаковку с «открытым программным кодом», без печати, чтобы дать простор для творчества всем – дизайнерам, художникам, декораторам, сотрудникам рекламных агентств, полиграфистам, маркетологам, пиарщикам, руководителям детских студий, детям и домохозяйкам. Все эти люди «дорабатывают» наши коробки-домики в зависимости от своих вкусов и задач и получают свою «добавочную стоимость».

Отличный бизнес для рекламных агентств и типографий

Возможность нанесения логотипа и прочих изображений



Мы хотели, чтобы это были коробки, но не как у всех.

Мы хотели, чтобы это было дешево, поэтому микроффокартон.

Мы хотели их отправлять по всей стране, поэтому они самосборные и поставляются в плоском виде.

ООО «Студия упаковки»

+7 (812) 950-34-42 hello@wrappingstudio.ru www.wrappingstudio.ru

8 ИДЕЙ НЕОБЫЧНОЙ УПАКОВКИ БИЗНЕС-ПОДАРКОВ

Как известно, театр начинается с вешалки, а подарок – с упаковки. В этом обзоре мы собрали креативные идеи от поставщиков и заказчиков корпоративных сувениров, которые покажут, что оригинальная и запоминающаяся подача – уже половина успеха вашего презента.

► **ФУРОСИКИ** – переводится с японского как «банный коврик» и представляет собой квадратный кусок ткани, который используется для заворачивания и переноски предметов любых форм и размеров. Упаковка выполнена в виде платка с логотипом клиента. В комплект входит инструкция.

Фото: «Ателье Марины Чистовой»
www.best-uniform.ru
www.vyshivka-moskva.ru



◄ **УПАКОВКА ДЛЯ САНИТАЙЗЕРА В ВИДЕ ПЛАСТИКОВОЙ КАРТЫ** – оригинальный флакон для антисептического спрея для рук объемом 20 мл. Такая упаковка не занимает много места, помещается в карман джинсов или рубашки. Возможно брендирование с помощью УФ-печати или тампопечати.

Фото: «Топкаталог»
www.topcatalog.ru

► **ПОДАРОЧНЫЕ КОРОБКИ-ДОМИКИ** – изготовлены из тонкого и прочного микрофроектона и полностью готовы к использованию, не требуют дополнительной склейки. Поставляются в плоском виде и собираются в считанные секунды. Положить туда можно все, что угодно: кофе, чай, посуду, косметику, мягкие игрушки, гаджеты, сладкие подарки, бутылку алкоголя. После Нового года такая упаковка станет прекрасным кукольным домиком для детей сотрудников, а весной превратится в кормушку для птиц. Подходят для декорирования и росписи, а также брендирования методом шелкографии.

Фото: ООО «Студия упаковки»
www.wrappingstudio.ru



◄ **УПАКОВКА-ГОЛОВОЛОМКА ДЛЯ БУТЫЛКИ** – это вызов стандартам и скучным подаркам, азарт и ликование, которые делают процесс открывания бутылки поистине захватывающим. Чтобы разобраться с хитроумным переплетением шнуров и деревяшек, которое только на первый взгляд кажется простым, понадобятся трезвая голова и ясный ум.

Фото: Play&Progress
www.play-progress.com

► **УПАКОВКА ZERO WASTE** (рус. «ноль отходов») – достойная экоальтернатива обычной упаковке – нарядный текстильный мешочек, который можно бесконечно долго повторно использовать в повседневной жизни. Например, чтобы взять с собой вещи на фитнес, сложить в чемодан, отправляясь в путешествие, или хранить аксессуары и детские игрушки дома.

Фото: BuySocial
www.buysocial.ru



◄ **ШКАТУЛКА ДЛЯ СЛАДКИХ ПОДАРКОВ** – оригинальная упаковка для наборов с вареньем, джемом, медом и т.д. Изготовлена из высококачественного МДФ, имеет защиту от случайного открывания. После удаления ложементов может использоваться для хранения мелочей. Авторская конструкция соединения элементов позволяет делать прочные сборно-разборные шкатулки. Различные варианты персонализации: инкрустация, гравировка, УФ-печать.

Фото: «ЭкоВинчи»
www.ecovinchi.ru

► **МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ФУТЛЯР ДЛЯ НАГРАДНОЙ ПЛАКЕТКИ** – оснащен съемным ложементом, который может служить самостоятельной плакеткой. Ложемент покрыт флоком, имеет на задней части крепление, позволяющее повесить плакетку на стену, а также опору для установки на горизонтальной поверхности. Имеются несколько уровней углублений для защитного покрытия, что позволяет превратить ложемент-плакетку в картину, закрытую стеклом или акрилом.

Фото: «Бархатная Упаковка»
www.instagram.com/barhatnayaupakovka



◄ **КЕЙС ЗАКАЗЧИКА: ТЕМАТИЧЕСКИЙ КРАФТ-БОКС** – коробка из крафтового картона, которую можно обыграть в любой теме. REG.RU оформил её в виде чемоданчика для путешествий с яркой ручкой, стикерами с доменами в стиле ретронаклеек путешественника (TOKYO, MOSCOW, CAPETOWN и т.п.), а также наклейками в виде колесиков и замочка с кодом. А внутри дорожная подушка, маска для сна, бирка для чемодана, карамельки «Взлет» и открытка-самолетик.

Фото: REG.RU

ДАРИТЕ МОДНО! ТРЕНДЫ В БИЗНЕС-ПОДАРКАХ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2021

Горячая пора подготовки к Новому году позади, но предстоящий сезон тоже богат на праздничные даты – совсем скоро надо будет определиться с выбором корпоративных сувениров к 23 февраля и 8 марта. Кроме того, 2020 год был необычным во всех смыслах, и конечно же, это отразилось и на модных тенденциях в промоиндустрии. Мы попросили ведущих игроков рынка рассказать, какие подарки для мужчин и женщин будут особенно актуальны весной 2021 года.



ВЕРА КАШПУРОВА, руководитель отдела товарного маркетинга компании Happy Gifts
www.happygifts.ru

В первой половине 2021 года по-прежнему будут востребованы **средства индивидуальной защиты**. Учитывая этот тренд, популярными подарками как на 8 марта, так и на 23 февраля станут защитные маски, санитайзеры и подарочные наборы СИЗ. К примеру, наши новинки – зарядные устройства Forte SafeTouch (3000 mAh) и Shaky SafeTouch (4000 mAh) из антибактериального пластика. Благодаря специальному компоненту SEANTECH снижается риск накопления бактерий на их поверхности в течение дня. Материал безопасен для кожи и сохраняет свои свойства в течение всего срока службы подарков.

Продолжая тему последствий пандемии, массовый переход сотрудников на удаленку превратил деловой дресс-код в повседневный и спортивный. Мы ожидаем бум на **уютные толстовки с корпоративной символикой**, а также на удобные поло и футболки.

Традиционные подарки в этом году будут ориентированы на домашнее времяпрепровождение. Женщинам можно предложить **товары для дома** – пледы, увлажнители воздуха, кухонные принадлежности, фартуки и красивую посуду. Мужчинам – винные наборы, стаканы, бокалы, товары для ремонта.



Занятия спортом в домашних условиях – тоже новая реальность. Легкие и компактные **спортивные наборы**, бутылки для воды, полотенца, спортивная одежда одинаково хорошо будут восприняты обеими категориями адресатов.

Большой всплеск интереса ожидается к **гаджетам** и компьютерной периферии: мышкам, веб-камерам, микрофонам, наушникам и колонкам. Это связано с дистанционной работой, онлайн-совещаниями и потребностью всегда оставаться на связи. Вкладываться в такой подарок выгодно в первую очередь самой компании – ведь технические возможности напрямую влияют на способность сотрудника активно участвовать в рабочих процессах.

Во многом 2020 год отразился и на кадровой ситуации: компаниям важно продемонстрировать свою лояльность и поддержку работникам, поэтому все большим спросом пользуются **велкам-боксы**. Такие персонализированные наборы не только приятный сувенир – они позволяют человеку чувствовать себя частью сплоченного коллектива.

Также в 2021 году особо актуальными станут вопросы **заботы об окружающей среде**. Мы наконец-то всерьез задумались о собственном здоровье, и теперь настало время подумать об оздоровлении нашей планеты. Промоиндустрия вносит свой вклад в охрану природы, предлагая широкий спектр промopодарков из биоразлагаемых и переработанных материалов.



АЛИЯ КЕШИШЬЯН, менеджер по внешним коммуникациям компании «Проект 111»
www.gifts.ru

Формируя ассортимент, сейчас мы отталкиваемся от того, что подарки уходят от «гендерности». Розовые зеркала в цветочек и носки с танками – это пережиток прошлого. Главный тренд – универсальность. Поэтому развиваться будет **корпоративный мерч**, со ставкой на креативное нанесение на одежду и аксессуарах. Из новых категорий наиболее востребованными останутся, как и на Новый год, **товары для здоровья** (увлажнители воздуха, УФ-стерилизаторы, маски для сна) и **спорта** (скакалки, коврики для йоги и т.д.). Если пандемия начнет стихать, рынок просто взорвет товары для путешествий: все захотят подарить что-то, связанное с долгожданным отпуском, – от дорожных подушек до пляжных зонтиков.

Если говорить о мировых трендах, то я бы выделила **скинши на заказ**. Индивидуальные формы, размеры и просто бешеная популярность во всем мире! Сделайте скинши в виде своего продукта – и вы покорите сердца и сотрудников, и клиентов во всех сегментах аудитории.



Плюс это недорого, что важно, ведь на подарки к 23 февраля и 8 марта обычно закладывается небольшой бюджет. Единственный подводный камень – сроки изготовления: нужно 2-3 месяца на реализацию, поэтому планируйте заказ заранее.





ЮРИЙ СЛУЦКИЙ, генеральный директор ГК «Оазис»

www.oasiscatalog.com

Все тренды, которые мы сейчас наблюдаем, можно разделить на две группы: традиционные и актуальные. Развитие **традиционных трендов** происходило на протяжении нескольких последних лет, 2020 год только ускорил этот процесс. К таким подаркам можно отнести **товары для дома и кухни**: пледы, наборы для вина и сыра, аксессуары для приготовления пищи. Все они стали более популярными, так как теперь мы намного больше времени проводим дома. Именно дом стал точкой притяжения, ведь миллионы людей перешли из офисов на удаленную работу. Компании стараются следовать этой тенденции, так что вектор с деловых подарков сместился в сторону «домашних». Еще одно традиционное направление, получившее развитие в 2020 году, – **экотовары**.

Что касается **актуальных трендов**, то они вытекают из специфики, которую мы увидели в результате пандемии. Вопрос дефицита обычных СИЗ в данный момент уже утратил свою остроту, однако появляются технологичные аксессуары, которые могут стать отличным по-



дарком. **UV-стерилизаторы** стремительно ворвались в нашу жизнь, создав новую категорию в гаджетах. Думаю, в 2021 году это станет той самой «фишечкой», способной удивить «клиента, который видел все».



АНЖЕЛИКА ПОПОВА, исполнительный директор компании «ОКЕАН бизнес сувениров»

www.oceangifts.ru

Подарки в виде носков на 23 февраля и цветов на 8 марта ушли в прошлое. Людям хочется чего-то практичного, стильного и современного. На наш взгляд, абсолютным трендом в 2021 году будут универсальные презенты как для мужчин, так и для женщин. К примеру, в рамках бренда Powerfolio мы предлагаем **универсальные гаджеты** для всех, кто ценит порядок и свое время. Зарядные устройства, мобильные офисы, папки и настольные подставки, которые помогают организовать рабочее пространство и позволяют заряжать смартфон беспроводным способом, – это удобно и современно.

Также бесспорными лидерами являются **полезные гаджеты для дома**, например, **штопоры**. Люди стали



больше времени проводить дома в кругу друзей и близких, а во время таких встреч не хочется отвлекаться на бытовые мелочи. Здесь и приходит на помощь автоматический штопор «Сомелье».

В этой же категории универсальности и практичности находится **термопосуда**. В частности, специально для мужчин в нашем ассортименте есть брутальный термостакан «Аризона» объемом 0,63 л – его восемь граней символизируют восемь качеств настоящего мужчины.





АЛЕКСАНДР БАЙБУЛОВ, генеральный директор компании «Топкаталог»
www.topcatalog.ru

В современном мире ведущими трендами являются **индивидуальность и универсальность**. Время, когда корпоративная продукция изготавливалась в одном цвете, уходит. На смену «бело-черно-сине-красным» консервативным цветам приходят яркие оттенки, пастельные, пудровые тона. Широкая цветовая линейка – это возможность для нестандартного маркетинга подарков. Именно поэтому в ассортименте нашей компании появились коферы серии X – многоцветные и необычные. Эти же принципы мы использовали при расширении цветовой линейки для наборов Hot Box. К классической белой упаковке добавляются черная, серая, бордовая и кобальтовая серии.



ОЛЬГА ЖУКОВА, генеральный директор «Первой Сувенирной Компании»
www.1souvenir.ru

Тренды в подарках к «гендерным» праздникам прошлых десятилетий (носки, пена для бритья и сковородки) все больше становятся объектами для шуток, уступая место новым модным тенденциям.

Среди женских подарков почетное место займет **комнатный увлажнитель воздуха в корпусе из бамбука**. Он выпускает холодный пар, смягчая воздух и делая микроклимат дома или офиса более щадящим для кожи. А если добавить в воду пару капель эфирного масла, то он становится еще и ароматизатором воздуха.

Мультицветовые и перламутрово-металлические тенденции в дизайне подарков все более популярны. Металлический кофер (емкость, сочетающая в себе преимущества как обычной кружки, так и термopосуды), переливающийся всеми цветами радуги, и зонт с перла-



мутровым напылением – вещи, которые сначала вызывают тот самый «вау-эффект», а потом остаются с владельцем надолго благодаря своей функциональности.

Необычные гаджеты занимают место прежних аналоговых аксессуаров и инструментов. Электрический винный штопор – один из самых ярких примеров в данной категории. Открывает бутылку вина за 8 секунд – и это не требует никаких усилий!

Что же касается подарков на 23 февраля, то тут смешана трендов связана с изменением самой роли мужчины и переосмыслением позиций силы и превосходства – все более важной становится не показная брутальность, а умение управлять информацией. Это диктует новый, прагматичный подход к подаркам. Из примеров – **настольный органайзер с функцией беспроводной зарядки** и отсеком для полезных мелочей, с черным матовым покрытием soft touch, или мощные **внешние аккумуляторы**, такие как Grand Plus на 20000 mAh, так-



же в черном матовом исполнении с покрытием soft touch. И наконец, третий вариант презента для сильного пола – **беспроводные наушники с сенсорными кнопками**. Например, HIPER TWS BURST с нестандартным чехлом-зарядкой и взрывным звуком. Такие наушники будут хорошим подарком как отдельно, так и с фитнес-браслетом.



БЕЗУПРЕЧНОСТЬ И МАСТЕРСТВО ОТ MERLION: CARAN D'ACHE ECRIDOR AVENUE И ECRIDOR HYPNOSE

В 2020 году всемирно известная компания Caran d'Ache презентовала два новых выпуска легендарной ручки Ecridor, представляющей собой сочетание современного стиля с надежностью. Качественный механизм изделия является воплощением швейцарской точности. Вот почему элегантные пишущие инструменты этого премиум-бренда станут превосходным подарком как для мужчин, так и для женщин.

Создавая **Ecridor Avenue**, мастера фабрики Caran d'Ache вдохновлялись величественными проспектами Женевы и звеньями часового браслета. Гильоше в виде «бульжников» отражает солидный городской стиль, а матовая отделка наследует эстетику швейцарских часов, придавая ручке со-



временный внешний вид. В коллекции представлено четыре пишущих инструмента: перьевая ручка, ручка-роллер, шариковая ручка и механический карандаш. Шестигранный латунный корпус с палладиевой отделкой и микропескоструйной обработкой поверхности выглядит безукоризненно. Пространство для гравировки в 10 мм позволяет Caran d'Ache **Ecridor Avenue** стать персонализированным подарком на долгую память.



Специально для праздничного периода в Caran d'Ache выпустили **Ecridor Hypnose** в подарочной коробке с кожаным чехлом для ручки. Дизайн вдохновлен пересекающимися кругами, которые были нарисованы на стометровом пространстве во время испытаний шарикового стержня Caran d'Ache. Шестигранный корпус выполнен из латуни с палладиевым покрытием и микропескоструйной обработкой. Благодаря своему безупречному внешнему виду, возможности персонализации и стильной упаковке Caran d'Ache **Ecridor Hypnose** станет идеальным подарком для ценителей швейцарского качества и поклонников легендарного бренда.



Эксклюзивный дистрибьютор Caran d'Ache в России
MERLION

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

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

ШОКОЛАДНЫЕ ПОДАРКИ К 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА В НОВОМ КАТАЛОГЕ «КОНФАЭЛЬ» LIVING PLANET

Радость от скорого окончания зимы усиливается приближением двух любимых всеми праздников – 23 февраля и 8 марта. А в новом каталоге шоколадной фабрики «Конфаэль», как всегда, щедрое изобилие подарков для мужчин и женщин на любой вкус и бюджет.

НАСТОЯЩИМ МУЖЧИНАМ – ВСЕ ОТТЕНКИ ВКУСОВ И ЦВЕТОВ НАСТОЯЩЕГО ШОКОЛАДА

По давно сложившейся традиции целый раздел в каталоге шоколадных подарков «Конфаэль» посвящен мужчинам. Им-позантное оформление в теплых коричневых и золотистых оттенках делает любой набор сладостей из мужской коллекции достойным презентом руководителю компании или ключевому бизнес-партнеру.

Коллекцию «Настоящий шоколад» открывает набор из шести плиток шоколада разных цветов, объединенных одной важной особенностью: в их составе только качественные натуральные ингредиенты и никаких заменителей какао-масла и какао тертого.

В качестве недорогих, но очень приятных презентов к 23 февраля многочисленным друзьям и знакомым можно выбрать миниатюрные шоколадки-комплименты или фигурный шоколад с изображением автомобилей.

Оперативно заказать любое количество персонализированных сладких поздравлений сотрудникам поможет представленный в каталоге сервис «Солобок».



А для мужчин, занимающихся охотой, рыбалкой или экстремальным спортом вдали от дома и офиса, незаменимым подарком станет набор иммунных бульонных коктейлей с бодрящими пряно-острыми вкусами – полезная новинка «Конфаэль» из линейки «Сладости для здоровья».

ИСТИННЫМ ЛЕДИ – 100% НАТУРАЛЬНОЕ ШОКОЛАДНОЕ НАСЛАЖДЕНИЕ

Для ярких красавиц со взрывным темпераментом дизайнеры «Конфаэль» создали насыщенную пеструю коллекцию «Подсолнухи», а для скромных прелестниц – мятно-лавандовую «Нежность». Обе коллекции радуют глаз своими наборами конфет ручной работы в виде цветов и листьев из нежного белого шоколада, окрашенного натуральными пигментами.

Большой раздел каталога посвящен конфетам ручной работы. Выбор начинок поистине безграничен: сливочные, кофейные, шоколадные, ореховые, железные, марципановые с добавлением сочных цукатов, цельных и дробленых орехов, сублимированных ягод.

Среди новых вкусов в этом году – финиковые трюфели с лесным орехом, семенами тыквы и другими полезными и вкусными ингредиентами, иммунные кисельные коктейли на основе натуральных ягод и специй, а также настоящий горький шоколад из элитных какао-бобов сорта тринитарии с жарких плантаций острова Гренада.

Как нельзя кстати в Международный женский день будут фигурные открытки из белого шоколада с изображением цветов и наборы натуральной шоколадной уходовой косметики. Выйти из ванной, ощущая натуральный аромат какао-масла от своей чудесно увлажненной кожи, и насладиться чашкой чая с долькой роскошного настоящего шоколада – это удовольствие бесценно!

Еще больше идей для сладких подарков к 23 февраля и 8 марта вы найдете на страницах каталога LIVING PLANET, опубликованного на сайте компании «Конфаэль». Заказы уже принимаются!



«Конфаэль»

8 (800) 600-53-53, 8 (495) 995-53-53. www.confael.ru



ПОДАРКИ ПРЕМИУМ-КЛАССА ПОДБОР | СОЗДАНИЕ | ВРУЧЕНИЕ



АВТОРСКИЕ НОЖИ РУЧНОЙ РАБОТЫ
ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ
АКСЕССУАРЫ ИЗ КОЖИ
ИЗДЕЛИЯ ИЗ ТИТАНА
ПРЕДМЕТЫ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ
НАСТОЛЬНЫЕ КОМПОЗИЦИИ
ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ КЛАССА ЛЮКС
ИЗГОТОВЛЕНИЕ С ЛОГОТИПОМ ВАШЕЙ КОМПАНИИ

МЫ РАБОТАЕМ ОПЕРАТИВНО В РЕЖИМЕ **ONLINE**
ПО НАЛИЧНОМУ И БЕЗНАЛИЧНОМУ РАСЧЕТУ
К ОПЛАТЕ ПРИНИМАЕМ КАРТЫ
УЧТЕМ ВСЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ
КРАСИВО УПАКУЕМ ВАШ ПОДАРОК
СВОЕВРЕМЕННО ДОСТАВИМ В ЛЮБУЮ ТОЧКУ МИРА
ВОЗЬМЕМ НА СЕБЯ ОРГАНИЗАЦИЮ ПОЗДРАВЛЕНИЯ
ВЫПОЛНИМ СПЕЦЗАКАЗ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ



ART QUEEN SHOP | СЕРВИС ПОДАРКОВ №1

Тел.: +7 (906) 557-49-09
+7 (904) 045-09-95 [artqueenshop](https://www.instagram.com/artqueenshop) [art queen tv](https://www.youtube.com/channel/UCartqueen)
info@artqueen.ru www.artqueen.ru

ДЕРЕВЯННЫЕ ПАЗЛЫ DAVICI – О ЧЕМ РАССКАЖЕТ ВАШ ПОДАРОК?

Выполняя корпоративные заказы, команда «ДАВИЧИ» – ведущего российского производителя деревянных пазлов – вкладывает душу, чтобы создать уникальный подарок для каждой компании. В «ДАВИЧИ» уверены: бизнес-сувениры призваны не только выразить теплое отношение и признательность клиентам и сотрудникам, но и удивлять, радовать и вносить в жизнь новые впечатления. Уникальный пазл о компании, созданный по авторской запатентованной технологии, – это неожиданный презент, который гарантированно приведет в восторг! Приятный аромат дерева, тактильное удовольствие от каждого щелчка соединения деталей – и целый маленький мир в ваших руках.



Картина раскроет философию бренда: сотрудники «ДАВИЧИ» совместно с заказчиком выберут изображение для пазла, которое выразит корпоративные ценности и расскажет о деятельности компании. А дизайнеры художественно оформят картину и нанесут ее на дерево.

Индивидуальный рез и детали передадут корпоративный дух и историю компании в образах: фигуры в виде атрибутов и инструментов работы, этапы производства, ожившие сцены из деловой жизни, узнаваемые образы коллег.



Эффектная упаковка с логотипом компании дополнит подарок: великолепно оформленная коробка-шкатулка из переплетенного картона с крышкой на магнитах, внутри которой – открытка-вкладыш, фирменная калька и художественные деревянные пазлы причудливых форм.

Немного волшебства – и деревянное полотно превратится в сотни удивительных деталей, представляющих историю бренда. Так увлекательно, подробно и ярко о вашей компании еще не рассказывали!



Закажите уникальный корпоративный подарок от DAVICI!

DAVICI
8 (800) 250-55-91 www.davici.ru

NO SOCKS BOX – ПОДАРКИ, О КОТОРЫХ ГОВОРЯТ!

Компания No Socks Box создает тематические подарочные наборы на все случаи жизни. Соосновательницы Елизавета Ясько и Варвара Пыжова постоянно следят за актуальными тенденциями рынка и учитывают все пожелания заказчиков. GIFT Review выбрал из ассортимента компании несколько интересных вариантов к 23 февраля и 8 марта.

НАБОР «ВЕЧЕР ПАСТЫ» ►

Для тех, кто хочет разнообразить стандартные гастрономические сетки и уложиться в небольшой бюджет. В наборе вы найдете самые необходимые вещи для приготовления пасты, а также приятные дополнения в виде салфеток для сервировки стола и книги рецептов, которой хватит на много кулинарных вечеров.



► НАБОР TO BEER OR NOT TO BEER

Для настоящих мужчин. Что может быть актуальнее, чем пиво? В комплект входит футболка, которая обязательно подойдет по размеру конкретному адресату – ведь даже в большом корпоративном заказе для каждого получателя будут сделаны именные бирки. Важное преимущество – наборы могут быть упакованы не только в стандартные крафтовые коробочки, но и в деревянные боксы, плетеные сумки, корзинки, шляпные коробки... Фантазии нет предела!



► НАБОР «ДЛЯ ДУШИ»

Маленький подарок, идеальный для комплимента на 8 марта. Самый полезный презент в нынешнее непростое время – антибактериальный гель для рук с натуральным составом. А букетик сухоцветов не завянет спустя неделю и станет милым украшением рабочего стола и напоминанием о вашей компании.



► УПАКОВКА ПОДАРКОВ

No Socks Box также предоставляет услуги по упаковке готовых подарков в бумагу и декоративные ленты. Подарочные феи придут к вам в офис и красиво упакут все что угодно!

По QR-коду можно посмотреть постоянную и сезонную коллекции, а также примеры упаковки.



Подарочные наборы No Socks Box
+7 (903) 588-84-76 www.nosocksbox.ru [nosocksbox](https://www.instagram.com/nosocksbox)

ОСОБЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ ДАМ И ГОСПОД ОТ МАНУФАКТУРЫ «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»

GIFT Review уже неоднократно писал об уникальной «душистой» мануфактуре. Среди ее продукции – мыло, изготовленное по старинным рецептам, а также разнообразные ретросувениры. Эти презенты впечатляют не только своим высочайшим качеством, но и живым авторским мастерством, душой, вложенной в каждую вещь. В нашем обзоре – варианты подарков для мужчин и женщин к весенним праздникам.

Мануфактура «Душистая Радости» – это полностью ручное производство, цель которого – воссоздать и сохранить забытые промыслы. Компания выпускает уникальное мыло, сваренное из натуральных ингредиентов по рецептам, найденным в архивах Российской государственной библиотеки и антикварных специализированных изданиях. Также в ассортименте большие подарочные наборы, сюрпризные

музыкальные коробки, презенты-комплименты и великолепные реплики изделий XIX века: вышитые шелковыми лентами броши, сумочки и кошелечки, ватные елочные игрушки, мыла и саше с самыми разными ароматами. Все это изготовлено заботливыми руками коломенских мастериц, чтобы вы смогли ощутить волшебное прикосновение к истории и перенестись в мир удивительных грез.

для господ

МУЖЧИНЫ, БРЕЙТЕСЬ ЕЖЕВЕЧЕРНЕ

Подарок любимому мужчине с уникальным мылом, сваренным по особому рецепту доктора Унна, известного в XIX веке дерматолога. Мыло содержит активированный уголь и парфюмерную композицию «Эротическая смесь №11» из натуральных эфирных масел.



ПОЛКОВОДЦЫ

Лучший подарок для мужчины на 23 февраля – наборы мыла из серии «Русские полководцы», включающие санитарно-гигиенические мыла превосходного качества с различными добавками. В оформлении коробок использованы крылатые фразы наших великих военачальников.



для дам

МОЙ МАЛЕНЬКИЙ БУКЕТ

Легкость, свежесть и красота – набор с нежным шарфом из натурального шелка и брошкой-бутоньеркой ручной работы.



ВАЛЬС ЦВЕТОВ

Прекрасная серия бархатных театральных сумочек, кошельков, очечников и брошей с вышивкой шелковыми лентами, выполненной вручную коломенскими мастерицами.



ИГРА «ФЛИРТ ЦВЕТОВ»

В XIX веке в России особую популярность приобрел тайный язык цветов. Им пользовался высший свет на балах. Игра состоит из карточек, которые помогали выразить сердечные склонности на светских мероприятиях, не говоря о своих чувствах вслух.



ЛЮБИМЫЙ БУКЕТ МОЕЙ БАБУШКИ

Сюрпризная коробка «Любимый букет моей бабушки» – специальный подарок для дорогих бабушек. Под звуки фокстрота «Цветущий май» разливается благоуханный аромат мыла, уносящий в далекие годы молодости и погружающий в светлые воспоминания. А слова на внутренней этикетке коробки тронут до глубины души.



ГОЛУБКА

Подарочный набор «О, голубка моя!» с музыкальным сопровождением создает особое теплое настроение, пронизанное любовью и трепетом.

Мануфактура «Душистая радости»

Коломна, ул. Зайцева, дом 18

www.d-radosti.ru Лавка: 8 (915) 152-51-15 Музей: 8 (916) 78572-88

ВЕСНА ИДЕТ, ВЕСНЕ ДОРОГУ! ЛУЧШИЕ ПОДАРКИ К 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА

Редакция GIFT Review подготовила традиционную подборку оригинальных презентов к весенним праздникам. Выбирайте и наслаждайтесь!

ДЛЯ ГОСПОД



ЗОНТ BLUNT™
Не просто подарок, а действительно полезный аксессуар, обладающий редким сочетанием формы, содержания и упаковки. Зонт BLUNT™ – если нужно произвести правильное впечатление.

BLUNT
www.bluntumbrellas.ru
8 (800) 500-64-16

НАБОР ДЛЯ СТЕЙКОВ «ГУРМАН»

Набор «Гурман» от бренда Image Collection идеально подойдет как для новичков в кулинарном деле, так и для профессионалов. Готовить с ним будет легко, а отмечать важные события, будь то корпоративное торжество, семейный праздник или пикник на природе, станет комфортнее и удобнее.

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



ЭЛИТНЫЕ БРИТВЕННЫЕ СТАНКИ ACCIARO
Изготовлены из благородных металлов – золота и серебра, ручки – из специальной стабилизированной древесины. Каждое изделие создается вручную командой опытных мастеров. Возможность персонализации.

ACCIARO
+7 (495) 008-85-79
www.acciaro.ru

ПЬЯНЫЕ СТАКАНЫ

Набор из 4 голографических стаканов с титановым напылением в деревянном ящике. Оригинальная форма стаканов непременно удивит гостей и придаст веселья вашему празднику!

«Пьяные стаканы»
+7 (499) 404-13-68
www.drunk-glasses.ru



ФИТНЕС-БРАСЛЕТ ОТ SMARTERRA RUSSIA

Брендовые фитнес-браслеты помогут вам быть счастливыми, спортивными и активными. Умные технологии стоят на страже здоровья и бодрости всей команды вашей компании, напоминая о необходимости физической активности.

SMARTERRA RUSSIA
8 (800) 707-64-32
www.smarterra.ru



ДЛЯ ДАМ

КОРПОРАТИВНЫЕ ОТКРЫТКИ ОТ КОМПАНИИ «ЮНИТА»

Изящные открытки с вашими пожеланиями станут милым дополнением к подаркам на весенние и другие праздники.

«ЮНИТА»
+7 (495) 663-71-88, 108-11-88
www.unita-cards.ru



ИНТЕРЬЕРНОЕ СТЕКЛО ОТ LSA INTERNATIONAL

Оригинальные вазы, графины и флорариумы из выдувного стекла будут необычно и стильно смотреться в любом интерьере.

FineDesignGroup
8 (800) 550-98-60
www.finedesigngroup.ru

ОЧИСТИТЕЛИ ВОЗДУХА LEITZ TRUSENS

Инновационный и красивый продукт, который станет идеальным дополнением к любому интерьеру и будет приносить пользу каждый день, помогая сохранить ваше здоровье и обеспечивая эффективную очистку воздуха в доме или офисе.

Leitz
www.leitz.com/ru-ru



ПОДАРКИ РУЧНОЙ РАБОТЫ ОТ МАNUФАКТУРЫ «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»

Ароматное мыло, сваренное по старинным рецептам, большие подарочные наборы, сюрпризные музыкальные коробки, презенты-комплименты и великолепные реплики изделий XIX века позволят вам прикоснуться к истории и перенестись в мир удивительных грез.

Мануфактура «Душистая радости»
+7 (915) 152-51-15
www.d-radosti.ru

КУХОННЫЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ОТ MASON CASH

Новая коллекция In the Forest вдохновлена английскими народными сказками середины XIX века. Разделочные и сервировочные доски из бамбука, керамические миски и блюда, стальные емкости для хранения станут украшением кухни и пригодятся любой хозяйке.

FineDesignGroup
8 (800) 550-98-60
www.finedesigngroup.ru



MAKE AIR ART – МЕДИТАТИВНАЯ ЖИВОПИСЬ ОТ КСЕНИИ ЕЛИСЕЕВОЙ

В 2020 году дом поистине стал точкой притяжения для каждого из нас. Это место восстановления сил, возвращения к себе. Сделать интерьер неповторимым, остаться наедине с чувствами, окунуться в атмосферу безмятежности и расслабления помогут удивительные тактильные картины художницы Ксении Елисеевой. GIFT Review подготовил для читателей подробный фоторепортаж о создании этих произведений искусства с комментариями автора.

Море в каждый дом – эта идея вдохновила меня на создание серии картин, объединенных морской тематикой. Это может быть море энергии или море любви, ведь дом – место, где живут наши самые близкие и родные люди. Море – точка фокуса, на которой можно остановить взгляд и просто сконцентрироваться на своих ощущениях.

Стихия, воплощенная на холсте, способна внести динамику в лаконичный интерьер или быть медитативным камертоном, помогающим настроиться на волну спокойствия и умиротворения. Все зависит только от смотрящего и его желания воспринять тот заряд, который несет в себе произведение.

Следы на песке и синяя пучина. Твердая почва под ногами и неукротимая стихия встречаются в этом месте, создавая момент взаимодействия.



Особенность заключается еще и в тактильности этих картин. Их можно и нужно трогать. Шероховатость песка уступает место глянцевой гладкости воды. Разность ощущений – как тактильных, так и зрительных – концентрируют и обостряют внимание.





Я выбираю точку зрения с высоты птичьего полета. Именно этого полета желаю и вам. С больших расстояний все кажется незначительным и не таким уж важным. Только крупные мазки и большие поверхности.

Подчас мои произведения приобретают поистине монументальный характер. Безграничные пространства вдохновляют. Мыслить шире – вот привилегия осознанности. Находиться здесь и сейчас вам поможет эта медитативная живопись!

Ксения Елисеева



MAKE AIR ART

8 (904) 631-09-99, 8 (904) 631-19-55

mastereliseeva@gmail.com www.make-air.art

Instagram: make_air_interior Instagram: eliseevalab

ЖИТЬ ДОМА: О ДЕКОРЕ И ТРЕНДАХ НАЧАЛА 2021 ГОДА

Период карантина и самоизоляции оказал влияние на все сферы бизнеса, и рынок домашнего декора не стал исключением. Многие перешли на удаленную работу, поэтому вещи, предназначенные для украшения дома и создания уюта, набирают популярность и в сфере корпоративных подарков. Уже много лет компания Урбаника – поставщик на российский рынок самых модных предметов интерьера – публикует по просьбе редакции GIFT Review обзор актуальных мировых трендов в домашнем декоре. В этом году экспертом выступает независимый консультант Юлия Вавилина, ранее много лет руководившая маркетинговым направлением Урбаники.

Когда невозможно спланировать даже ближайший месяц, рынок покидают игроки, с которых все начиналось, а зимние коллекции 2020 были разработаны задолго до того, как мир сорвался в штопор, говорить о трендах с невозмутимым лицом не получается. Пандемия и вынужденная изоляция развернули жизнь каждого из нас внутрь семьи и дома. Любое влияние извне стало оцениваться с точки зрения ежедневной потребности в комфорте, эстетике и гармоничном сосуществовании с близкими. А это значит, что в среднем ценовом сегменте на рынке декора в 2021 году останется только то, за что покупатели постковидной реальности готовы платить, и брендам придется с этим считаться. Тренды сегодня создаются на кухне (или балконе?) и отражают то, что необходимо всем нам здесь и сейчас.



Юлия Вавилина

ЧУВСТВОВАТЬ

Интерьеры в холодных белых и отстраненных серых оттенках уступили место более теплым, построенным на полутонах, сочетании текстур и тактильности. Каждая деталь здесь требует не столько глаз, сколько рук. Поверхности просят прикосновений, становясь основой дизайнерской мысли.

Матовые, песочно-зернистые стены окрашены в приглушенные кремовые тона с добавлением щепотки корицы, карамели и чайной розы. Поддерживает палитру деревянная мебель гнутых форм цвета пшеницы. Венская соломка, часто в черной окантовке, переносится с фасадов на абажуры. Округлые диваны и кресла в текстильной обивке, модном букле и тедди, а также керамика с волнистыми боками поют гимн отсутствию углов. Воздушные ковры с живым краем из бахромы – чтобы оку-





нуться в тепло. Шалфей и лесной зеленый – для контраста на стенах и глубины в стекле подсвечников.

ОБЩАТЬСЯ С ПРИРОДОЙ

В контексте этой эстетики еще до пандемии в европейских интерьерах появились outdoor-элементы: плетеные корзины и кресла, облегченные шкафы из перфорированного металла или дерева с фасадами из венской соломки. Сегодня, когда балкон стал «новой дачей», эта тенденция перестала быть чисто зарубежной. На балконах появилась плетеная мебель, деревянные подсвечники и кашпо, которые зимой заносят внутрь.

Озеленение домов также не первый год в тренде и активно набирает обороты в России. Любимцы инстаграма – монстера и замиокулькас – уступают место крупномерам. Уже не

кажется странным купить в городскую квартиру дерево или искусственные растения для плохо освещенных мест. Кашпо, подставки, лейки становятся стилеобразующими элементами декора. Пик популярности также переживают разнообразные сухоцветы.

ПУТЕШЕСТВОВАТЬ

На контрасте с модой на медитативные и спокойные пространства развивается тренд на «сдержанную богемность», то есть интерьеры, богатые на цвет, принты и материалы – маркеры колоритных культур.

Их популярность не нова, но в этом сезоне меняется цветовой акцент. Уходят популярный изумруд и блестящее золото. В центре внимания густые, сложные оттенки: от пыльной розы до ликера. Стойкая ассоциация с палитрой губной по-



мады подчеркивает чувственность создаваемой атмосферы.

Здесь по-прежнему в центре внимания пуфы в бархатной обивке и ковры с крупным ворсом, причем не только на полу, но и на стенах. Особенно популярны модели в берберском стиле. Шика добавляют богатые на вышивку и кисти восточные сюжеты декоративных подушек, а блеска – цветное стекло в вазах и бокалах. Срезы натурального камня используются вместо скульптур и подставок под посуду. На стенах – крупный декор из текстиля, шерсти и макраме.



Этника в черном цвете – анималистичные принты и статуэтки, светильники и вазы «наивных» форм – миксуется с подсвечниками из потертого металла и рифленого стекла.

ЖИТЬ

Рост продаж предметов интерьера во время пандемии показал, насколько каждый из нас нуждается в ежедневном комфорте и красоте. Проведя ревизию в доме и в отношениях, мы начали строить свой мир заново. Создавая пространство, в котором хочется жить – в любви, гармонии и безопасности.

Юлия Вавилина



Урбаника
+7 (495) 988-18-29 b2b@urbanika.ru www.urbanika.ru

ПЕРЕХОДИМ В ОНЛАЙН: ОТРАСЛЕВЫЕ ВЫСТАВКИ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

За 2020 год ивент-индустрия претерпела огромные изменения. Организаторы бизнес-мероприятий были вынуждены искать инновационные форматы для продолжения работы в условиях пандемии, а участники – приспособливаться к новым реалиям. Очевидным решением в этой ситуации стал онлайн – посещение «реальных» выставочных залов заменили виртуальные конференции, презентации и встречи. О технической реализации и показателях дистанционных проектов, отзывах экспонентов и прогнозах развития отрасли читайте в материале GIFT Review.



ЕВГЕНИЯ КАРАСЕВА, директор выставок IPSA & PSI Russia
www.ipsa.ru

ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Наше главное онлайн-мероприятие IPSEA LIVE мы провели 17–18 июня 2020 года. В виртуальной выставке приняли участие 68 экспонентов и 1 255 посетителей. Кроме того, начиная с апреля и в течение всего года мы организовывали онлайн-активности для специалистов промоиндустрии: наши вебинары, онлайн-конференции и круглые столы собрали в общей сложности более 1 500 слушателей. Мы также выпускали полезные материалы – дайджесты с актуальными новостями отрасли, подборки, обзоры и советы от главных игроков рынка – их прочитали более 35 000 раз! А еще весной мы провели конкурс на самый оригинальный сувенир среди производителей – 19 участников в трех номинациях получили более 500 голосов. Мы также решили не лишать бизнесменов возможности встретиться лично и совместили весеннюю IPSEA и осеннюю PSI Russia на одной площадке в сентябре 2020 года. Благодаря онлайн-формату профессионалы промо-рынка смогли получить новые возможности для обучения, общения, поиска решений и вдохновения. А осенью смогли масштабировать свое сотрудничество, найти новых партнеров.

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

IPSEA LIVE – это наша собственная онлайн-платформа, где посетители могли ознакомиться с трендами отрасли, найти потенциальных клиентов и партнеров, представить свою продукцию и получить ответы на актуальные вопросы индустрии, просто подключившись к виртуальной площадке с компьютера или телефона. В течение двух дней экспоненты в прямом эфире выступали с мастер-классами и презентациями для профессионалов. Также в формате LIVE прошла Конференция Brand & Business – 26 спикеров-экспертов промоиндустрии приняли участие в онлайн-трансляции, чтобы поделиться лучшими кейсами в упаковке, брендинге, мерче и продажах, про-



IPSEA LIVE – цифры и факты:

- **68 экспонентов, 1 255 посетителей,**
- **более 1 500 слушателей онлайн-вебинаров и конференций,**
- **более 35 000 просмотров отраслевых дайджестов,**
- **конференция Brand & Business в формате LIVE – 26 спикеров-экспертов,**
- **конкурс на самый оригинальный бизнес-сувенир – 19 участников, 3 номинации, более 500 голосов.**

вести онлайн-мастер-классы и обсудить проблемы, результаты и новые возможности после карантина. Как и на настоящей выставке, посетитель мог задать вопрос представителю компании на виртуальном стенде. В чате можно было начать общение и получить моментальный ответ, а также оставить свою электронную визитку. Мы предусмотрели возможности для нетворкинга – все посетители и участники выставки общались в чатах конференций и тематических сообществ.

РАЗВИТИЕ И ПРОГНОЗЫ

В 2021 году мы будем совершенствовать свои digital-разработки, с помощью которых наши клиенты смогут решать бизнес-задачи не только на офлайн-выставках IPSEA & PSI Russia, но и в течение всего года. В ближайшие несколько лет мы ожидаем рост количества онлайн- и гибридных мероприятий, но они не вытеснят офлайн – наоборот, будут их технологично дополнять, предлагая посетителям и участникам еще больше полезных и удобных сервисов круглый год.



Компания «Фабрика 101»:
– IPSEA 2020 – первая выставка в истории нашей компании. «Входили» мы в нее с большим опасением и интересом, так как результат и окупаемость вложенных средств (а мы стали генеральным партнером) были для нас непредсказуемы. Однако уже с онлайн-выставки к нам обратились два целевых клиента, и мы начали переговоры.



ТАТЬЯНА КАЛИНИНА, руководитель проектов «Скрепка Экспо»
www.skrepkaexpo.ru

ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Учитывая тенденции 2020 года, мы тщательно изучили различные возможности и создали инновационную платформу для бизнес-коммуникации – удобное и безопасное виртуальное пространство для делового общения профессионалов рынков канцелярских товаров, сувениров и подарков, представительской продукции, товаров для дома, офиса, хобби и творчества, игр и игрушек. Нашим первым онлайн-мероприятием стала Международная мультитематическая выставка SKREPKA EXPO ONLINE, состоявшаяся 27–29 октября 2020 года.

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

SKREPKA EXPO ONLINE – отдельная технологичная платформа, специально разработанная для нашей выставки и предоставляющая экспонентам и посетителям широкий спектр возможностей. Во-первых, надо отметить быстроту и легкость назначения виртуальных встреч – доступ всех экспонентов и посетителей выставки друг к другу одним нажатием кнопки. Во-вторых, мы создали удобный виртуальный планировщик участия в вебинарах, конференциях, встречах. Презентации новых продуктов проходили в вебинарных комнатах на 250 участников одновременно, кроме того, был доступен диалог со спикерами в прямом эфире. В-третьих, мы реализовали точный подбор и рекомендации каждому посетителю потенциально интересных компаний или продуктов (matchmaking) на основе искусственного интеллекта. И наконец, сохранение информации – все внесенные участниками данные останутся на платформе и могут быть использованы для работы на следующих выставках.



Светлана Баскакова, директор по закупкам направлений «Бизнес-подарки» и «Канцелярские товары» компании Merlion:

– Целями нашего участия в выставке SKREPKA EXPO ONLINE были привлечение новых клиентов, представление наших брендов и новых коллекций, переговоры с ключевыми партнерами. Ассортимент компании Merlion охватывает много сегментов отрасли – от канцтоваров и продукции для творчества до бизнес-подарков и сувениров. По итогам выставки можем сказать, что онлайн-мероприятие дает возможность охватить все смежные рынки. Среди эффективных инструментов – технология назначения встреч, удачно проведенные форумы и презентации. В целом все было хорошо организовано, перед выставкой была запущена мощная PR-кампания, о событии оповещено много партнеров. Мы приобрели ценный опыт и довольны своим участием. Что касается самой платформы, мы надеемся, что все наши пожелания будут учтены при ее доработке.

SKREPKA EXPO ONLINE – цифры и факты:

- **51 экспонент из 7 стран,**
- **1 087 посетителей из 17 стран,**
- **70 % байеров приняли положительное решение о закупке,**
- **разные отрасли:**
 - канцелярские товары – 41%
 - сувениры и подарки – 22%
 - игры и игрушки – 16%
 - товары для дома и офиса – 15%.

Участники сувенирно-подарочного рынка на SKREPKA EXPO ONLINE:

- **представительская продукция – 40%**
- **полиграфия, календари, открытки – 26.6%**
- **подарки и подарочная упаковка – 13.3%**
- **промопродукция – 13.3%**
- **новогодняя продукция – 6.6%.**



РАЗВИТИЕ И ПРОГНОЗЫ

В ближайшее время онлайн займет в нашей жизни гораздо больше места, чем это было еще год назад. Постепенно технологии будут становиться все более совершенными, а люди перестанут относиться к профильным онлайн-мероприятиям с долей настороженности. Тем не менее digital-формат никогда полностью не заменит офлайн в силу нескольких причин: во-первых, люди соскучились по живому общению. Во-вторых, есть много направлений, где онлайн никогда не даст всей полноты потребительских ощущений: например, сувениры нужно увидеть и пощупать, чтобы оценить их качество, ручку надо попробовать на письме и т.д. Однако с учетом неутраченной пандемии и мировых трендов на цифровизацию мы планируем развивать оба формата – онлайн и офлайн. Их разумное сочетание – это наиболее перспективный и эффективный вариант для бизнеса в текущей ситуации. В первом квартале 2021 года мы планируем провести и вторую дистанционную выставку SKREPKA EXPO ONLINE, и традиционную 28-ю офлайн-выставку «СКРЕПКА ЭКС-ПО». Приглашаем всех участников отрасли сувениров и подарков присоединиться к нашим мероприятиям!



ДМИТРИЙ ДОЛГОВ, заместитель директора «Объединенной Выставочной Компании» по деятельности выставочного проекта «Российский Канцелярский Форум»

www.kancforum.ru

ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Первая в России онлайн-выставка канцелярских товаров РКФ ONLINE прошла 20-22 октября 2020 года, следующая состоится 3-5 февраля 2021 года. РКФ ONLINE – это бесплатная возможность заявить о вашей компании среди ключевых игроков рынка и продемонстрировать ассортимент в новом уникальном онлайн-формате. На выставке представлены канцелярские товары, товары для школы и офиса, развивающие игры и игрушки, товары для творчества, сувенирная продукция, книги.

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Для проведения выставки в онлайн-формате была разработана новая платформа совместно с нашим партнером – порталом www.kanzoboz.ru. Со слов экспонентов и посетителей выставки, платформа им очень понравилась визуально и была удобна в использовании. В рамках мероприятия совместно с Ассоциацией Канцелярского Рынка (АКР) мы провели отраслевую конференцию с трансляцией в режиме реального времени в виртуальном конференц-зале. Были затронуты актуальные для отрасли вопросы и подведены итоги школьного сезона. Все посетители могли обращаться к экспонентам по удобным им каналам связи: как по телефону, так и через мессенджеры. Также был добавлен чат с возможностью писать менеджерам, работающим на стендах. Экспоненты видели, сколько посетителей находится на их стенде, а по окончании выставки получили контакты тех, кто интересовался их продукцией. Все это было воспринято компаниями-участниками очень позитивно.

РАЗВИТИЕ И ПРОГНОЗЫ

Следующая онлайн-выставка пройдет 3-5 февраля 2021 года, мы учли все замечания экспонентов и представим рынку обновленную платформу. Идея нашего мероприятия – объединить канцтовары, сувенирную продукцию, книги и игрушки на одной площадке, поэтому приглашаем к участию игроков сувенирного рынка. Напомним, это бесплатно!

Что касается развития отрасли в целом, мы уверены, что онлайн-формат никогда в полной мере не заменит собой офлайн, так как на нашем рынке очень важны лич-



РКФ ONLINE – цифры и факты:

- **82 экспонента,**
- **более 2 000 посетителей,**
- **15 стран, 210 городов,**
- **98 % экспонентов планируют повторное участие.**



Светлана Пестова, руководитель отдела продаж фабрики кистей и мольбертов «АртАвангард»:

– В череде массовой отмены офлайн-мероприятий и неопределенности с их проведением выставка «РКФ-онлайн» стала ярким и ожидаемым событием. Для нашей фабрики участие в виртуальном мероприятии – новый опыт, хотя в качестве посетителей мы знакомы с онлайн-фестивалями, конференциями, форумами. Общее впечатление положительное, ведь это новые возможности для всех участников рынка. Большой плюс «РКФ-онлайн» – бесплатное участие для экспонентов!

ные встречи. Мы прогнозируем, что отраслевые события постепенно перерастут в формат гибрида: онлайн будет проходить параллельно с офлайном – для тех, кто по тем или иным причинам не может посетить «реальную» выставку.



АЛЕКСАНДР ПАРАФЕЙНИКОВ, член Экспертного Совета по развитию индустрии детских товаров при Министерстве промышленности и торговли РФ, генеральный директор АО «ГРАНД ЭКСПО» (Kids Russia, Licensing World Russia)

www.kidsrussia.ru
www.licensingworld.ru

ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Первая практическая онлайн-конференция Kids Russia LIVE состоялась 18–20 августа 2020 года. Ключевой темой события стала «Digital-трансформация рынка детских товаров». Вторая конференция Kids Russia LIVE прошла 21 октября 2020 года в рамках Объединенного Российского Форума, организованного совместно Ассоциацией Канцелярского Рынка России, Российским Канцелярским Форумом, компанией «Гранд Экспо», а также компанией «Премьер Лига». Форум впервые на отечественном рынке предоставил специалистам смежных отраслевых рынков интегрированную цифровую платформу с участием лучших экспертов, ведущих производителей и поставщиков товаров, правообладателей и лицензионных агентств, а также представителей розничной торговли.

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Главным аспектом любого b2b-мероприятия является нетворкинг, поэтому нашей основной задачей было найти решение, которое сочетало бы в себе важнейшие элементы: удобный формат трансляций с возможностью задавать вопросы спикеру, систему назначения встреч для эффективного общения между специалистами и доступ ко всем материалам в любое время суток. Мы протестировали более десяти онлайн-площадок, но остановили свой выбор на цифровой платформе Event.Rocks. Программное обеспечение позволяло смотреть трансляцию как с различных мобильных устройств, так и с компьютера через web-интерфейс, однако полный функционал был доступен только в мобильном приложении.

В поддержку онлайн-проекта Kids Russia LIVE был создан новый раздел на официальном сайте международной специализированной выставки товаров для детей Kids Russia с удобной навигацией и подробной видеоинструкцией, как работать с мобильным приложением конференции и максимально эффективно использовать все инструменты онлайн-ресурса.

Кроме того, для удобства наших гостей, особенно из дальних регионов, мы продлили доступ к архиву трансляций и презентационным материалам на две недели. Это позволило значительно расширить аудиторию слушателей и привлечь внимание новых игроков как в онлайн, так и в офлайне.

РАЗВИТИЕ И ПРОГНОЗЫ

Наша жизнь сильно изменилась за последний год, и в условиях новой реальности привычные вещи приобрели новый вид и новые формы. Столь серьезное увлечение онлайн-мероприятиями пришло к нам вынужденно с началом пандемии, и думается, что повышенный интерес к ним будет постепенно угасать вместе со снятием ограничений на «реальные» отраслевые события. Сейчас мы в процессе активной подготовки к нашим офлайн-мероприятиям: весной 2021 года пройдут 15-я международная специализированная выставка товаров и услуг для детей Kids Russia и международная специализированная выставка лицензионной индустрии Licensing World Russia. Сейчас это основной приоритет, но мы, используя поло-

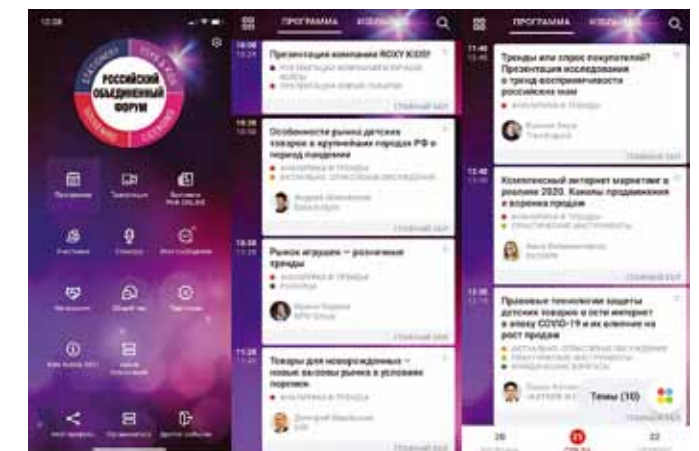
Первая онлайн-конференция Kids Russia LIVE – цифры и факты:

- **свыше 20 070 просмотров,**
- **597 участников,**
- **22 федеральные и региональные розничные сети,**
- **более 1 038 встреч.**

Вторая онлайн-конференция Kids Russia LIVE – цифры и факты:

- **более 1 550 участников,**
- **50 топ-спикеров,**
- **28 деловых мероприятий – презентаций, мастер-классов и круглых столов,**
- **3 902 встречи.**

жительный опыт проведения онлайн-мероприятий, готовы и к реализации гибридной выставки. В любом случае – до встречи!



Георгий Бычков, генеральный директор компании PIXEL BAG:

– Подобные мероприятия невероятно полезны для всего рынка и каждого участника в отдельности, особенно в столь непростое время. Отличный состав спикеров и экспертов, а также грамотная организация мероприятия позволили в полной мере раскрыть тему трансформации рынка и создать эффект полного погружения. Спасибо организаторам за грандиозную работу!



КРИСТИНА ЗЕМСКОВА, менеджер проектов московского представительства Совета по развитию торговли Гонконга (HKTDC) (Summer Sourcing Weeks | GO ONLINE, Autumn Sourcing Week | ONLINE)

www.hktdc.com

ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Первая виртуальная выставка Summer Sourcing Weeks | GO ONLINE, организованная Советом по развитию торговли Гонконга (HKTDC), прошла с 27 июля по 7 августа 2020 года. Вторая, осенняя онлайн-выставка Autumn Sourcing Week | ONLINE состоялась 16–27 ноября 2020 года (подробный репортаж о мероприятии читайте на следующей странице).

ТЕХНИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Специально для наших онлайн-выставок была создана платформа виртуальных встреч **Click2Match**. Доступ к ней получают только те компании, которые заранее подали заявку на участие, заполнив специальную анкету. Площадка функционирует только в даты проведения выставки – 2 недели. Мы рекомендуем выделить некоторое время до начала работы мероприятия для знакомства с платформой и ее функционалом, для чего рассылаем всем участникам видеоинструкцию и руководство пользователя. Далее необходимо провести онлайн-встречи с поставщиками, учитывая разницу во времени между Россией и Гонконгом (этот момент также предусмотрен – настройки в личном кабинете помогают назначать встречи в удобное для обеих сторон время).

Во время осенней выставки мы столкнулись с тем, что некоторые байеры в силу большой загруженности просто не нашли времени на «погружение» в платформу и проведение виртуальных встреч. Тем не менее, несмотря на возникающие иногда трудности, мы уверены, что онлайн-формат дает неплохие результаты для развития и поддержания бизнеса в сегодняшней непростой ситуации. Кроме того, всем, кто успешно провел определенное количество виртуальных встреч на нашей платформе, мы предлагаем ряд поощрительных бонусов и очень приятных призов.



РАЗВИТИЕ И ПРОГНОЗЫ

В декабре 2020 года в Гонконге зафиксирована четвертая волна коронавируса, поэтому вновь вводятся ограничения на проведение массовых мероприятий. Скорее всего, весной 2021 нас ждет новая виртуальная выставка. В будущем мы попробуем внедрить гибридный формат – комбинацию офлайн- и онлайн-ивентов. И конечно, мы не теряем надежду однажды снова собраться в Гонконге в нашем выставочном центре и отметить начало новой эпохи – эпохи возродившегося живого общения без защитных масок.

Summer Sourcing Weeks | GO ONLINE – цифры и факты:

- более **1 300 экспонентов из 14 стран**,
- **13 000 посетителей из 118 стран и регионов**,
- **4 500 успешных онлайн-встреч**,
- **80% экспонентов нашли новых потенциальных клиентов**,
- **88% байеров нашли новых поставщиков**.



Autumn Sourcing Week | ONLINE – цифры и факты:

- **11 отраслей: игры и игрушки, товары для новорожденных, подарки, товары для дома, электроника, наружное освещение, светотехника, часы, канцелярские товары, экопродукция, оптика**;
- **2 600 экспонентов из 33 стран и регионов**,
- **37 групповых павильонов**.



AUTUMN SOURCING WEEK | ONLINE: НОВЫЙ СТАНДАРТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВОК

Аutumn Sourcing Week | ONLINE – что изменилось после летней сессии? Стоит ли регистрироваться? Как проходит общение в дистанционном формате? Антон Верт, специальный корреспондент GIFT Review и владелец компаний Vertcomm и Merchcomm, принял участие в осенней онлайн-выставке в качестве байера и поделился своими впечатлениями.

Мир изменился, а вместе с ним и форма подачи информации. Тотальный онлайн в одночасье поселился в наших ноутбуках и смартфонах. Это же произошло и с мировой выставочной деятельностью. Офлайн-площадки закрыты, но потребность объединять людей для достижения бизнес-целей осталась.

Платформа **Click2Match** – это ответ на всемирный челлендж 2020 года. Она была разработана для участия экспонентов и байеров в виртуальной выставке. Запуск пришелся на лето 2020 года со стартом **Summer Sourcing Weeks | Go ONLINE** под эгидой Hong Kong Trade Development Council (Совет по развитию торговли Гонконга), организатора знаковых мероприятий, задающих мировые тренды в сфере подарков и промо. Ивент объединил в себе несколько профильных выставок, которые ранее проводились в офлайн-формате. Уже тогда Click2Match показала себя с лучшей стороны, позволила общаться в режиме видеоконференций с экспонентами, назначать встречи, проставлять рейтинг, переписываться в отдельном чате, смотреть программу мероприятий и подключаться к выступлениям спикеров в интерактивных залах. Тысячи полезных контактов и возможностей были открыты ровно на две недели, отведенных на событие.

Осенняя сессия **Autumn Sourcing Week | ONLINE**, прошедшая 16–27 ноября 2020 года, объединила в себе такие товарные направления, как оптика, игрушки, канцелярия, сувениры, часы, электроника, принадлежности для дома и быта, а также большой раздел, посвященный экотематике.

В осенней версии сама платформа не поменяла свой облик, и мы видим все те же визуальные элементы и расположение блоков. В несколько раз увеличилась программа выступлений, а время проведения выставки – 10 дней – дает возможность байерам назначать встречи в удобном для них режиме.

В платформе исправили баги, «зависаний» и плохих соединений стало меньше. Улучшились алгоритмы подборки поставщиков: для этого нужно заполнить профиль



и указать интересующие байера направления, а искусственный интеллект платформы сам подберет потенциально интересные контакты.

Конечно, пока хромает презентация товаров, так как в этой области нет программного инструмента. Получается, что все зависит от конкретного участника: кто-то не готов включать камеру, у кого-то дикий шум и гам в офисе, сотрудники некоторых компаний располагают всеми образцами товаров, а другие просто показывают презентацию на своем компьютере. Однако после выставки организаторы планируют добавить в функционал панорамные фото выставленной продукции. Это весьма хорошее и разумное продолжение развития платформы, которое даст возможность более качественно оценить представленные товары.

Для российских байеров устроители подготовили очень заманчивые условия сотрудничества. Для тех, кто уже принимал участие в летней сессии и провел минимум четыре виртуальные встречи осенью, предлагается подарочный сертификат и VIP-пакет на ближайшую офлайн-выставку в Гонконге: оплата перелета и проживания в отеле. А за дополнительные четыре проведенные встречи – бонус в размере 40 евро. Покупателям, впервые посетившим онлайн-мероприятие осенью, организаторы дают компенсацию в размере 1500 гонконгских долларов, которую можно получить при следующем визите на «реальную» выставку в Гонконге в 2021–2022 гг. Кроме того, эти байеры становятся участниками розыгрыша VIP-пакета, о котором сказано выше.

Также нельзя не отметить сильную поддержку и сопровождение покупателей со стороны российского представительства. Всегда проконсультируют, помогут с настройками и доступами, подберут интересных экспонентов.

Ну и самое главное – стать участником выставки несложно. Достаточно следить за новостями GIFT Review на сайте www.gift-review.ru и в социальных сетях. На этих ресурсах стабильно за несколько месяцев до события публикуются предложения и условия участия для российских байеров.

Антон Верт



MOSCOW МОСКВА
20–22 апреля 2021

kids russia



member of Spielwarenmesse eG



ЛУЧШАЯ ИНВЕСТИЦИЯ ДЛЯ ВАШЕГО УСПЕХА



БЕЗОПАСНЫЙ И ГАРАНТИРОВАННЫЙ ТРАФИК СПЕЦИАЛИСТОВ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ВЫСТАВКЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ KIDS RUSSIA



НОВЫЕ И ВЕДУЩИЕ КОМПАНИИ • ЯРКИЕ НОВИНКИ И БРЕНДЫ • АНАЛИТИКА И ПРАКТИЧЕСКИЕ КЕЙСЫ • РИТЕЙЛ-ЦЕНТР • ЛУЧШИЕ СЕРВИСЫ И ПОЛЕЗНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ • КОММУНИКАЦИИ И НОВЫЕ БИЗНЕС-КОНТАКТЫ

www.kidsrussia.ru

Licensing
World
Russia
МОСКВА

2 0 – 2 2 А П Р Е Л Я 2 0 2 1

НОВЫЙ
ВЗГЛЯД
НА ВАШ
ПРОДУКТ!

ДИЗАЙН,
ИСКУССТВО &
КУЛЬТУРНОЕ
НАСЛЕДИЕ

МОДА
& СТИЛЬ ЖИЗНИ,
СПОРТ & СЕЛЕБРИТИ

КОРПОРАТИВНЫЕ
БРЕНДЫ

ПЕРСОНАЖИ,
ОБРАЗЫ &
ИНДУСТРИЯ
РАЗВЛЕЧЕНИЙ



www.licensingworld.ru

Лицензии и бренды для потребительского рынка

АО «ГРАНД ЭКСПО»
119071 Россия, Москва
ул. Орджоникидзе, 10
Тел: +7 (495) 258 8032
E-Mail: info@licensingworld.ru

ЛИЦЕНЗИОННАЯ ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ, СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

ОРГАНИЗАТОР: АО «ГРАНД ЭКСПО» является выставочно-маркетинговой компанией с многолетним опытом в проведении профессиональных отраслевых мероприятий. Портфель компании включает в себя b2b-выставки, которые проходят на ежегодной основе: Международная специализированная выставка товаров для детей KIDS RUSSIA (Москва) и Международная лицензионная выставка LICENSING WORLD RUSSIA (Москва).



КОРПОРАТИВНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ

С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ

Городской рюкзак Image Collection



Автомобильный
беспроводной
магнитный
power bank -
держатель
для смартфона

Блокноты Image Collection
с набором стикеров для заметок
и дополненной реальностью



15 ЛЕТ БЕЗУПРЕЧНОГО СЕРВИСА ДЛЯ САМЫХ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ



Беспроводной
магнитный
power bank для
смартфона
на 4000 mAh
с кольцом-
держателем

Зарядка для смартфона на магните 4 в 1



Термосы
Butterfly

+7 (495) 225-995-3

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви», г. Москва, Электролитный проезд, 3
www.all4promo.ru