



10
НАМ
ЛЕТ

GIFT REVIEW

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 41/2021

www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА

Корпоративные подарки
для дома и быта

ТЕКСТИЛЬ

Промотекстиль:
тренды весна-лето 2021

СТАТИСТИКА

Что дарили к весенним
праздникам 2021?

ФОТОРЕПОРТАЖ

В стиле Сингапура: сувенирные идеи
из далекого «города льва»

CARAN D'ACHE

Genève

LÉMAN Limited Edition



merlion

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



PIQUADRO



FISKARS®



MOLESKINE®



NITECORE



merlion

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

merlion

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



НАСТОЛЬНАЯ ИГРА БУНКЕР

- + УБОЙНАЯ ИГРА ДЛЯ КОМПАНИИ 18+
- + ЗАБРЕНДИРУЕМ ПОД ЗАКАЗЧИКА
- + ВЫ УЖЕ ПОНЯЛИ, КАК ИГРАТЬ



УБЕДИ ВСЕХ, ЧТО ТЫ НУЖЕН
В БУНКЕРЕ!

+7(905)573-2823
INFO@ECONOMICUSGAME.COM



Издательство настольных игр
ЭКОНОМИКУС
www.economicusgame.com

- 5** **НОВИНКА**
- 6** **НОВИНКА**
MERLION: ЧТО НОВОГО?
- 8** **НОВИНКА**
ВСТРЕЧАЙТЕ ВЕСНУ С ЯРКИМИ НОВИНКАМИ ОТ IMAGE COLLECTION
- 10** **НОВИНКА**
ПРАКТИЧНАЯ И СТИЛЬНАЯ НОВИНКА ОТ «НОРГИС ПРЕСС»
- 12** **БРЕНДЫ**
НЕБАНАЛЬНЫЕ И ПРАКТИЧНЫЕ ПОДАРКИ ОТ MERLION
- 14** **ТЕМА НОМЕРА**
HOME, SWEET HOME: КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ ДОМА И БЫТА
- 24** **БРЕНДЫ**
МУСОР И BRISTOL – ДВА ХАРАКТЕРА, ОДНА ЦЕЛЬ
- 26** **БРЕНДЫ**
КОМПАНИЯ RARI: СДЕЛАЙТЕ ВАШ БЫТ ЯРЧЕ И УДОБНЕЕ
- 30** **БРЕНДЫ**
MARMA: ИЗ ТУРЦИИ С ЛЮБОВЬЮ!
- 32** **ЦИФРОВЫЕ ПОДАРКИ**
ЭЛЕКТРОННЫЕ ПОДАРКИ. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ СПОСОБЫ ПООЩРЕНИЯ?
- 34** **СЕКМЕНТ**
«ЭКОНОМИКУС» – ИГРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА, HR, КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ
- 36** **ИВЕНТЫ**
«НЬЮ-ТОН»: ВСЕ, ЧТО НУЖНО ДЛЯ ВАШЕГО МЕРОПРИЯТИЯ
- 37** **ИВЕНТЫ**
ЦИФРОВЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ: ТОТАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН
- 44** **ВЫСТАВКИ**
ОБЪЕДИНЕННЫЕ ВЫСТАВКИ PSI, PROMOTEX EXPO И VISCOM 2021 ПРОЙДУТ ОНЛАЙН
- 46** **ТЕКСТИЛЬ**
PROMOTEX: ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2021
- 48** **ВЫБОР РЕДАКЦИИ**
ВРЕМЯ ТЕПЛА: ЛУЧШИЕ ПОДАРКИ К ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЕМУ СЕЗОНУ
- 52** **ТРЕНДЫ**
КОЛЛЕКЦИИ ДОМАШНЕГО ДЕКОРА ВЕСНА-ЛЕТО 2021: ВПУСТИТЕ СОЛНЦЕ В ДОМ!
- 56** **УЛИЧНЫЙ ДЕКОР**
ПОДАРКИ OUTDOOR – ТРЕНДЫ И РЕШЕНИЯ
- 60** **СТАТИСТИКА**
ЧТО ДАРИЛИ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2021?
- 62** **ФОТОРЕПОРТАЖ**
В СТИЛЕ СИНГАПУРА: СУВЕНИРНЫЕ ИДЕИ ИЗ ДАЛЕКОГО «ГОРОДА ЛЬВА»

Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW:

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

Теперь доступна интерактивная версия журнала: скачайте приложение GIFT Review!



Журнал GIFT REVIEW
№ 41/2021
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Анна Михайлова
Отдел рекламы: Екатерина Соколова, Анна Михайлова
Дизайн и верстка: Марина Ескина

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации
ПМ № ФС77-45036 от 12.05.2011

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

Перепечатка материалов журнала и использование их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции. Редакция не несет ответственности за содержание авторских и рекламных материалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Материалы, опубликованные на этом фоне, являются рекламой. Ответственность за их содержание несет рекламодатель.

МКС
Рекламное Агентство

СУВЕНИРЫ, ПОДАРКИ, ТЕКСТИЛЬ И ДРУГАЯ РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

www.mk-suvenir.ru

Найдем то, не знаю что!

ПОДБОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЗ УСИЛИЙ всего за 10%

Вся агентская комиссия за услуги

Тел.: +7/495/726-65-51

Услуги лицензированы
Товары сертифицированы

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

Новогодние открытки 8 марта

23 февраля Приглашения

9 мая

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

Ежик **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Кормушка для птиц **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Сборный домик **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Павлин **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Штурмовик **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Танк ИС-2 **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Черная Акула **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Маузер К96 **СБОРНАЯ ДЕРЕВЯННАЯ МОДЕЛЬ**

Сборные деревянные модели

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. Если выбирать, то лучшее.

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

MERLION: ЧТО НОВОГО?

Весна – время перемен, когда душа стремится к новым горизонтам и требует волнующих открытий. Неслучайно два легендарных бренда, швейцарский Caran d'Ache и немецкий Pelikan – производители эксклюзивных пишущих инструментов премиум-класса, выбрали для обновления своих успешных коллекций именно это время.

Caran d'Ache добавил в свою знаменитую коллекцию **Les couleurs du Léman** два новых элегантных цвета. Оттенок Léman Burgundy вдохновлен теплыми красками Женевского озера во время заката солнца и перекликается с узнаваемой эмблемой Swiss Made. А модный в 2021 году альпийский синий – Léman Alpine Blue – олицетворяет цвет величественных Швейцарских Альп. Благодаря изящно изогнутым линиям инструменты Léman обеспечивают исключительный комфорт при письме. Блеск посеребренных элементов с родиевым покрытием создает элегантный контраст с матовой поверхностью корпуса ручки, демонстрируя яркие и современные цвета в наилучшем свете. Эти две оригинальные новинки обязательно порадуют любителей актуальных дизайнерских решений, которые ищут пишущий инструмент в подарок или для себя.



Следуя последним тенденциям, **Pelikan** обновил свою благородную коллекцию **Pura**. В серию металлических пишущих инструментов с четкими и прямыми линиями корпуса, изготовленных из алюминия с двойным анодированием, добавились три новых оттенка: Bordeaux, Mocha и Deer Green. Цвета Anthracite и Petrol заменяют Black и Blue, а классический Silver остается без изменений. Сбалансированное сочетание матовых цветов и блестящих серебристых поверхностей подчеркивает элегантность ручек, придавая им утонченный силуэт.

Эксклюзивный дистрибьютор Caran d'Ache и Pelikan в России
MERLION
+7 (495) 981-84-84 www.merlion.com



Организатор



Реклама



При поддержке



Под патронатом



www.reklama-expo.ru

ВСТРЕЧАЙТЕ ВЕСНУ С ЯРКИМИ НОВИНКАМИ ОТ IMAGE COLLECTION

Наступила долгожданная весна, а с ней – пора отпусков и путешествий. GIFT Review подготовил для читателей обзор функциональных и стильных новинок от бренда Image Collection, которые станут вашими любимыми спутниками всегда и везде – в рабочие будни и на отдыхе, в городе и в поездке.

Пополнение в коллекции товаров **IC COLORS** – новая премиум-модель современного термоса, который порадует вас компактностью, приятной матовой поверхностью и кожаным ремешком (в тон изделия или контрастного цвета). Возможно брендрование: на корпусе термоса – методом гравировки или печати, на ремешке – с помощью тиснения или шелкографии.



С рюкзаком **IC COLORS** вы всегда будете в центре внимания! Удобный рюкзак с яркими акцентами идеально подойдет тем, кто привык выделяться и быть непредсказуемым. Изделие выполнено из легкой влагоустойчивой ткани с кожаными деталями – вставками на кнопках, которые могут меняться и быть цветом вашего настроения. Рюкзак состоит из основного отделения для документов или личных вещей и небольшого отделения для зарядки, пауэрбанка или другого компактного гаджета. А широкие ляжки помогут комфортно распределить вес содержимого.



Еще одна новинка – мерч от бренда **Image Collection**. Удобный и теплый костюм выполнен из высококачественного мягкого трикотажа с начесом. Включает в себя удлиненное худи оверсайз прямого кроя с объемным капюшоном и штаны свободного кроя. Идеальный вариант для тех, кто любит свободу действий.

Расширяем границы! Теперь любимая модель городского рюкзака **Image C 2.0** доступна в новом цвете. Она особенно понравилась деловым людям, которые большую часть времени привыкли проводить в дороге, будь то путешествие на автомобиле, поезде или самолете. Рюкзак изготовлен из влагоустойчивого материала, состоит из двух функциональных отделений – основного с защитными отсеками для ноутбука или планшета и отделения-органайзера с кармашками для аксессуаров. Сменная внутренняя часть позволяет создать максимально индивидуальное изделие. Рюкзак снабжен широкими комфортными ляжками, регулирующимися по длине, и внешним USB-портом. Возможны различные варианты брендрования: тканная вшивная бирка, шелкография, цветная печать, вышивка.



Устали от простых, традиционных и непримечательных сувениров? Заказывайте товары **Image Collection** с эффектом дополненной реальности (AR), и ваш подарок всегда будет самым запоминающимся! Например, дорожный набор с «оживающим» стикером «Отпуск» или кофейный термос с «оживающей» кружкой, наполненной ароматным напитком. А на футболке можно сделать логотип компании или ваш собственный принт в технике AR. Все это легко осуществить благодаря мобильному приложению Image C. Просто скачайте его в App Store или Google Play – и пусть мечты оживают!

Плащ-дождевик **IC** – всегда актуальный аксессуар для дождливой погоды, активного отдыха, прогулок, рыбалки и кемпинга. Многообразный плащ-дождевик от бренда Image Collection изготовлен из водонепроницаемого материала, удобен в использовании и переноске. Надежная кнопочная застежка не позволит плащу распахиваться при порывистом ветре, а широкие шнурки, вставленные в капюшон, фиксируют его на голове. Шнурок может быть выполнен в любом цвете. Возможно нанесение логотипа. Плащ упакован в мини-сумочку из водонепроницаемой ткани.



Два варианта папок с зарядками для смартфонов – отличные подарки для тех, кто привык постоянно находиться на связи и все держать под контролем.



Папка на молнии с беспроводной зарядкой. Незаменимый аксессуар для людей, ценящих комфорт, вместимость и компактность. Удобная папка для документов и кредитных карт на молнии, включающая в себя органайзер с водонепроницаемой обложкой с блокнотом для записей и встроенный беспроводной аккумулятор на 10000 мАч для подключения смартфонов и гаджетов. Цвета: красный, синий, серый.

Кожаная папка **IC** с блокнотом и зарядкой – для документов, кредитных карт и прочих нужных мелочей. Включает в себя встроенный беспроводной аккумулятор на 10000 мАч для подключения смартфонов и гаджетов. Поверхность ежедневника выполнена из водонепроницаемого материала. Цвета: красный, синий, черный, зеленый, голубой.



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

ПРАКТИЧНАЯ И СТИЛЬНАЯ НОВИНКА ОТ «НОРГИС ПРЕСС»

Хорошо знакомая нашим читателям компания «Норгис Пресс» является одним из лидеров российского офисного рынка, более 20 лет занимаясь производством ежедневников, как типовых, так и под заказ. Бизнес-канцелярия традиционно относится к самым популярным корпоративным подаркам. И это вполне объяснимо: качественный брендовый аксессуар востребован каждый день, что делает его не только полезным сувениром, но и идеальным маркетинговым инструментом. Сегодня «Норгис Пресс» представляет читателям GIFT Review очередную новинку из своего богатого ассортимента.

Гибкий планинг серии **My Style** от бренда **Planova®** с альбомным разворотом — это современное и практичное изделие, выпускаемое в двух вариантах, с недатированным и датированным блоком. Подходит для всех видов нанесения, включая лаковую и УФ-печать. Обложка изготовлена из материалов итальянской компании Synt3. Планинг удобно брать с собой, он помещается даже в небольшие сумки, совершенно не мнется, его можно сгибать и скручивать.

При изготовлении на заказ планинг можно дополнить карманами для кредитных карт и документов, а также напечатать индивидуальный блок тиражом от 100 экземпляров.

Кроме того, «Норгис Пресс» предлагает широкий выбор услуг брендирования изделий заказчика методом УФ-печати, тиснения и лазерной гравировки. Три современных УФ-принтера с возможностью нанесения лаковых покрытий позволяют решать большинство задач по персонализации ежедневников, зарядных устройств, флешек и многого другого.



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



ВАШ УМНЫЙ СТИЛЬ EDC SHOKUROFF KNIVES



Нижний Новгород. Профессиональное изготовление
ножей и аксессуаров EDC с 1997 года

ART QUEEN SHOP • ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
www.artqueen.ru



* Настоящие ножи с 1997 года.
** EDC (англ. Every Day Carry — носить каждый день) — предметы, которыми пользуются регулярно.

НЕБАНАЛЬНЫЕ И ПРАКТИЧНЫЕ ПОДАРКИ ОТ MERLION

Выбирая подарок, мы хотим, чтобы он не только пригодился получателю и порадовал его, но и выделился из ряда стандартных сувениров. И в этом могут помочь знаменитые мировые бренды, которые предлагают весьма интересные товары в качестве оригинальных и функциональных презентов для друзей, коллег и бизнес-партнеров. MERLION поделился с GIFT Review идеями подарков, которые придутся по вкусу даже самым искушенным адресатам.

NITECORE: на все экстремальные случаи

Продукция этого бренда выручит владельца в самых опасных ситуациях. NITECORE использует современные материалы и инновационные технологии для изготовления различных инструментов, которые могут пригодиться в непредвиденных обстоятельствах и даже спасти жизнь. Компания предлагает миниатюрные ножи-брелоки для ключей, многофункциональные карабины из титана, компактные фонарики, свистки и многое другое. Отдельного упоминания заслуживают тактические ручки. С виду это стильная ручка из титанового сплава, которая выгодно подчеркнет статус владельца. Благодаря уникальному стержню с чернилами, разработанному NASA, она может писать под разным углом и даже на потолке, под водой, в масле, в условиях критических температур, а также в невесомости. И в то же время такой аксессуар станет при необходимости мощным оружием наконечнике на корпусе, который изготовлен из вольфрамовой стали и предназначен также для разбивания стекла в экстренных случаях.



Moleskine: для важных дел и творчества

Знаменитые записные книжки Moleskine представлены в универсальном формате. Классические блокноты Classic с удобными блоками линованной и нелинованной бумаги станут идеальным подарком для творческих людей. Этот аксессуар позволяет сочетать важные заметки на безупречно линованных страницах со скетчами и набросками в разделе с нелинованной бумагой.



PIQUADRO: стильно и удобно

Одна из первых коллекций известного итальянского бренда PIQUADRO – Modus (MO) – до сих пор остается бестселлером во всем мире. А серия Modus Special – это ее обновленная версия, уже завоевавшая популярность. Телячья кожа со сглаженной зернистой фактурой «буффало», металлическая фурнитура Metal Gun, эксклюзивная графическая подкладка PIQUADRO и съемный брелок контрастного цвета придают коллекции респектабельность и динамичность. Продуманная функциональность, современный стиль, изысканность цветовых решений и деталей делают изделия Modus Special незаменимыми спутниками делового человека.



Fiskars: для настоящих ценителей

Для тех, кто считает приготовление пищи искусством и мечтает стать виртуозом на кухне, известная финская фирма Fiskars предлагает идеальную посуду для создания кулинарных шедевров. Кухонные инструменты прочны, эргономичны, удобны в использовании и имеют эстетичный дизайн. Качественная и функциональная посуда Fiskars подходит для всех типов плит и даже духовок, поскольку ручки выдерживают температуру до 180°C. Ассортимент кухонных аксессуаров впечатляет: терки, соковыжималки, яйцерезки, овощерезки, ножи для сыра и пиццы, для чистки овощей и фруктов, лопатки, венчики, скалки и многое другое. Готовить еду с таким арсеналом – одно удовольствие!



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

HOME, SWEET HOME*: КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ ДОМА И БЫТА

Пандемия в корне изменила нашу жизнь, внесла коррективы во все сферы бизнеса, и рекламно-сувенирный рынок не стал исключением. В связи с массовым переходом на удаленную работу мы все больше времени проводим дома, поэтому разнообразные предметы интерьера, декора, функциональные гаджеты и аксессуары стали особенно популярны и в сфере корпоративных подарков. В центральном материале этого выпуска GIFT Review – актуальные тренды, новинки, экопродукция, необычные товары в сегменте «домашних» сувениров.

СЛОВО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ И ПОСТАВЩИКАМ



ТАТЬЯНА ГОЛОВИЗНИНА,
менеджер подразделения по работе с корпоративными клиентами компании «ИКЕА Россия»

www.ikea.com/ru

ВОПРОС: Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?

ОТВЕТ: ИКЕА подготовила для корпоративных клиентов широкий ассортимент товаров по доступным ценам: покупатели могут выбрать предметы из любого отдела и сформировать из них подарок исходя из своих вкусов и бюджета. Конечно, наиболее востребованной остается подарочная карта ИКЕА. Кстати, в прошлом году мы запустили новый продукт – электронную подарочную карту, которая доступна и для корпоративных клиентов. Кроме того, на нашем сайте есть целый раздел «Товары для экологичного образа жизни» – их также можно выбрать в качестве презентов для деловых партнеров и коллег.



Покупатели все чаще выбирают товары, которые помогают им обустроить свою жизнь в новой реальности: мы стали проводить больше времени дома всей семьей, готовить и хранить еду, задумываться о более здоровом образе жизни. При этом многие отдают предпочтение функциональным подаркам: например, повышенным спросом пользуется посуда, все для чая и кофе, товары для удаленной работы (подставки для ноутбуков, планшетов и телефонов, беспроводные зарядные устройства), а также товары для детей.

ВОПРОС: Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддержать сотрудников на удаленке?

ОТВЕТ: Мы видим, что многие компании сейчас отдают предпочтение продукции, которая делает работу из дома более удобной. Помимо описанных выше товаров большим спросом пользуются рабочие лампы, товары для организации рабочего стола и хранения документов. Клиенты часто выбирают то, что поможет сотрудникам найти время для отдыха, например, аромасвечи и полотенца для домашнего сна или скатерти и красивую посуду для ужина.



* Дом, милый дом (англ.)



ЮЛИЯ ФЕДОРОВА,
ЯНИНА КАРАХАНОВА,
продакт-менеджеры компании
«Проект 111»

www.gifts.ru

ВОПРОС: Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?

ОТВЕТ: У «Проекта 111» довольно большой ассортимент посуды, текстиля, предметов интерьера и сервировки, есть даже мелкая бытовая техника. Мы стремимся к тому, чтобы с нашими товарами можно было уютно обустроить целый офис или весь дом. Особо выделить хочется собственные разработки наших дизайнеров – бренды Altavolo и Very Marque.

Altavolo – в основном питьевая посуда из твердого фарфора. В 2020 году сервиз Riposo от Altavolo стал победителем премии A'Design Award. В рамках бренда Very Marque мы представляем домашний текстиль, интерьерные аксессуары, декор.

ВОПРОС: Как карантин и удаленка повлияли на спрос на такие подарки?

ОТВЕТ: Новые реалии увеличили интерес к аксессуарам для дома. Например, продажи посуды выросли. Также, следуя мировым тенденциям в развитии брендов, мы планируем ввести в ассортимент домашнюю одежду.

ВОПРОС: Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.

ОТВЕТ: В сезоне 2020-21 был особенно высокий спрос на пледы, и без того достаточно популярную товарную категорию. Явно прослеживается увеличение спроса на более дорогие материалы – альпаку, мохер, кашемир. Отдельный интерес вызывали наши авторские пледы и вязание на заказ. Линейки посуды также расширяются. К традиционным для отрасли чайным и кофейным сервизам, которые так хорошо вписываются в офисные пространства, присоединяются вариации наборов с тарелками. Кроме того, наш ассортимент скоро пополнится формами для запекания и столовыми приборами.

ВОПРОС: Есть ли в вашем ассортименте экопродукция для дома?

ОТВЕТ: Very Marque поддерживает концепцию экологичности – в производстве преимущественно используются



Для интерьерных подарков из дерева отлично подходит лазерная гравировка. Она позволяет брендировать товар, сохранив при этом его изначальную дизайн-концепцию. Традиционный метод для посуды – стойкая горячая декаль, чтобы быть спокойным за сохранность нанесения даже при мытье в посудомоечной машине.



натуральные материалы, мы избегаем пластика в изделиях и упаковке. Altavolo – это фарфор и аксессуары из пробки и благородных сортов дерева. В целом, вещи, которые служат долго, – это уже экологично. А мы создаем собственные интерьерные бренды именно такими.

ВОПРОС: Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддержать сотрудников на удаленке?

ОТВЕТ: Удаленная форма работы предоставляет комфортные условия труда, но при этом требует больше времени посвятить быту. А компании стремятся обустроить не только офисные переговорные, но и уютные «домашние офисы» современно, функционально и в одном стиле. Когда подарок проникает в личное пространство, бренд становится практически родным, как часть дома, часть семьи.





МАРИЯ ПОЛУНИНА,
менеджер отдела товарного
маркетинга компании Happy Gifts

www.happygifts.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?*

ОТВЕТ: У нас широкая линейка товаров из категорий «Посуда» и «Уютный дом». Это кружки, чайные пары, бокалы и наборы посуды различных форм, материалов и цветовых вариаций. А также интерьерные подарки, кухонные аксессуары и наборы для вина. Большая часть кружек представлена нашими собственными торговыми марками – mусur и bristol. Кружки в линейке mусur предназначены для современного человека с динамичным образом жизни, который предпочитает модные дизайны классике.

А в коллекции bristol, напротив, представлены чайные пары в классическом дизайне. Классика – вне времени, и эта коллекция для настоящих эстетов, ценящих традиции английского чаепития.

ВОПРОС: *Какие виды брендинга этих товаров вы делаете?*

ОТВЕТ: Для фарфоровой и керамической посуды наиболее распространенным видом персонализации является горячая и холодная деколь. Пластиковые кружки хорошо подойдут для тампопечати. Металлические, стеклянные, кружки с прорезиненным покрытием, а также наборы посуды с деревянными элементами отлично гравированы.

ВОПРОС: *Как карантин и удаленка повлияли на спрос на такие сувениры?*

ОТВЕТ: Люди стали уделять гораздо больше внимания предметам, которые их окружают дома. В том числе тому, насколько красива и удобна кружка, из которой они ежедневно пьют. Поэтому, как только рынок начал оживать, спрос на посуду и товары для дома стал расти довольно серьезными темпами.



ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.*

ОТВЕТ: Из основных тенденций рынка посуды можно отметить явный интерес к необычным формам кружек, нестандартным покрытиям и посуде в стиле хендмейд. Например, в коллекции бренда mусur очень популярна кружка Terrazzo, которая имеет цветную внутреннюю часть и матовое покрытие с мелкими цветными вкраплениями. Еще один пример – кружка Grade с цветовым градиентом.

Также в нашем ассортименте есть ряд моделей посуды с матовым покрытием. Оно выглядит дорого и элегантно и находится на пике моды: в тренде матовый маникюр, матовая помада и даже матовый корпус автомобиля.

Во-вторых, сейчас очень популярен ретромаркетинг, когда продукт имеет эмоциональную ностальгическую привязку к прошлому, к чему-то родом из детства. В ассортименте Happy Gifts это модели Camp, Matti, Universe и Nostalgie, кружки всем знакомой формы из советского прошлого.

Что касается посуды в стиле хендмейд, то и здесь мы не могли обойти этот модный тренд стороной. У нас есть линейка посуды Seawave, все предметы которой выполнены в классическом нежном дизайне. Волнообразное покрытие чашки, похожее на рябь на поверхности воды, и подарило название этому комплекту – «морская волна».

ВОПРОС: *Есть ли в вашем ассортименте экопродукция для дома?*

ОТВЕТ: Да, мы предлагаем кружки и ланч-боксы из рециклированного материала – пластика с добавлением бамбукового волокна. Также в ближайшее время в нашем ассортименте появится ряд новинок из экоматериалов – это ланч-боксы, кружки и стаканы из биоразлагаемого пластика и пластика с добавлением антибактериального компонента.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддерживать сотрудников на удаленке?*

ОТВЕТ: Безусловно. Сейчас, когда удаленная работа стала неотъемлемой частью нашей жизни, любой предмет, находящийся рядом изо дня в день, приобретает особую значимость. Качественный брендированный аксессуар будет радовать владельца и напоминать ему о вашей компании.



ОЛЬГА МУРАВЬЕВА,
директор по развитию
ООО «Бытпласт»

www.bytplast.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Компания «Бытпласт» выпускает товары для кухни (контейнеры, миски, тарелки, кружки), организации хранения (ящики, корзины, различные органайзеры), а также детские товары. Сейчас мы активно развиваем направление посуды в сегменте to go и предлагаем удобные термостаканы, герметичные ланч-боксы, кружки и контейнеры в качестве сувенирной и промпродукции.

ВОПРОС: *Какие виды брендинга этих товаров вы делаете?*

ОТВЕТ: Пластик – невероятно гибкий материал в плане цветовых решений и декорирования. Для наших партнеров мы осуществляем индивидуальный подбор красителей по каталогу цветов Pantone. Кроме того, многие изделия можно брендировать с помощью технологии IML (In-Mould Labeling), когда полипропиленовая этикетка вплавляется в изделие непосредственно в процессе литья. IML-этикетка устойчива к воздействию влаги, жира, температуры, царапинам и т.д. Упаковка изделий – от обечайки или пакета и до картонного шоу-бокса – также разрабатывается нами под заказ.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.*

ОТВЕТ: Большим спросом пользуются разнообразные контейнеры, миски и коробки, на которые можно наносить декор. Также очень востребованы ланч-боксы (в том числе герметичные), термостаканы, коробки с ручками (они часто выступают как упаковка для подарков). Наша новинка – тер-



мостаканы с двойными стенками – стали нарасхват сразу после выхода на рынок. Они могут быть изготовлены в любом цвете и полностью запечатываются декором, поэтому, конечно, неудивительно, что они пользуются успехом. Еще один тренд – популярность подарочных боксов, которые можно наполнить разными приятными мелочами в качестве корпоративных подарков.

ВОПРОС: *Есть ли в вашем ассортименте экопродукция для дома?*

ОТВЕТ: Как я уже упомянула, мы сейчас активно пополняем ассортимент многообразной посуды, которая станет заменой одноразовой упаковке. Большая часть нашей продукции производится из полипропилена. Этот пластик безопасен, не содержит бисфенола А и успешно принимается предприятиями по переработке вторсырья.

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

ОТВЕТ: Один из самых интересных недавних кейсов – это ланч-бокс под брендом «Барни». В рамках промоакции печенье «Барни» продавалось в ланч-боксе синего цвета с индивидуальными декорами, разработанными заказчиком.



ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.*

ОТВЕТ: Самым популярным корпоративным подарком в этом сезоне являются настенные часы, декорированные стабилизированным мхом ягель. Следующие в топе заказов – интерьерные деревья и кашпо со стабилизированными цветами и растениями.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддерживать коллектив, поддерживать сотрудников на удаленке?*

ОТВЕТ: Конечно, поскольку оригинальный и красивый предмет интерьера не только украсит новое рабочее место в хоум-офисе, но также напомнит о коллективе коллег и поддержке компании в это непростое время.



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

www.present.new-ton.org

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?*

ОТВЕТ: В нашем ассортименте есть практически любая продукция из данной категории: от приятных мелочей до VIP-аксессуаров и посуды – все виды кухонных принадлежностей, товары для дома, пледы и многое другое.

ВОПРОС: *Как карантин и удаленка повлияли на спрос на такие подарки?*

ОТВЕТ: Чаще находясь дома, люди стали уделять больше внимания организации уюта и комфорта. Соответственно, спрос на продукцию этой категории увеличился. Вместо недавно популярных товаров для отдыха и путешествий на первый план вышли подарки, которые можно использовать в домашних условиях, в том числе товары для организации рабочего пространства на удаленке.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте сувениров в 2021 году.*

ОТВЕТ: Классика никогда не выходит из моды, поэтому традиционно пользуются спросом кружки, пледы, сырные доски, свечи... В этом году набирают популярность такие



товары, как увлажнители воздуха, аромадиффузоры, УФ-стерилизаторы.

ВОПРОС: *Есть ли в вашем ассортименте экопродукция для дома?*

ОТВЕТ: Конечно. Сейчас все большее развитие получают темы разумного потребления и заботы об окружающей среде: использование многоразовых коктейльных трубочек, сумок для покупок вместо пластиковых пакетов, замена пластиковой посуды на товары из стекла, бамбука, переработанных материалов.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддерживать сотрудников на удаленке?*



ОТВЕТ: Вне всяких сомнений! Товары для дома и быта – это практичный и полезный подарок для всех членов семьи. Высока вероятность того, что человек оставит его у себя и будет им пользоваться. А компании могут поддержать командный дух сотрудников, работающих из дома, подготовив им симпатичный и функциональный набор с логотипом компании. Он будет напоминать о корпоративных ценностях и единстве целей.



АНТОНИНА ПОТЕПАЛОВА,
владелец интернет-магазина авторской керамики DishWishes.ru

www.dishwishes.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы предлагаете?*

ОТВЕТ: В нашем магазине собрана керамика ручной работы от разных российских авторов. Основная часть ассортимента – это посуда: чашки, тарелки, чайники, банки для хранения, блюда, кувшины, масленки... Однако представлены и декоративные объекты: вазы, подсвечники, керамические домики и птички. Главная особенность керамики DishWishes – ее уникальность. Большинство кружек и тарелок изготовлены вручную в единственном экземпляре. Как правило, для подарков выбирают кружки или чайные пары, но иногда собирают и целые комплекты посуды.



ВОПРОС: *Как карантин и удаленка повлияли на спрос на такие подарки?*

ОТВЕТ: Время карантина показало, что люди хотят радовать себя если не путешествиями и встречами с друзьями, то хотя бы новыми эмоциями. А в керамике ручной работы есть своя маленькая история, собственный характер, настроение. Обычно с мая по август в магазине бывало затишье, но не во время пандемии. Люди покупали красивые вещи, чтобы сделать свою жизнь ярче и приятнее. Кроме того, приходило довольно много запросов на доставку подарков напрямую: по-

купатель оплачивал кружку или тарелку, а мы отправляли ее по указанному адресу вместе с подписанной открыткой. Это прекрасный выход из ситуации, когда нет возможности приехать и поздравить человека лично.

ВОПРОС: *Какие виды персонализации этих товаров вы предлагаете?*

ОТВЕТ: Магазин предлагает только готовые авторские работы, брендинг на самих керамических изделиях невозможно. Но можно собрать эксклюзивные подарочные наборы с керамикой, а нанесение сделать на упаковку или открытку. Например, у нас был такой большой корпоративный заказ: 500 подарочных наборов к юбилею компании – в каждом уникальная авторская чашка, чай и мед. К слову, поскольку вся керамика изготавливается вручную в маленьких мастерских, а сам процесс изготовления требует значительного времени, о больших партиях стоит задуматься заранее, месяца за три-четыре.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.*

ОТВЕТ: Чаще всего покупают кружки. Это наиболее распространенный вариант подарка: их никогда не бывает много, они достаточно универсальны. И если даже не вписываются в домашний интерьер, они всегда нужны в офисе или на даче.

Если говорить о трендах, то все больше людей начинают разбираться в керамике и в процессе ее создания, обращают внимание на материалы и технологии: виды глины, глазури, температуру обжига. Стремятся к тому, чтобы посуда не только радовала глаз, но и была функциональной и приспособленной к современному ритму жизни – без проблем нагревалась в микроволновке и мылась в посудомоечной машине.



ВОПРОС: *Были ли какие-то интересные, необычные запросы на такие подарки?*

ОТВЕТ: Да, есть заказы на продукцию в «советской» стилистике, и мы можем реализовать это, так как на заводе сохранились образцы всех оригинальных декоров, выпускаемых в СССР.



МАРИНА АЛЕПШКИНА,
директор по продажам
ООО «Порцела Рус»

www.porcelarus.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы предлагаете и как их брендируете?*

ОТВЕТ: Фарфоровую посуду в подарочной упаковке: чайные пары и сервизы, настенные тарелки и часы, вазы, формы для запекания из жаропрочного фарфора. Что касается видов персонализации, то это нанесение логотипа, индивидуальный декор и упаковка.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о новинках и трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.*

ОТВЕТ: С каждым годом растет спрос на продукцию для СВЧ и ПММ, необычные формы, белый фарфор (недекорированный).



АЛЕКСАНДРА ХЛОПУШИНА,
основатель и генеральный дирек-
тор компании FineDesignGroup

www.finedesigngroup.ru

ВОПРОС: Какие подарки для дома и быта вы предлагае-
те?

ОТВЕТ: В нашем ассортименте посуда для пригото-
вления, кухонная утварь, бокалы, декантеры и винные аксес-
суары, столовые приборы, домашний текстиль, товары для
ванной комнаты, ланч-боксы и термосы, ароматы для дома,
зонты, сумки и даже мебель.

ВОПРОС: Как карантин и удаленка повлияли на
спрос на такие подарки?

ОТВЕТ: За время пандемии покупательский спрос на
нашу продукцию возрос, так как многие, вынужденно нахо-
дясь дома, стали больше внимания уделять комфорту и уюту,
а также увлеклись кулинарией. Выделилось несколько ярких
трендов. В связи с массовым переходом на удаленную работу
многим потребовался цифровой детокс, а также способы чет-



МАРГАРИТА ПОНОМАРЕНКО,
учредитель компании
RESINART GIFT

www.resinartgift.ru

ВОПРОС: Какие подарки для дома и быта вы пред-
лагаете?

ОТВЕТ: Костеры – дизайнерские подставки под бокалы /
кружки / бутылки; сервировочные доски; интерьерные арт-
борды; картины в техниках резин-арт, флюид-арт, поталь;
настенные часы ручной работы.

ВОПРОС: Какие виды персонализации этих това-
ров вы делаете?

ОТВЕТ: Изготовление возможно в любой цветовой гамме
по ТЗ заказчика. На доски и арт-борды делается нанесение
логотипа посредством выжигания по дереву либо наклейка
на прозрачной пленке.

ВОПРОС: Как вы считаете, помогают ли «домаш-
ние» подарки повысить лояльность к компании и под-
держивать сотрудников на удаленке?

ОТВЕТ: Сувениры для быта и интерьера – это то, что че-
ловек видит и использует каждый день. А значит, они напо-



*Очень заметным по-прежнему остается
тренд на осознанное потребление. Он популя-
ризирует товары из переработанного пла-
стика или экологически чистых материалов:
подарки из экологичного текстиля (лен и ор-
ганический хлопок, переработанные волок-
на), из пластика с использованием органиче-
ской целлюлозы, пригодного для переработки.*

кого разграничения личного и рабочего времени. Это сдела-
ло популярными подарки в виде товаров для отдыха и досуга
на свежем воздухе: термкружки, пледы, термосы, ланч-боксы
и т.п. Многие стремятся ограничивать свое время в соцсетях
и проводить большую его часть в личном общении и офлайн.
Поэтому бутылки для воды, полотенца для спортзала, сумки и
зонты тоже среди трендовых подарков.

ВОПРОС: Пожалуйста, расскажите о новинках и
трендах в этом сегменте подарков в 2021 году.

ОТВЕТ: Среди наших популярных новинок – постель-
ное белье из органического хлопка бренда Ткапо; коллек-
ция Organic британского бренда-производителя столовых
приборов Viners, в которой собраны кухонные аксессуары и
наборы ножей с ручками из экологически безопасного пла-
стика, состоящего на 35% из пшеничного волокна. Другие
примеры: серия кухонных гаджетов Green Tool от скандинав-
ского бренда Eva Solo, для производства которых использу-
ются пшеничные волокна; многоразовые кружки для кофе и
чая из стекла с пробковыми вставками и перерабатываемого
пластика от бренда Кеер Сир; коллекция предметов серви-
ровки Tierra из переработанного пластика в сочетании с бам-
буком от итальянского бренда Guzzini.



*Сейчас стали очень популярны изделия с ис-
пользованием эпоксидной смолы и морской
тематикой. Наверное, это напоминает за-
казчикам долгожданный отпуск и море, по ко-
торым все так соскучились.*

минают ему о компании, в которой он работает, о коллегах.
И раз эти подарки про уют, то и ассоциации на уровне эмо-
ций связывают место работы и ощущение тепла и защищен-
ности. Это и поддерживает, и сближает, и дает чувство семей-
ности.

ВОПРОС: Были ли какие-то необычные запросы на
такие подарки?

ОТВЕТ: Недавно мы делали несколько очень больших
картин (размером 1,5 х 2 метра) в интерьер дома руководи-
теля одной крупной компании. Подбирали стилистику и цве-
товые решения, исходя из фотографий конкретной комнаты,
куда они предназначались. Заказчик остался очень доволен и
удивлен такому креативному подарку!



КОНСТАНТИН ПАНИН,
генеральный директор
компани «Акцент реклама»

www.ra-akcent.ru



Маркетинговые коммуни-
кации с использованием «до-
машних» сувениров имеют

свою специфику. Ее главная особенность заключается в том,
что человек пускает брендированную вещь в свое личное
пространство. Это особенно полезно при запуске нового
бренда, ведь люди по природе своей консервативны. А «до-
машние» сувениры постоянно находятся перед глазами и
способствуют привыканию к новому: торговой марке, про-
дукту, идее...

Подарок для дома также выполняет функцию напоми-
нающей рекламы. Однако чтобы партнер принял презент и
начал пользоваться им в быту, сувенир должен отвечать та-
ким важным критериям, как практичность и эстетика. Вот
несколько примеров из нашей практики. Уютные домашние
тапочки с символикой банка «Пойдем!» так и шепчут хозяи-



ну: «Пойдем за деньгами!» Ночник в детской комнате с милым
котиком – подарок ребенку, но он напоминает отцу-стро-
ителю о торговой марке теплых полов. Текстильная серия
«Туман в созвездии Пегаса» – настоящее произведение ис-
кусства! Мягкие ткани с видами ночного неба украсили дома
партнеров предприятия. Кроме того, подарок выполняет две
важные маркетинговые функции. Во-первых, помогает хо-
зяину запомнить, что завод «Пегас» выпускает тракторы под
маркой «Туман» (с первого раза запомнить это весьма про-
блематично). Во-вторых, сувенир напоминает, что «Пегас»
имеет прямое отношение к аэрокосмическому комплексу
России (важный аргумент в переговорах с иностранными
клиентами).

СЛОВО ЗАКАЗЧИКАМ



АЗАЛИЯ МАКСИМОВА,
event-менеджер хостинг-
провайдера REG.RU

www.reg.ru

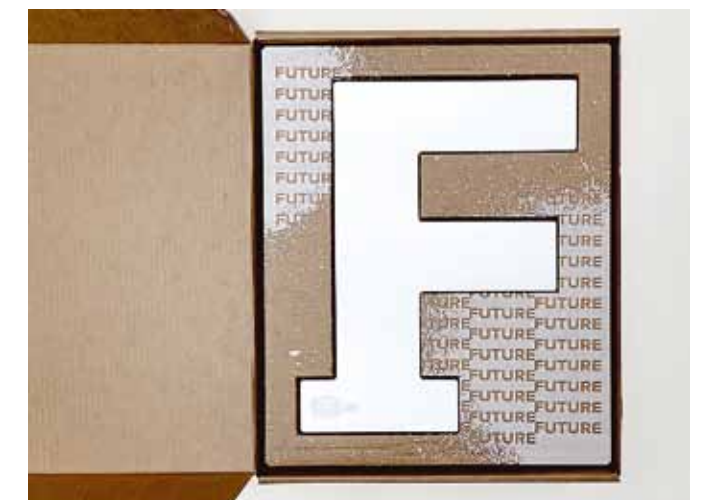
ВОПРОС: Какие подарки для дома и быта вы зака-
зывали?

ОТВЕТ: Мы всегда стараемся подбирать сувениры, кото-
рые пригодятся человеку как в офисе, так и дома: в том числе
предметы для удобства, создания уюта и красоты. Первое, что
получает новый сотрудник, придя в офис, – это кружка для
чая или кофе. В этом году мы обновили их дизайн и сдела-
ли несколько вариантов, вдохновляющих и заряжающих на
продуктивную работу. Также в нашей коллекции сувениров
есть термкружка с секретом: она никогда не упадет, если
случайно ее задеть.

В одном из новогодних подарков мы вкладывали в набор
Trend Box карту трендов будущего, похожую на схему метро.
Ее можно разместить над рабочим столом в офисе или дома,
изучать и вдохновляться. Получилась хорошая альтернатива
картам мира, которые украшают стены многих интерьеров.

ВОПРОС: Дарили ли вы какие-то нестандартные
сувениры для дома?

ОТВЕТ: В подарке на Новый 2021 год мы собрали два
элемента, объединенных тематикой будущего. Первый – де-
коративная буква F (Future (англ.: будущее – прим. ред.)) как
напоминание, что свое будущее мы создаем каждый день. Ее
можно поставить на рабочий стол, книжную полку или любое
другое место. Второй – стерео-варио открытки по мотивам
картин современного художника. Они заняли особое место
в истории изготовления наших подарков. В основе открыток
были не просто макеты, а настоящие картины на холстах, ко-



торые нам очень хотелось «оживить», добавить движения. Мы
организовали фотосъемку картин, далее над фотографиями
поработали дизайнеры и перевели их в нужные для печати
форматы, добавили движения элементам. Готовые макеты
передали подрядчикам, и они справились на отлично: после
изготовления образцов мы запустили тиражи.



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

www.infosec.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы заказывали?*

ОТВЕТ: При выборе подарков мы прежде всего отталкиваемся от возможности их применения, ведь худшее, что может случиться с презентом, – это быть отправленным в дальний угол за ненужностью. У нас богатый опыт подбора полезных в быту вещей: различных мультитулов премиум-качества, гаджетов для комфорта и уюта дома. Мы сознательно избегаем сугубо интерьерных сувениров, так как можно просто не угадать по стилю и вкусу.

ВОПРОС: *Дарили ли вы какие-то нестандартные сувениры из этой категории?*

ОТВЕТ: Даже в сегменте классических подарков для дома мы выбирали необычные: «пьяные» бокалы, привлекающие внимание своей формой, и электрический штопор, напоминающий о нашей компании в приятные моменты праздников и застолий.



В пандемию возросла важность подарков для быта, ведь большую часть времени все проводили именно дома, изменился лишь процесс вручения – была задействована курьерская доставка.



ПАВЕЛ ВЬЮКОВ,
директор департамента
«Мобильные средства связи
и умный дом» компании
«Марвел-Дистрибуция»

www.marvel.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы заказывали?*

ОТВЕТ: Компания «Марвел» является широкопрофильным IT-дистрибутором, поэтому мы часто дарим полезные гаджеты.

ВОПРОС: *Повлияли ли карантин и удаленка на ваш выбор «домашних» товаров в качестве подарков сотрудникам и партнерам?*

ОТВЕТ: С переходом на удаленку людям захотелось сделать свой дом более комфортным, чистым и уютным. Поэтому, когда зашла речь о выборе подарков в 2020 году, мы без раздумий остановились на товарах для «умного дома».

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддерживать сотрудников на удаленке?*

ОТВЕТ: Конечно, такие презенты положительно влияют на лояльность клиентов, а сотрудники чувствуют заботу компании. Но это лишь одна из составляющих комплексной работы, так как если партнеры недовольны сотрудничеством с вами, а сотрудники – своей работой, то никакие подарки глобально их мнение не улучшат.



ВОПРОС: *Дарили ли вы какие-то нестандартные сувениры для дома?*

ОТВЕТ: В качестве подарков для партнеров на Новый 2021 год мы выбрали товары из категории «умный дом»: «умные» лампочки, которые можно включать и выключать дистанционно или с помощью голосового помощника, «умные» розетки, а также «умные» колонки «Яндекс.Станция». Упакованы презенты были в брендированные коробки, стилизованные под интерьер квартиры или дома. В 2020 году «Марвел» начал активно развивать направление бизнеса smart home (англ. умный дом – прим. ред.), и с помощью товаров из этой категории мы решили познакомить партнеров с нашими новыми продуктами, а также дали им хороший повод начать превращение собственного дома в «умный».



ЕВГЕНИЯ МАВРИНА,
советник по внешним коммуни-
кациям ОТК «ЮниТранс»

www.multirail.ru

ВОПРОС: *Какие подарки для дома и быта вы заказывали?*

ОТВЕТ: Мы любим дарить сотрудникам подарки для дома, и главные критерии при их выборе – чтобы они были полезными, запоминающимися и достаточно универсальными. Это могут быть традиционные винные наборы с хрустальными бокалами, изящные чашки из костяного фарфора, полезные в быту изделия – пледы, сумки-холодильники, интересные настольные игры или оригинальные мелочи. Например, однажды на 23 февраля основной презент мы дополняли формочками для льда в виде патронов.

Избежать повторов и банальностей непросто, но иногда вручают подарки «2-в-1». Так, мы вручали интерьерную вазу для фруктов из муранского стекла, в которой была выполнена цветочная композиция – это одновременно и необычно преподнесенный букет, и оригинальное оформление презента.

ВОПРОС: *По вашему мнению, какие презенты для дома не стоит дарить?*

ОТВЕТ: Мы стараемся избегать сувениров, не имеющих практического применения, и предметов, требующих определенного стилистического окружения, которые сложно вписать в интерьер. Навсегда в моем подарочном «стоп-листе» статуэтки и фигурки, связанные с отраслями и профессиями: я знакома с дочерью сотрудника РЖД, и настоящая боль ее семьи – это сотни локомотивов, вагонов и паровозиков самых разных форм и размеров, для которых уже нет места ни в рабочем кабинете, ни в квартире – при желании можно было бы открыть музей бесполезных подарков транспортной тематики. Уверена, что и в других отраслях похожая ситуация – все эти мобили в виде нефтяных вышек, капли нефти в стекле, пресс-папье в форме чутунных чушек эффектно смотрятся в каталоге или на витрине магазина, но вряд ли вызовут положительные эмоции у адресата.

ВОПРОС: *Повлияли ли карантин и удаленка на ваш выбор «домашних» товаров в качестве подарков сотрудникам и партнерам?*

ОТВЕТ: Пандемия наложила ограничения как на выбор самой продукции, так и поставщиков. Закрывание границ сделало изготовление сувениров под заказ за рубежом нецелесообразным, а остановка многих производств еще больше ограничила номенклатуру доступных изделий. В нынешней ситуации мы стараемся выбирать подарки строго из того, что есть в наличии. Например, несколько лет назад мы дарили на 8 марта однотонные белые махровые полотенца, свернутые в форме кондитерского рулета. Брендировали их непо-



средственно при производстве полотна на фабрике в Турции (логотип наносился жаккардовой выработкой), а отшивали уже в России. Если бы мы размещали такой заказ сейчас, нам пришлось бы отказаться от жаккарда, закупить готовые изделия и выбрать другой способ персонализации, который можно выполнить на месте.

ВОПРОС: *Как вы считаете, помогают ли «домашние» подарки повысить лояльность к компании и поддерживать сотрудников на удаленке?*

ОТВЕТ: Безусловно. В последний год мы вручали сотрудникам на дни рождения чайные или кофейные пары из хорошего фарфора. Ими действительно пользуются с удовольствием – кто-то в офисе, кто-то на удаленке. На предыдущем месте работы мы дарили пледы с рукавами – замечательная вещь для уютного отдыха с книгой, планшетом или чашкой чая. Могу сказать, что лично мне он очень пригодился прошлым летом, когда я удаленно работала за городом.

ВОПРОС: *Дарили ли вы какие-то нестандартные сувениры для дома?*

ОТВЕТ: Однажды был очень интересный комплект ко Дню железнодорожника. Мы запланировали оригинальную поздравительную кампанию со слоганом «Приятного отдыха в теплой компании». Праздник отмечают летом, и подарок представлял собой набор для пикника. В него входил теплый плед на непромокаемой основе, одноразовый экологичный мангал и «Шашлыкография» – брошюра с рецептами шашлыка из разных регионов России – по рецепту на каждую железную дорогу в составе РЖД. Для нас разработали отличное полиграфическое решение, и брошюра оказалась настоящим хитом сезона.

На Новый год мы дарили необычные елки – стеклянные этажерки с новогодним декором. На празднике их можно было использовать как оригинальное настольное украшение, а затем вынуть декор и в течение года использовать по прямому назначению – для конфет, печенья или орехов. *GR

MYCUP И BRISTOL – ДВА ХАРАКТЕРА, ОДНА ЦЕЛЬ

Сувениры – не просто жест внимания, но и возможность создать подходящую атмосферу. Эта философия легла в основу брендов **bristol** и **mycup**. У дизайнеров была цель создать товары, которые прочно войдут в ежедневный обиход и подчеркнут индивидуальность обладателя. Специалисты компании **Happy Gifts** рассказали редакции **GIFT Review** о популярных моделях этих марок и доказали, что даже такая привычная вещь, как кружка, может иметь свой характер и отражать настроение человека.

Бренд **mycup** – это вдохновляющие, яркие цвета и смелые фактуры. Бренд, созданный для молодых и энергичных профессионалов. Каждая кружка имеет отличительные особенности, чтобы подчеркнуть личность владельца. Стильный и современный дизайн изделий гармонично впишется в интерьер дома, офиса или творческой студии.

GRADE

Разрабатывая дизайн серии **GRADE** от бренда **mycup**, авторы вдохновлялись художественными способностями самой природы. Градиентный окрас каждого изделия позволяет выгодно подчеркнуть нанесение в темной его части. Поверхность выполнена из про-резиненного покрытия, создавая особые тактильные ощущения. Эти кружки станут прекрасным дополнением к любому креативному интерьеру.



FUN2

В своих продуктах **mycup** старается подчеркнуть от-точенный стиль в универсальных форматах. Результатом такой работы стала кружка **FUN2**. Ее отличительная черта – силиконовое дно, гармонирующее по оттенку с внутренней частью. Внешнее покрытие выполнено в белом матовом цвете. Такое сочетание внутренней части и сменного доннышка идеально подойдет для компаний, в логотипе которых присутствуют два фирменных цвета. В линейке представлено множество цветовых решений, позволяющее ей быть универсальной.



INTRO

Актуальный во все времена черный цвет вдохновил дизайне-ров на создание модели **INTRO**. Сочетание матового черного снаружи и яркого глянца внутри делает ее выразительной и контрастной. Учитывая количество цветовых вариаций, эта кружка станет отличным дополнением любой обстановки.



Бренд **bristol** воплощает современные дизайнерские решения и классический минимализм. Это изысканные чайные пары и наборы для ценителей лаконичного стиля и эстетики деловых встреч. А традиционные формы и высокое качество фарфора станут проявлением внимания к гостям.

PERLA

Разносторонний взгляд на дизайн и стиль нашел свое отражение в кружке **PERLA**. Ее перламутровый окрас придает изделию жемчужный блеск. Мягкие оттенки и скругленные формы создают дорогой и эффектный образ.



ICE CREAM

Консервативный бренд **bristol** раду-ет привычными формами и приятной цветовой палитрой. Образец выдер-жанного стиля – фарфоровая чайная пара **ICE CREAM**. Современное матовое покрытие, белый кант по верхнему краю и углубленное блюдце являются хоро-шим примером вневременной классики. Набор имеет несколько цветовых вари-аций и подойдет для любой встречи или переговоров.

CAPPUCCINO

Чайная пара **CAPPUCCINO** воплоща-ет собой идею классического минима-лизма. Лаконичная форма с глянцевым покрытием, утолщенные стенки чашки и удобное блюдце дополняют друг друга. Разнообразие оттенков модели позволя-ют ей быть универсальным решением для любого интерьера и настроения.



Happy Gifts
www.happygifts.ru

КОМПАНИЯ RARİ: СДЕЛАЙТЕ ВАШ БЫТ ЯРЧЕ И УДОБНЕЕ

При подготовке этого выпуска редакция GIFT Review уделила много внимания теме подарков для дома и активного отдыха на природе. И это неудивительно: с одной стороны, многие из нас перешли на удаленку и прочно обосновались в домашних офисах, а с другой – впереди лето, пора походов, отпусков и путешествий. С приходом тепла хочется добавить в свою жизнь ярких красок, наполнить ее приятными мелочами, функциональными и радующими глаз. В этом обзоре мы расскажем о некоторых товарах из ассортимента компании Rari – мультибрендового поставщика европейской дизайнерской продукции и оригинальных аксессуаров. Поверьте, Rari знает, как украсить ваши будни и досуг.

BALVI (ИСПАНИЯ)

► Удивите своих гостей необычной подачей угощений! **Блюдо для снеков и закусок Hungry Squirrel** станет оригинальным решением для сервировки. Керамическая емкость имеет диаметр 16 см, выполнена в форме гнезда с голодной белкой. Легко разбирается и моется. Состоит из двух частей: в верхнюю можно положить чипсы, фисташки, оливки и прочие закуски. В нижнюю – скорлупу, шелуху и косточки. Аксессуар будет прекрасно смотреться как на праздничном столе, так и на небольшом журнальном столике в гостиной.



◀ **Настенная вешалка Musik** в виде нотного стана выполнена из прочного металла и легко крепится на стену. Благодаря своему дизайну она станет украшением любого интерьера. Можно использовать в прихожей, детской или ванной комнате. Вешалка имеет длину 44 см, крепится к стене с помощью саморезов, которые идут в комплекте. Вместе с держателем для ключей **Musik** станет прекрасным подарком всем меломанам и любителям необычных решений в интерьере.



► **Газетница Feline** – неотъемлемый атрибут каждого дома. Аксессуар поможет удобно хранить газеты, журналы и альбомы. Сохраняет вертикальное положение в заполненном виде благодаря противоскользящему основанию и правильно разработанной металлической конструкции. Специальное покрытие сохранит первозданный вид изделия даже в условиях повышенной влажности и резких перепадов температур. А компактная форма позволяет установить газетницу даже на узкий стол.



◀ **Подставка для канцелярских принадлежностей Sharpener** – незаменимый аксессуар, без которого не удастся содержать стол в чистоте. Органайзер выполнен в красном цвете в виде точилки для карандашей. Предмет необычной формы и яркой расцветки станет прекрасным дополнением как рабочего места для взрослого, так и детского письменного стола. Устойчивое дно не дает конструкции переворачиваться. Подставка хорошо чистится и долго сохраняет эстетичный вид.

► **Стеклянные подставки под стаканы Planets** украсят любую вечеринку и поднимут настроение даже в серые будни. Шесть разноцветных аксессуаров диаметром 10 см создадут праздничную атмосферу и помогут защитить поверхность столешницы от капель, царапин и разводов от стаканов. Лицевая сторона подставок выполнена в форме звезд и планет Солнечной системы.



◀ **Подушка Superstar** – элемент домашнего текстиля в форме гитары. Отличный подарок для меломана и ценителя оригинальных вещей. Будучи ярким акцентом в интерьере, такой аксессуар прекрасно дополнит жилое пространство ценителя инструментальной или рок-музыки. Несмотря на затейливую форму подушка хорошо поддерживает голову и спину во время отдыха. Наличие синтетических волокон в составе изделия позволяет ему долго сохранять первоначальный вид и хорошо переносить даже многочисленные стирки.

FARLANA® (ПОРТУГАЛИЯ)



◀ **Farplana®** – новый бренд из Португалии – представляет **домашнюю станцию по раздельному сбору мусора BE-ECO**. В 2020 году товар получил престижную награду European Design Award в категории «Товары для дома и интерьера». **BE-ECO** адаптируется к потребностям людей, от домашнего до профессионального использования, и делает процесс сбора мусора максимально удобным. Сборка в один щелчок. Каждый мусорный бак **BE-ECO** имеет объем 20 л, снабжен удобной педалью и откидной крышкой. Созданные в едином стиле контейнеры идеально сочетаются между собой и не только создают удобную станцию по сбору мусора, но и являются стильным элементом декора. Цвет основания и ручки меняется в соответствии с общепринятыми правилами утилизации отходов: желтый – пластик, синий – бумага, зеленый – стекло.

CARL OSCAR® (ШВЕЦИЯ)



◀ **Спортивная бутылка для воды WisdomFlask™ и фляга TEMPflask™** разработаны в тесном сотрудничестве шведского бренда Carl Oscar® с графическим дизайнером Магдалиной Лундквист (Magdalena Lundkvist). Уникальные принты на изделиях основаны на древних скандинавских рунах. Слово «руна» означает «мудрость» или «секрет». На аксессуарах изображена руна природы «Эйваз», которая символизирует царство растений и означает, что вы на верном пути.

Бутылка для воды **WisdomFlask™** снабжена силиконовым ремешком, 100% герметична и рассчитана на 0,65 л жидкости. Пластик Tritan™ отличается высокой прочностью и не сохраняет запахи. Рекомендуется мыть вручную для сохранения принта. Герметичная фляга **TEMPflask™** сохраняет температуру горячих и холодных напитков благодаря технологии VacuumShield™. Рассчитана на 0,5 л жидкости и имеет двойные стенки с вакуумной изоляцией. Для изготовления используется нержавеющая сталь высшего качества. Элементы фляги не содержат бисфенол А, фталаты и свинец, что делает ее экологически безопасным вариантом подарка.

▶ **Детская бутылочка 2 в 1** – со съемной нижней чашей для пирожных, фруктов и орехов. Представлена в разнообразных ярких цветах с принтами очаровательных животных. Позволяет пить прямо во время ходьбы, не обливаясь и не разливая содержимое вокруг. И все это с улыбкой на лице! Крышка со встроенным держателем снабжена выдвижной трубочкой, из которой очень удобно пить. Бутылочка изготовлена из пластика Tritan™ и полипропилена, которые не содержат бисфенол А и фталаты. Дизайн: Линн Элдин (Linn Eldin) для Carl Oscar®.



◀ **100% герметичный термос**, который благодаря технологии VacuumShield™ сохраняет температуру горячих напитков в течение 7 часов, а холодных – в течение 20 часов. Представлен в ярких цветах с изображениями милых животных. Термос рассчитан на 0,35 л жидкости и имеет двойные стенки с вакуумной изоляцией. При производстве используется нержавеющая сталь высшего качества. Все элементы не содержат бисфенол А, фталаты и свинец, а нержавеющая сталь не сохраняет запаха. Термос оснащен двумя крышками: внутренняя часть одной из них обеспечивает изоляцию и позволяет сохранять температуру напитка на протяжении длительного времени. Вторая крышка предназначена для холодных напитков. На ней предусмотрена трубочка, чтобы ребенок мог пить, держа фляжку вертикально вверх дном. Дизайн: Линн Элдин (Linn Eldin) для Carl Oscar®.

▶ Лучший способ хранения полезных закусок! **BentoDISC™** – **увеличенная версия популярного ланч-бокса для снеков**. Идеален для свежих овощей, фруктов, ягод и орехов. Ланч-бокс диаметром 18 см имеет пять вращающихся отделений, а диск с едой можно легко извлечь и положить на стол или одеяло для пикника. Просто раскрутите диск на нужный отсек и превратите перекус в увлекательное приключение для вас и вашего ребенка. Прекрасный вариант для прогулок, школы, экскурсий, поездок на автомобиле и похода по магазинам с детьми. Дизайн: Линн Элдин (Linn Eldin) для Carl Oscar®.



◀ Свежая еда каждый день! **Wisdom N'ice Box™** – **инновационный герметичный ланч-бокс со съёмным охлаждающим диском на крышке**. Имеет объем 0,9 л, идеален для школы, работы и путешествий. Не содержит бисфенол А, фталаты и свинец, а в охлаждающем диске использован гель, в состав которого не входят токсичные вещества. Уникальная иллюстрация на крышке ланч-бокса основана на древних скандинавских рунах. Слово «руна» означает «мудрость» или «секрет». Например, на оранжевом ланч-боксе изображена древняя скандинавская руна «Кеназ», что означает «факел» и символизирует свет истины и знаний, тепло семейного очага и большой запас внутренней энергии.

В комплект также входят дополнительный контейнер объемом 0,22 л для свежих овощей, фруктов или джема и многофункциональный столовый прибор **CUTElery™** 3 в 1, который закрепляется на крышке и включает в себя ложку, вилку и ножик. Дизайн: Магdalena Лундквист (Magdalena Lundkvist) для Carl Oscar®.

▶ **LunchJar™** – это **100% герметичный термос для еды**, который благодаря технологии VacuumShield™ сохраняет температуру горячей пищи до 4 часов. Идеален для школьных обедов, использования во время экскурсий, походов и путешествий. Представлен в сочных летних оттенках с изображениями забавных животных. Термос имеет двойные стенки с вакуумной изоляцией, объем 0,3 л. При производстве используется нержавеющая сталь высшего качества, благодаря чему термос обладает высокой прочностью. Все элементы не содержат бисфенол А, фталаты и свинец, а нержавеющая сталь не сохраняет запаха. Дизайн: Линн Элдин (Linn Eldin) для Carl Oscar®.



◀ Пусть дети ходят в детский сад или школу стильно! С **рюкзаком Pack n' Snack™** удобно ходить на развивающие кружки, в садик или начальную школу, гулять и ездить на пикники. На лицевой стороне рюкзака есть переднее внешнее отделение на молнии УКК, два удобных сетчатых кармана по бокам и просторная внутренняя часть с двумя отделениями. Внешняя часть рюкзака выполнена из прочного водоотталкивающего полиэстера, а верхний клапан легко открывается и закрывается благодаря магнитным кнопкам. Мягкие регулируемые плечевые ремни с дополнительным нагрудным ремнем обеспечивают поддержку и комфорт при повседневном ношении. А светоотражающие полоски на плечевых ремнях и лицевой стороне рюкзака создают дополнительную безопасность в условиях недостаточной освещенности. Оснащен ручкой для переноски. Дизайн: Линн Элдин (Linn Eldin) для Carl Oscar®.

Эксклюзивный представитель брендов Balvi, Carl Oscar® и Faplana® в России – компания Papi.
8 (495) 374-02-04 b2b@papiltd.ru www.papiltd.ru

MARMA: ИЗ ТУРЦИИ С ЛЮБОВЬЮ!

GIFT Review уже много раз писал о компании «Дилижанс» и ее уникальных товарах – дизайнерских аксессуарах для дома, которые могут не только приятно удивить, но и создать особенную обстановку. Сейчас в каталоге компании появился новый бренд – MARMA. Мы побеседовали с директором по развитию «Дилижанса» Михаилом Марьяхиным, который рассказал нам, откуда пошло такое звучное название, какие товары представлены в рамках бренда, о планах на будущее, а также о настоящем турецком кофе.

GIFT Review: Михаил, вы представляете новый для рынка бренд MARMA. Пожалуйста, расскажите немного о его истории.

Михаил Марьяхин: Придумал его я. Хотелось создать бренд продукции высокого качества, чтобы он работал долгосрочно и завоевал сердца покупателей. Ход моих мыслей был простым – за основу взято имя дочки. Так из Марьяхиной Майи получилось название «МарМа». А уже потом мы обратили внимание на забавное совпадение с турецким регионом Мармара, где производится большая часть наших товаров.

GR: То есть основная часть изделий приезжает к нам из Турции?

М.М.: Сейчас да. Ранее под этим брендом мы продавали посуду китайского производства. Но в связи с задержками поставок из Китая обратили внимание на предприятия в Турции. В последнее время растет спрос на красивые и аутентичные товары, особенно те, которые отличаются от массового «китая». А в Турции как раз очень много интересных изделий ручной или полуручной работы.

GR: Пожалуйста, расскажите подробнее об этих способах производства.

М.М.: К примеру, медные аксессуары частично произведены машинным способом, а частично обработаны вручную. Что касается бокалов, то за основу берутся готовые «чистые» изделия и окрашиваются вручную. Лампы в восточном стиле склеиваются 100% вручную.

GR: Наверное, стоимость таких изделий очень высока?

М.М.: Нет, это может показаться удивительным, но цены вполне разумные, и товар подходит для масс-маркета.

GR: Возвращаясь к актуальным трендам в сегменте подарков для дома, каким еще модным тенденциям следует бренд MARMA?

М.М.: Сейчас, когда многие перешли на удаленную работу, все больше внимания уделяется обустройству и декору дома. Люди хотят, чтобы их окружали красивые, оригинальные и функциональные вещи, которые и радуют глаз, и при-



носят осязаемую пользу. Бренд MARMA вполне соответствует этой тенденции, ведь именно такие изделия мы и продаем.

Говоря о трендах, я бы еще отметил моду на приготовление качественного кофе у себя дома. Все больше людей хорошо разбираются в этом бодрящем напитке, интересуются различными рецептами, покупают специальное оборудование и аксессуары. И здесь мы тоже «в теме», как никто другой: в ассортименте бренда огромный выбор аутентичной посуды для приготовления ароматного кофе. Ведь Турция традиционно считается страной с богатейшей кофейной культурой. Кстати, именно турки придумали специальный сосуд для варки кофе – джезvu. Или, как ее называют в России, турку.

GR: Получился настоящий «кофейный» ликбез, было очень интересно, спасибо! А какие еще товары представлены в рамках вашего бренда?

М.М.: Например, бокалы. Это прекрасный презент на любой праздник, а также уникальный декор для свадеб. Большинство моделей идут в комплектах по 6 штук.

GR: А есть ли какие-то варианты подарков для корпоративных заказчиков?

М.М.: Конечно! Светильники от бренда MARMA – идеальный вариант бизнес-сувенира. Они отлично подходят для брендинга, причем необычным способом – можно сделать индивидуальный рисунок стилизованной мозаики, например, логотип компании. Требуется только запас времени от момента подтверждения заказа до получения готовых изделий – 70 дней.

GR: И в окончании нашей беседы – какие планы по продвижению MARMA?

М.М.: Сейчас мы начинаем активно продвигать бренд в Instagram для повышения его узнаваемости и лояльности клиентов к нему. Также будем записывать обзоры и прочие полезные видео с публикацией на YouTube. Кроме того, некоторые из серий бренда планируем выводить в розничные магазины по соответствующим ценовым сегментам. **GR**



Компания «Дилижанс»

г. Москва

+7 (495) 969-27-25 info@diligans.biz www.diligans.biz

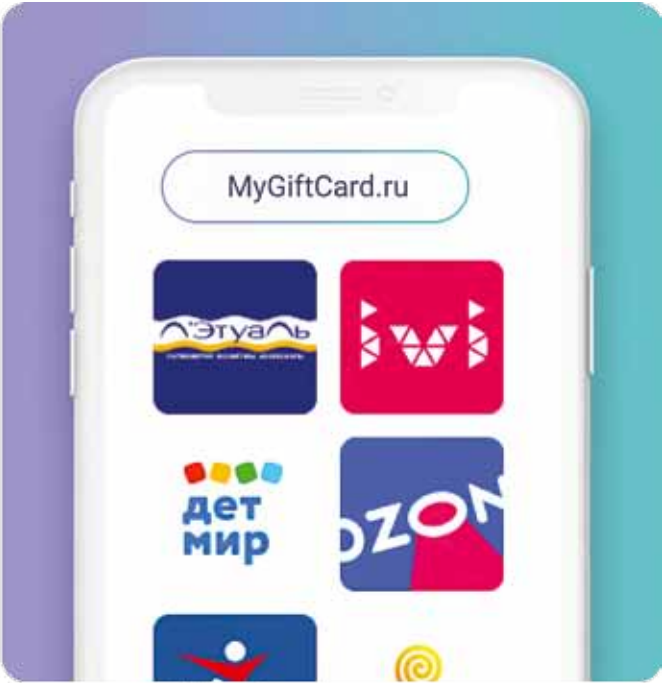
ЭЛЕКТРОННЫЕ ПОДАРКИ. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ СПОСОБЫ ПООЩРЕНИЯ?

Мир стремительно меняется – и рынок подарков не стоит на месте. Покупатели все чаще получают и дарят электронные подарочные сертификаты. К примеру, в 2020 году в компании MyGiftCard продажи таких сертификатов достигли почти 90%. Причина этому не только тотальная удаленка, но и общий тренд на цифровые продукты. Специалисты MyGiftCard рассказали нам об ассортименте электронных вознаграждений и способах их применения в мотивационных программах и программах лояльности, проверенных на собственном опыте.

Электронные подарочные сертификаты торговых сетей – популярный инструмент для поощрения конкретной целевой аудитории, например, на крупные тематические праздники: 23 февраля, 8 марта, Новый год.

Наш ассортимент состоит из более чем 130 популярных российских брендов, таких как «Пятерочка», «Спортмастер», «Детский мир», «Л'Этуаль», и способен удовлетворить потребности пользователей в любой категории: спорт, здоровье, красота, онлайн-шопинг, детские товары, электроника, бытовая техника и многое другое.

Широкий выбор вознаграждений особенно пользуется спросом у компаний с долгосрочной программой поощрений.



Универсальный подарочный сертификат «Дарить Легко» – один из наших бестселлеров. Компании выбирают данное решение, чтобы наградить или поздравить разные категории сотрудников.

Главное преимущество в том, что сертификат дает получателю доступ к тысячам вариаций подарков в нашем каталоге на сайте www.mygiftcard.ru, а значит, обязательно придется по душе получателю! Из приятных особенностей карты – гибкий номинал от 100 до 15 000 рублей, а также оформление в корпоративном стиле компании.

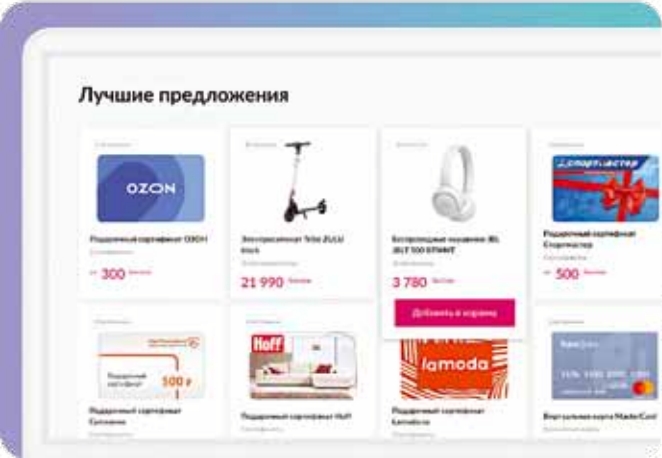
Предоплаченные банковские карты на базе платежной системы Visa и Mastercard – лидер продаж среди корпоративных клиентов. Они используются для поощрения цепочки продаж и сотрудников в регионах. Данной картой можно оплатить любые товары и услуги, где принимаются карты Visa и Mastercard – офлайн или онлайн.

Для получателя такое поощрение аналогично денежной премии. Так как сейчас практически у каждого есть банковская карта, алгоритм ее использования будет понятен всем. Достаточно просто привязать карту к Google / Apple Pay.



ПРЕИМУЩЕСТВА ЭЛЕКТРОННЫХ ПОДАРКОВ

- ✓ Гибкость применения
- ✓ Мультиканальность использования
- ✓ Широкий охват
- ✓ Экономия на производстве и доставке
- ✓ Экологичность
- ✓ Скорость



Облачная витрина вознаграждений – готовое решение для автоматизации программ лояльности и мотивации покупателей, продавцов и сотрудников. Всего за три дня у вас появится брендовая веб-страница с возможностью обмена баллов на призы из нашего каталога вознаграждений (физические товары, электронные сертификаты, банковские карты). Страница имеет приятный и интуитивно понятный интерфейс интернет-магазина и систему доставки.

Подарок для читателей журнала! При корпоративном заказе назовите промокод «GIFT Review» и получите подарок на выбор: скидку, адресную рассылку сертификатов или нанесение логотипа.

«ЭКОНОМИКУС» – ИГРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА, HR, КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ

GIFT Review уже писал об издательстве «Экономикус», которое профессионально и в короткие сроки разрабатывает и брендирует настольные игры под любой запрос. В действующем ассортименте компании – экономические, стратегические, семейные, развлекательные «настолки». В этой статье мы расскажем про одну из самых шумевших игр издательства.



«Бункер» – как «Мафия», только лучше

Как выжить в этом жестоком мире скромному программисту, который любит котиков, а вокруг апокалипсис – ядерная война и извержения вулканов? И пусть он пишет с «ашипками» и страдает раздвоением личности, зато он точно знает, что должен выжить и спасти планету.

Дискуссионная игра «Бункер» – именно об этом. Каждый участник получает определенный набор карт-характеристик (далеко не все из которых положительные). Затем игроку надо убедить остальных, что именно он достоин оказаться в спасательном бункере, чтобы пережить глобальную катастрофу и возродить жизнь на Земле. И это непростая задача – ведь мест хватит лишь для половины претендентов.

Игра помогает взглянуть на любую ситуацию под непривычным углом: учит искать неожиданные аргументы, отстаивать свою позицию и бороться до последнего.



«Бункер» подкупает простыми правилами, невероятным азартом и героическим духом борьбы за выживание. Эту игру активно используют:

- на собеседованиях,
- на тренингах по продажам,
- для развития позитивного мышления,
- на корпоративных праздниках,
- как яркий сувенир.

«Бункер» – отличный подарок для любой компании, ведь возможности для брендинга и оптимизации у игры очень широки: смена дизайна, ввод фирменных элементов заказчика, адаптация контента.



Другие варианты брендинговых игр



Все игры издательства
на сайте
Economicusgame.com

Звоните и пишите, и «Экономикус» в течение 30 минут рассчитает стоимость тиража вашей игры!

Издательство настольных игр «Экономикус»

www.economicusgame.com 8 (905) 573-28-23 info@economicusgame.com

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

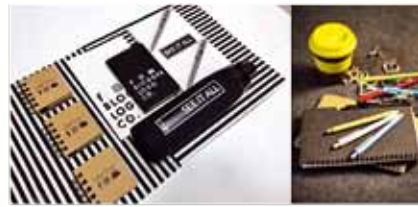
www.kidsrussia.ru

«НЬЮ-ТОН»: ВСЕ, ЧТО НУЖНО ДЛЯ ВАШЕГО МЕРОПРИЯТИЯ

Любое корпоративное мероприятие – это отличная возможность заявить о компании, наладить новые бизнес-контакты и познакомиться с потенциальными клиентами. А главная задача ивента состоит в том, чтобы заказчики надолго запомнили ваш бренд и с теплотой его вспоминали. И тут на помощь спешит разнообразная промоматериалы. Чем лучше продуманы подарки, тем выше частота контакта пользователя с сувениром и, как следствие, лояльность к бренду. Директор по развитию компании «Нью-Тон» Ольга Колтунчик поделилась с GIFT Review идеями, как сделать любое мероприятие ярким и эффективным.

МЕЛОЧЬ, А ПРИЯТНО!

Ваши гости с удовольствием примут в дар приятные промомелочи или поучаствуют в конкурсах за небольшие презенты-«комплименты». Отличными вариантами станут брелоки-антистрессы, ручки, небольшие головоломки, фонарики, сумки-шоперы.



ПРОМОТЕКСТИЛЬ

Конечно же, нужно будет позаботиться о внешнем виде организаторов и персонала. Ведь если сотрудники не используют фирменную одежду на выставке или презентации, будет сложно отличить их от обычных посетителей. И здесь нам пригодится промотекстиль. Футболки, кепки, толстовки, фартуки, джемперы, дождевики – выполненные в корпоративной цветовой гамме, с брендированием. Для облегчения идентификации не только сотрудников, но и участников используйте небольшие сувениры, такие как ланьярды (ленточки для бейджей) или браслеты с логотипом, которые также могут выступать в качестве пропусков.

ЭЛЕМЕНТЫ ДЕКОРА

Нанесите ваш логотип на мебель и аксессуары – складные стулья, лежаки, зонты. Такой ход обладает большим маркетинговым потенциалом, который повышает узнаваемость бренда и обеспечивает сотни фотографий и упоминаний компании в соцсетях.



ПРИЗЫ И ПОДАРКИ

Если мероприятие подразумевает конкурсы, игры, викторины, нельзя обойтись без награждения участников. В качестве призов выбирайте такие презенты, которые еще долго будут радовать владельца. Отлично подойдут бутылки, термокружки, футболки с персонализацией. А если ивент проходит в летние месяцы, солнцезащитные очки также могут быть очень практичным сувениром.

МЕРЧ

Не секрет, что на любом мероприятии неплохой доход приносит продажа мерча. Рюкзаки, кружки, худи, свитшоты, которые наверняка захочется оставить на память о прекрасном проведенном времени.

Если не за горами корпоративное мероприятие и вам нужна помощь в подготовке концепции и промоматериалов, знайте: «Нью-Тон» – лучший друг ивент-менеджера. Мы знаем о подарках все.



Доставим сувениры из Европы за 15 дней!

«Нью-Тон»

+375 (33) 607-00-00 zakaz@new-ton.org www.present.new-ton.org

ЦИФРОВЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ: ТОТАЛЬНЫЙ ОНЛАЙН

В предыдущем номере GIFT Review мы освещали тему сувенирных онлайн-выставок новой реальности. В этом выпуске нам захотелось исследовать более широкий сегмент ивент-индустрии – корпоративные мероприятия в диджитал-формате. Представители отрасли рассказали, как изменилась их сфера за последний год, какими новейшими техническими средствами они располагают, каковы плюсы и минусы онлайн-активностей и какое будущее ждет российский рынок бизнес-ивентов.



РУСЛАН БОНДАРЕНКО, основатель и управляющий партнер компании TOP MODERATOR
www.topmoderator.ru

ВОПРОС: Какие услуги предлагала ваша компания до пандемии?

ОТВЕТ: Профессиональное ведение и модерацию деловых мероприятий: форумов, конгрессов, конференций, презентаций, панельных дискуссий, премий, корпоративных праздников и т.д.

ВОПРОС: Пожалуйста, расскажите о самом запомнившемся онлайн-мероприятии, которое вы проводили.

ОТВЕТ: Пожалуй, самым интересным и крупным мероприятием для нас стал «Цифровой прорыв 2020» – всероссийский конкурс для IT-специалистов, дизайнеров и управленцев в сфере цифровой экономики. Это самое большое событие для IT-индустрии в России, состоящее из двенадцати онлайн- и гибридных ивентов на территории восьми федеральных округов. В мероприятии приняли участие 45 тысяч IT-специалистов со всей России.



«Если сравнивать количество мероприятий в 2019 и в 2020 годах, то однозначно есть прирост – примерно на 30%. Это связано с тем, что для онлайн-формата не так важно, где территориально находятся участники, а значит, организаторы могут букфировать ведущих и модераторов более высокого уровня, из других регионов, без издержек на логистику».

«Сейчас онлайн разделился на два направления: с ноутбука (удаленный) и из студии (гибридный). В первой категории преобладают различные сопровождающие форматы (квизы, мастермайнды, питч-сессии, кейс-форумы, презентации и т.п.). Во втором же направлении палитра мероприятий стала даже больше, чем была, и богаче на коллаборации форматов и смешение инструментов вовлечения аудитории».

«Цифровой прорыв 2020» – это более двух млн просмотров трансляций, 25+ млн пользователей, 1 млрд касаний, показов, упоминаний и более тысячи решенных IT-задач.

ВОПРОС: Ваши прогнозы по развитию корпоративных онлайн-мероприятий в России в ближайшее время.

ОТВЕТ: В долгосрочной перспективе все решения, которые были реализованы в онлайн-форматах, «приживутся» в ивент-индустрии. Не будет ничего удивительного в том, что часть спикеров присутствует в зале, а часть выводится на экран. В целом, рынок онлайн- и гибридных мероприятий будет расти. А для многих компаний полученный опыт даст возможность глобального масштабирования.

КВИЗ – интеллектуально-развлекательная игра, в которой нужно отвечать на различные вопросы.

МАСТЕРМАЙНД – групповой формат работы, где участники помогают друг другу в достижении личных целей за счет обмена опытом, генерации идей и взаимоподдержки.

ПИТЧ-СЕССИЯ – ограниченная по времени презентация проекта с целью нахождения инвесторов, готовых его финансировать.

КЕЙС-ФОРУМ – форум, где участники делятся конкретными бизнес-задачами и методами их решения.

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ – обсуждение актуальной темы с участием модератора, который направляет дискуссию, задает вопросы аудитории, старается сделать обсуждение информативным и интересным.



АНДРЕЙ ТОМАШЕВСКИЙ, исполнительный продюсер компании CEO & Creative
www.ceo-creative.com/ru/

ВОПРОС: *Чем занималась ваша компания до пандемии, и какие услуги вы предлагаете сейчас?*

ОТВЕТ: В настоящий момент, как и раньше, мы предоставляем широкий спектр услуг, начиная с аренды оборудования для мероприятия и заканчивая реализацией проекта под ключ, включая онлайн- и гибридные ивенты.

ВОПРОС: *Какими техническими средствами вы располагаете?*

ОТВЕТ: На данный момент у нас есть площадка для реализации онлайн-концертов; отдельная платформа, которая настраивается под индивидуальные запросы каждого проекта; ресурсы для разработки 2D- и 3D-графики, а также эфирной графики любой сложности; все необходимое техническое оборудование для организации онлайн-мероприятий, включая ПТС (передвижная телевизионная станция); профессиональная команда для реализации онлайн-мероприятий.

ВОПРОС: *С какими трудностями вы столкнулись при переходе из традиционного офлайн-формата в онлайн?*

ОТВЕТ: Главная трудность заключалась в быстрой адаптации команды. Где-то пришлось доучивать персонал, где-то менять подход к работе. Но я считаю, что справиться с этим нам удалось. Мы вместе продолжаем двигаться вперед и перестраиваться под новые реалии.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о самом запоминавшемся онлайн-мероприятии, которое вы проводили.*

ОТВЕТ: Самым ярким и запоминающимся по праву стал фестиваль «Таврида ART Moscow», который проходил с 21 по 26 октября 2020 года. Это главное творческое событие, объ-



ВЛАДИМИР ЖИГАНОВ, генеральный директор международной сети интерактивных развлечений «Клаустрофобия»
www.claustrophobia.com

ВОПРОС: *Какие услуги предлагала ваша компания до пандемии?*

ОТВЕТ: За семь лет работы мы накопили большой опыт в офлайновых квестах и перформансах. Было разработано 153 уникальных сценария и 156 квестов, по которым сыграно почти 860 тысяч игр.

ВОПРОС: *С чего начался ваш переход в онлайн и насколько удачно он проходил?*

ОТВЕТ: В начале 2020 года мы ни о каком онлайн-е еще особенно и не задумывались. Все резко изменилось в марте, когда все наши объекты в Москве в одночасье закрылись из-за санитарных ограничений. Выручка упала до нуля, а большая часть расходов сохранилась. Вот тут-то мы и задумались о новых направлениях. Онлайн-формат оказался очень вост-



Снижение прибыли в 2020 году было приличным. Зато динамика роста продаж оказалась сопоставима с успешным стартом. Приблизительно через полгода после начала пандемии мы вышли на уровень 2019 года и смогли удержать его до боя курантов!



единяющее таланты со всей страны, свыше 300 человек. В дни проведения фестиваля зрителями шоу, концертов и деловой программы стали около 700 человек. А онлайн-трансляции мероприятия собрали около 19 миллионов просмотров!



Мы совместили онлайн-формат мероприятий со студийным, тем самым обеспечивая комплексный подход в подготовке ивентов. Мы тщательно прорабатываем каждую деталь – от разработки концепции события до внедрения в него элементов виртуальной реальности.



По итогам 2021 года мы ожидаем выручку от онлайн-сегмента на уровне 100 млн рублей (20-25% валовой выручки «Клаустрофобии»). Мероприятия в онлайн-режиме, включая квесты, посетят около 50 тысяч человек.

ребованным. Офлайн-сценарии мы адаптировали для удаленного участия, усилили игровую составляющую.

ВОПРОС: *Какими техническими средствами вы располагаете?*

ОТВЕТ: Мы используем практически все. Разумеется, это Zoom. Его функционала достаточно для любого корпоративного онлайн-мероприятия: от обучающей игры до



иммерсивного спектакля. Также работаем с OBS – бесплатной программой для записи видео и потокового вещания. Miro – виртуальная доска для совместной работы, используем ее в обучающих играх. На этапе прототипирования игр незаменимы Google Таблицы. Это универсальная среда разработки, на которой можно за три дня написать полноценную сложную коммуникационную игру. Еще одна программа – Discord, позволяющая создать аудиоканал для общения в любое время. Google Формы – как основа для квизов. Для образовательных конференций используем MyOwnConference. А часть игр проводим на собственной платформе Аватар 2.0 – это соединение конференц-связи и игрового движка.

ВОПРОС: *Можно ли разработать техническое сопровождение под заказ, для нужд конкретного клиента?*

ОТВЕТ: Конечно, мы разрабатываем продукты под запросы заказчиков. Бывает, что у корпоративного клиента какая-то специфическая задача, например, нужны обучающие игры для сотрудников с сопутствующими презентациями. Так, в



ОЛЕГ КРЮЧКОВ, основатель и генеральный директор компании EventPlatform
deep.eventplatform.ru

ВОПРОС: *Какие услуги предлагала ваша компания до пандемии?*

ОТВЕТ: Мы придумали и первыми стали проводить квесты на iPad'ax, а впоследствии превратились в технологический бутик для ивент-индустрии: мы разрабатывали мобильные приложения, порталы для мотивации и развития персонала, системы геймификации.

ВОПРОС: *Какие корпоративные онлайн-ивенты вы проводите сейчас?*



данный момент для одной крупной девелоперской компании мы делаем обучающую игру для более эффективного прохождения испытательного срока и изучения инструкций, правил и регламентов компании при устройстве людей на работу.

ВОПРОС: *Пожалуйста, расскажите о самом запоминавшемся онлайн-мероприятии, которое вы проводили.*

ОТВЕТ: Однажды мы готовили корпоратив для московского представительства Tik Tok. Он проходил в формате онлайн-фестиваля с множеством активностей (мастер-классы, дегустации). А для финала нас попросили разработать удивительную штуку – интерактивный онлайн-спектакль про изобличение лжи. Другой пример – осенью 2020 года на день рождения Mail.ru мы организовали онлайн-фестиваль с различными играми, которые сотрудники посещали в течение всего дня. А 25 января 2021 года в Татьянин день специально для портала Mos.ru наша команда провела серию шестичасовых онлайн-аватар-квестов для студентов.



Я горжусь нашими разработчиками – в марте 2020 года мы за три недели перенесли платформу в онлайн. Мы успели первыми и захватили большую долю тогда еще только зарождающегося рынка. В цифрах – это почти двукратный рост по сравнению с 2019 годом, и мы надеемся, что это только начало.

ОТВЕТ: Мы создали новую платформу для онлайн-мероприятий, включающую в себя как деловую, так и игровую составляющую: на ней проходят и научные конгрессы, и корпоративные праздники, и открытые форумы на десятки тысяч участников, и узкоспециализированные воркшопы.

ВОПРОС: *Какими техническими средствами вы располагаете?*

ОТВЕТ: Мы всегда за интегрированность. Поэтому – единая платформа DEEP Platform. Она обладает всеми функциями для проведения различных онлайн-мероприятий, и даже если заказчику нужно что-то особенное, мы сделаем это на заказ. Поэтому наши услуги могут продаваться и как узкоспециализированные решения, и как подписка на год и дольше, и как индивидуальные разработки.



Каждый год EventPlatform дарит клиентам и партнерам мягкие игрушки – символы наступающего года. Многие собрали уже почти полную коллекцию.

ВОПРОС: Ваши прогнозы по развитию корпоративных онлайн-мероприятий в России в ближайшее время.

ОТВЕТ: Онлайн – это навсегда. Даже после того, как офлайн-индустрия восстановится, в ней будет использоваться



При всем многообразии возможностей онлайн, конечно же, не хватает энергетики, «живых флюидов», ощущения присутствия. Но есть и плюсы. В первую очередь, это охват: медицинская конференция, на которую съезжалось около трех тысяч человек, в 2020 году в онлайн-формате собрала втрое больше участников. Второе – высокая эффективность, ведь мы почти не тратим время на логистику и профайлинг аудитории. И наконец, еще одна сильная сторона онлайн – это контроль и аналитика. «Цифровой след» участников – это крайне полезный материал для маркетологов и HR-служб.

все полезное, что было разработано в «эпоху карантина». Станет больше гибридных мероприятий, и мы к этому готовы: даже квесты будем делать в формате, когда часть команды ищет разгадки где-то в незнакомом городе, а товарищи помогают им из штаба в режиме онлайн.



СЕРГЕЙ ЛАРИН, креативный директор агентства EventMania
www.pchela.tv

ВОПРОС: Чем занималась ваша компания до пандемии, и какие услуги вы предлагаете сейчас?

ОТВЕТ: До марта 2020 года мы занимались организацией корпоративных мероприятий, а также частных торжеств. Сейчас мы проводим онлайн-квизы, мастер-классы, дни рождения компаний.

ВОПРОС: Какими техническими средствами вы располагаете?

ОТВЕТ: Мы работаем с DeepPlatform, предлагая свои варианты для активностей. Квизы пишем по ТЗ заказчика. Интерактивы и прочие элементы для удержания внимания разрабатываем сами, а также используем элементы геймификации DeepPlatform.



За технической начинкой и фишками онлайн-мероприятия мы часто забываем о том, для чего мы его делаем. А делаем мы его для того, чтобы сотрудники компании, находясь на удаленке, не чувствовали свою отчужденность. Мы объединяем людей несмотря на огромные расстояния и дарим им радость общения и узнавания. Улыбки, аплодисменты и возгласы радости участников – это самое главное.

ВОПРОС: С какими трудностями вы столкнулись при переходе из традиционного офлайн-формата в онлайн?

ОТВЕТ: Бывает трудно донести до клиента, что онлайн-корпоратив тоже стоит денег и у него есть свои довольно затратные позиции. Заказчик думает, что если у него есть переговорная с веб-камерой, то вопрос с техническим обеспечением решен. Также не все понимают, зачем нужен режиссер на онлайн-мероприятии.



ЕКАТЕРИНА ОШЕРОВИЧ, генеральный директор режиссерского центра «На высоте», проект PROevent.online
www.navysotespb.ru

ВОПРОС: Какие услуги предлагала ваша компания до пандемии?

ОТВЕТ: Мы создавали офлайн-корпоративные события для среднего и крупного бизнеса, уделяя особое внимание ивент-менеджменту и режиссуре. В марте 2020 года мы вынужденно нырнули с головой в новую реальность и начали проводить онлайн-мероприятия для сотрудников своих компаний и коллег-ивенторов.

ВОПРОС: Какие корпоративные онлайн-ивенты вы проводите сейчас?

ОТВЕТ: Юбилеи компаний, профессиональные и новогодние праздники, церемонии награждения. Кроме того, востребованы такие форматы, как корпоративное кино, радио и фестивали, клиентские мероприятия, квизы, квесты.

ВОПРОС: Какими техническими средствами вы располагаете?

ОТВЕТ: У нас есть студия web-дизайна, группа технических и IT-специалистов, радиостудия. Мы используем решения, проверенные на собственных внутренних мероприятиях. Ведь надо самим детально разобраться в технических вопросах, чтобы потом заказчики имели простые ответы на вопросы, связанные с технически сложным и новым для большинства из них ивент-продуктом.

ВОПРОС: Ваши прогнозы по развитию корпоративных онлайн-мероприятий в России в ближайшее время.

ОТВЕТ: Некоторые ивенты уже не вернутся в офлайн-формат, потому что проводить их экономически целесообразнее онлайн. IT-решения будут совершенствоваться, интерактивность и качество контента – улучшаться. Ведь технологии идут вперед, учитывая требования времени и заказчиков.



Клиентская база за последние девять месяцев выросла в два раза.



Большинство наших проектов проходит на сайтах, это аналог физической площадки мероприятия. Но, в отличие от нее, сайт начинает работу гораздо раньше запланированного ивента. Сайты бывают разной степени сложности: где-то достаточно только одного окна трансляции, где-то надо подключить чат, мессенджер, развлечения типа викторин, конкурсов, выставок, онлайн-игр и т.д.





ЕКАТЕРИНА ПАСТУШЕНКО, соучредитель ивент-команды «СВОИ ЛЮДИ»
www.sv-ludi.ru

ВОПРОС: *Какие услуги предлагала ваша компания до пандемии?*

ОТВЕТ: Мы специализировались на тимбилдингах, диджитал-квестах, мотивационных программах. Именно это направление продолжили развивать во время пандемии, чтобы поддержать коллективы разных компаний в стрессовой ситуации, повысить их лояльность, создать комфортную рабочую среду и научить людей взаимодействовать на удаленке.

ВОПРОС: *Какие корпоративные онлайн-ивенты вы проводите сейчас?*

ОТВЕТ: Командообразование, детективные онлайн-квесты, квиэзы (тоже на собственной платформе для квиэзов), единственную в своем роде программу PROTOTYPE (микс политики, стратегии, торговли, ведения переговоров и многого другого), адвент-календари, различные посттренинговые программы для закрепления полученных знаний и навыков.

ВОПРОС: *Какими техническими средствами для проведения онлайн-мероприятий вы располагаете?*

ОТВЕТ: У нас есть приложение для диджитал-квестов, которое реализовано на Android и iOS. Также имеется браузерная платформа для онлайн-квестов и тимбилдингов, в том числе онлайн-вечеринок (на ней мы прекрасно отработали весь период новогодних корпоративов). Третье – платформа для квиэзов: полностью автоматизированная система сверки ответов, подсчета баллов и т.д. Четвертое решение – платформа для нашей уникальной игры PROTOTYPE. И наконец, платформа для онлайн-адвент-календарей, которые тоже прекрасно показали себя в новогодний период и продолжают быть в топе. Например, очень популярны адвент-календари в честь 23 февраля и 8 марта. Итого пять самостоятельных технических решений под любые задачи заказчика!

ВОПРОС: *С какими трудностями вы столкнулись при переходе из традиционного офлайн-формата в онлайн?*

ОТВЕТ: Не все клиенты за время карантина приняли тот факт, что динамика (про которую я говорила выше) у онлайн-ивента совсем другая. Например, «живой» тимбилдинг может идти три часа и этого достаточно для достижения целей HR. А в онлайн-ивенте три часа – это лишь «притирка» и знакомство. Поэтому мы сразу предлагали программы от нескольких



Плюсы онлайн-формата в том, что сейчас это единственный способ максимально обезопасить своих сотрудников, сохранив контакт с ними. Также это дает возможность привлечь к событиям гораздо большее количество участников и знакомить их между собой. Например, далеко не все сотрудники ездят на всевозможные конференции и видятся с коллегами из других городов, а онлайн объединил и познакомил воочию многих. Минус же заключается в том, что офлайн-мероприятия все-таки более эмоциональны, у них совсем иная динамика. Речь не только про тимбилдинги, но и про нетворкинг. И этого всем очень не хватает.



дней до недель, когда сотрудники выделяли час-полтора в день на командообразующую игру. И тогда это имело свои плоды. В онлайн-ивенте важна не только эмоциональная составляющая, но и систематичность и пролонгация.

ВОПРОС: *Ваши прогнозы по развитию корпоративных онлайн-мероприятий в России в ближайшее время.*

ОТВЕТ: Онлайн-ивент никуда не уйдет из нашей жизни, надо просто это принять и адаптироваться к новым реалиям рынка. Кроме того, будет много гибридных мероприятий. Я считаю, что в этом очень много преимуществ. Ведь таким образом мы можем расширять рамки сотрудничества с другими странами, делиться опытом, приглашать интересных иностранных спикеров, участвовать в зарубежных конференциях.



АНТОН ИМЕНИН, ИРИНА ИВАНОВА, event-эксперты компании INTEL AGENCY
www.intel-agency.ru

ВОПРОС: *Чем занималась ваша компания до пандемии, и какие услуги вы предлагаете сейчас?*

ОТВЕТ: Раньше мы занимались организацией классических офлайн-мероприятий для корпоративного сектора: внутренних – для сотрудников и внешних – для партнеров, клиентов, конечных покупателей и т.д. Сейчас мы проводим все виды развлекательных онлайн-активностей: квесты, квиэзы, адвент-календари, марафоны, мастер-классы, ролевые сюжетные игры. А также классические конференции с выступлениями докладчиков, спикеров, трансляцией презентаций на экран и пр.; деловые игры; диагностические сессии для выявления проблемных мест в компании и дальнейшие мероприятия по их устранению.

ВОПРОС: *Какими техническими средствами вы располагаете?*

ОТВЕТ: Мы постоянно мониторим рынок и предлагаем заказчикам инструменты, максимально отвечающие их потребностям. Также у нас появилась партнерская команда разработчиков, которая может создать нужную форму под любой нестандартный запрос.



ВОПРОС: *С какими трудностями вы столкнулись при переходе из традиционного офлайн-формата в онлайн?*

ОТВЕТ: Многие заказчики думают, что, если мероприятие проводится онлайн, то и стоит оно должно недорого. Это большое заблуждение. Онлайн-ивенты живут уже по законам телешоу, поэтому речь не идет об операторе с дешевой камерой, бесплатной платформе а-ля Zoom и веб-камере ноутбука. Современный диджитал-ивент – это огромная техническая команда, оборудование и посекундно прописанный сценарий. Вторая проблема – незнание заказчиком рынка онлайн-услуг и его возможностей.

ВОПРОС: *Ваши прогнозы по развитию корпоративных онлайн-мероприятий в России в ближайшее время.*

ОТВЕТ: Пандемия дала отличный стимул ивент-индустрии, заставив придумывать новое, актуальное, востребованное в новых условиях, выкручиваться и адаптироваться. Конечно, спрос на онлайн будет падать в связи со снятием эпидемиологических ограничений. Но он точно останется в инструментарии. Вырастет спрос на гибридные мероприятия, которые позволят при примерно тех же бюджетах сильно увеличить охват. Кроме того, для удаленных команд и поколения Z такой формат будет очень актуален – сейчас и всегда. ✨GR



ОБЪЕДИНЕННЫЕ ВЫСТАВКИ PSI, PROMOTEX EXPO И VISCOM 2021 ПРОЙДУТ ОНЛАЙН

Три международных отраслевые выставки – PSI (рекламно-сувенирная продукция), PromoTex Expo (промотекстиль) и Viscom (визуальные коммуникации) – в этом году состоятся в онлайн-формате с 19 по 21 мая под единым названием PSI Digital. Кроме того, специальное однодневное мероприятие Digital Friday («Цифровая пятница») будет проходить каждую вторую пятницу месяца с июня по декабрь 2021. Следующая офлайн-выставка PSI планируется в январе 2022 года в Выставочном центре Дюссельдорфа (Германия).

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ – НОВЫЙ ФОРМАТ

«Мы знаем, как важно объединить промоиндустрию для столь необходимого профессионального диалога и налаживания связей, пострадавших за время пандемии. Однако разнообразные ограничения и задержки в программах вакцинации не обеспечивают необходимый уровень безопасности для проведения офлайн-мероприятия в мае», – пояснил Бенедикт Биндер-Кригльштейн (Benedikt Binder-Kriegelstein), генеральный директор компании-организатора Reed Exhibitions Deutschland GmbH.

Тем временем Messe Düsseldorf также объявила, что ведущая международная выставка стекольной промышленности Glasstec, ранее запланированная на середину июня 2021 года, откладывается из-за продолжающейся пандемии Covid-19.

PSI DIGITAL

Посетители со всего мира будут иметь доступ к различным цифровым сервисам выставки: дистанционным закупкам, презентациям продукции экспонентов и первоклассной бизнес-программе, включающей обзоры актуальных трендов и инноваций отрасли, интервью с экспертами в прямом эфире, семинары и панельные дискуссии, транслируемые на PSI TV.

Посещение платформы PSI Digital будет бесплатным для всех гостей мероприятия. После входа в систему пользователи сайта получают доступ к цифровому контенту, бизнес-программе, услугам и предложениям, включая голосование за лучшую компанию через онлайн-путеводитель **PSI Product Finder**.



ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ

PSI Digital: 19-21 мая 2021 года

Digital Friday: 11 июня, 9 июля, 13 августа, 10 сентября, 8 октября, 12 ноября, 10 декабря 2021 года

PSI 2022: 11-13 января 2022 года



«Это даст всем посетителям наилучшие возможности для знакомства с потенциальными поставщиками, дистрибьюторами и клиентами. Предоставляя нашей отрасли онлайн-площадку для обмена идеями, установления бизнес-контактов и самообразования, мы поддерживаем профессиональное сообщество в эти трудные времена», – комментирует директор PSI Петра Лассан (Petra Lassahn).

Билеты на PSI Digital доступны на сайте www.psi-messe.com.

PSI 2022

Следующая «физическая» выставка PSI планируется с 11 по 13 января 2022 года в Выставочном центре Дюссельдорфа и ознаменует традиционный старт наступающего делового года. 

Фото: PSI Messe

www.psi-messe.com www.promotex-expo.com www.viscom-messe.com

IPSA **PSI**
Russia

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ ПРОМОИНДУСТРИИ

7-9 СЕНТЯБРЯ 2021

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР», МОСКВА

**ЭФФЕКТИВНЫЙ
МАРКЕТИНГ
ДЛЯ ВАШЕГО
БРЕНДА**

- Рекламно-сувенирная и промодукция
- Офисные аксессуары, канцелярия
- Деловые сувениры, эко-подарки
- Персонализация и нанесение
- Промотекстиль
- Полиграфия и печатная продукция
- Оформление точек продаж
- PSI Christmas: Новогодние подарки и оформление

**+ Конференция
IPSA Brand & Business***



WWW.IPSA.RU

ОРГАНИЗАТОР:

 **Reed Exhibitions®**

ПРОМОТЕКСТИЛЬ: ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2021

Весна – отличное время для обновления гардероба и создания ярких и легких образов. Конечно, это касается и рекламно-сувенирной отрасли. Но как не ошибиться в выборе актуальных моделей одежды и разнообразии цветов? Разобраться в этом нам помогли эксперты компании STAN, лидера российского рынка промотекстиля. Они подготовили для читателей GIFT Review обзор модных тенденций весенне-летнего сезона 2021.

ЦВЕТА И ОБРАЗЫ

Немного фактов. Институт цвета Pantone объявил главными цветами 2021 года Illuminating – яркий жизнерадостный желтый и Ultimate Gray – безупречный серый. Означает ли это, что большинство заказов на текстиль будет приходиться с запросом именно этих оттенков? На первый взгляд – да, но давайте обратимся к статистике продаж STAN за последний год. Топ-6 популярных цветов: белый, черный, красный, оранжевый, темно-синий и синий. Поэтому, опираясь на опыт, в этом сезоне можно ожидать рост количества заказов в оранжевых тонах и других летних сочных оттенках. Кроме того, всегда в моде беспроигрышная черно-белая цветовая гамма.

Необходимо учитывать и тот факт, что в основе всегда будут лежать фирменные цвета компании. При выборе текстиля для корпоративных мероприятий или в качестве униформы сотрудников мы предлагаем рассмотреть сочетания цветов, обозначенных в бренд-буке, и оттенков, подходящих по «арифметике цвета».

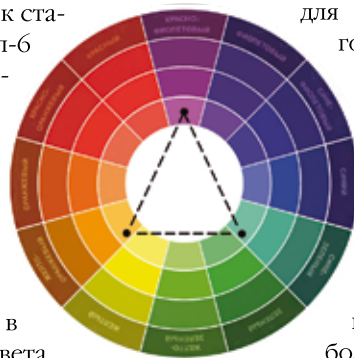
Рассмотрим коллекцию, основанную на желтом цвете. Поскольку чрезмерное использование этого спектра в одежде может привести к перевозбуждению, его необходимо гармонично сочетать с более умиротворяющими тонами. Так, микс желтого и фиолетового, несмотря на его яркость, гармоничен и приятен глазу. А желтый и зеленый

цвета в тандеме создают, пожалуй, один из самых светлых и запоминающихся комплектов, получается легкий привлекательный образ. В моде также комбинации теплых и холодных оттенков – например, желтого и серого.

Для многих компаний актуален вопрос униформы для сотрудников. Что мы представляем, когда говорим о ней? Наверняка у многих в голове появится образ «футболка + бейсболка», одинаковые поло на всех сотрудниках или что-то подобное. Но на самом деле для подобных заказов сейчас все чаще составляется единый образ из нескольких видов продукции. Например, для работников склада идеальным комплектом будет жилет, толстовка и брюки, а для специалистов торгового зала – футболка, бейсболка и толстовка на молнии, дополненная поясной сумкой. Можно сказать, что компании стали разрабатывать собственные линейки одежды, чтобы выделяться на рынке и повышать лояльность к бренду.

ФАКТУРЫ И СОЧЕТАНИЯ

Особенности разных типов тканей не всегда позволяют добиться схожего цвета изделий, и появляется так называемый «разнотон». Поэтому мы предлагаем комбинации нескольких цветов и фактур, опираясь на существующие правила сочетания цветов, которые нужно знать, чтобы комплекты смотрелись органично. В этом



вопросе отличным помощником является цветовой круг Иттена – доступный и известный не только стилистам. На нем комплементарные цвета расположены друг напротив друга: например, красный – зеленый, желтый – фиолетовый, оранжевый – синий и т.д. Если взять одно из таких сочетаний, можно создать яркий, грамотно подобранный и запоминающийся образ. Часто контрастные оттенки используются в спортивной тематике, они смотрятся очень выигрышно, передавая дух соревнования и противоборства.

Аналогично можно комбинировать два или три цвета, расположенных рядом на цветовом круге. Все просто: выбираем понравившийся оттенок и добавляем к нему цвета либо справа, либо слева, либо по одному с каждой стороны. В итоге мы получаем простое, но интересное решение. Например, синий, сине-зеленый и сине-фиолетовый. Большой плюс в том, что ошибиться с таким подходом практически невозможно: круг подскажет, какие цвета будут гармонировать между собой по всем канонам и правилам.



ФАСОНЫ И МОДЕЛИ

Тренд на оверсайз на пике популярности уже не первый сезон и удерживает свои позиции и в 2021 году. Все больше компаний предпочитают свободный силуэт и крой унисекс.

Также можно отметить моду на минимализм, которая отразилась на предпочтениях даже самых крупных компаний. При разработке коллекций к мероприятию или подарков для сотрудников корпорации отдают предпочтение тонким линиям, легким и простым принтам.

Если же говорить о конкретных моделях, то популярностью пользуются модели поло, которые обрели «второе дыхание» благодаря крупным домам моды, включившим нестареющую классику в свои показы. Мы любим поло за удобство и функциональность, но в этом году такие футболки чаще выступают не в привычном качестве классики спортивного стиля, а в роли остроактуальных вещей.

ВРЕМЯ ТЕПЛА: ЛУЧШИЕ ПОДАРКИ К ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЕМУ СЕЗОНУ

Редакция GIFT Review подготовила традиционный обзор интересных идей бизнес-сувениров для солнечного времени года. В нашей подборке вас ждут яркие краски, натуральные материалы, мотивы флоры и фауны и, конечно, только полезные и стильные вещи.



РЮКЗАК IC COLORS

Удобный аксессуар с яркими акцентами идеально подойдет тем, кто привык выделяться и быть непредсказуемым. Изделие выполнено из легкой влагоустойчивой ткани с кожаными деталями – вставками на кнопках, которые могут меняться и быть цветом вашего настроения. Состоит из двух отделений. Широкие лямки помогут комфортно распределить вес содержимого.

РПК «Пи-Ай-Ви»
8 (495) 225-99-53
www.p-i-v.ru

ПОДСТАВКА ДЛЯ УКРАШЕНИЙ АКРОБАТИСК

Функциональный аксессуар для удобного хранения украшений и декоративный элемент интерьера. Прочную поверхность из стали с покрытием легко содержать в чистоте. Материал пригоден для переработки.

IKEA
www.ikea.com/ru



АВТОНОМНЫЙ ПАУЗРБАНК POWER BANK DINAMO

Power Bank Dinamo от бренда SUNEVER на солнечной батарее с динамо-зарядкой – не просто портативная розетка в вашей сумке. Это устройство, с которым можно легко идти в многодневные экстремальные походы вдали от людей и цивилизации, отправляться в плавание или уединиться на рыбалке. И не бояться при этом остаться с разряженным телефоном. Ведь зарядить этот пауэрбанк можно и без электричества!

ООО «ГК Эврикейс»
8 (968) 617-08-57
www.every-case.ru



ЗОНТ BLUNT™

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

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



АВТОРСКИЕ КРУЖКИ ОТ DISHWISHES

Кружка ручной работы – это не только практичная вещь, но и настоящее произведение искусства. Каждая – совершенно особенная и неповторимая. В магазине DishWishes представлены кружки от разных российских мастеров. Выполненные в различных техниках, изделия сочетают в себе авторский стиль и высокое качество.

Интернет-магазин DishWishes
8 (800) 700-16-79
www.dishwishes.ru



ПОДАРОЧНЫЙ НАБОР PEONY BLOSSOM

Блокнот и шариковая ручка – обязательные атрибуты деловой девушки, а кружка и чайная ложечка – призыв сделать кофе-брейк во время насыщенного трудового дня. Роскошная цветовая гамма, шик и утонченность, помноженные на стильное оформление и упаковку, создают уникальный подарок для солнечного настроения.

Giftorio Presentti
8 (938) 104-06-00
www.giftoriopresentti.ru

АВТОРСКОЕ СТЕКЛО РУЧНОЙ РАБОТЫ

Оригинальная хендмейд-посуда удивительных форм от чешского бренда Jakobsen Design™ станет настоящей жемчужиной вашего стола – будь то домашняя вечеринка или банкет в дорогом ресторане.

Jakobsen Design™
www.jakobsendesign.com



ПОДАРКИ ИЗ ДЕРЕВА

Корпоративные сувениры из дерева с брендированием (лазерная гравировка). Подарочные боксы, коробки из фанеры, сервировочные и разделочные доски, столики для вина украсят ваш дом и создадут летнее настроение.

Pro Store Life
www.instagram.com/prostore_life



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ НАБОР «МЕДОВЫЙ»

В составе: керамическая пиала с ложечкой, созданные руками слепоглухих людей, лесной мед с орешками, свеча из натуральной вошины ручной работы, монастырский чай на основе иван-чая с добавлением целебных трав, банка натурального фермерского варенья из Пучково. Набор упакован в деревянный ящик.

«Дом слепоглухих в Пучково»
8 (499) 271-71-13
www.domsg.ru





ЭКОЛОГИЧНЫЙ ДЕКОР ДЛЯ ПРАЗДНИКОВ И МЕРОПРИЯТИЙ

Декор ручной работы из натуральных материалов: бумаги, древесины, стекла, бамбука и живых цветов. Отлично подойдет для оформления любых мероприятий.

Simple Paper
8 (929) 957-84-11
www.spevent.ru

ВАЗА ПО ТЕХНОЛОГИИ FREEFORMING

Изделие произведено по авторской инновационной технологии горячей экструзии прозрачного пластика и формирования из него объемных объектов. Технология не имеет аналогов на рынке, каждая единица товара уникальна.

«ДляГорода»
8 (495) 103-47-32
www.dlyagoroda.ru



ВАЗА BOTTLE SILHOUETTE OT BALVI

Декоративная ваза в форме бутылки изготовлена из металла, а внутри находится стеклянная колба для размещения цветов. Рекомендовано использовать растения с длинным стеблем для создания привлекательной композиции. Идеальный подарок для любителей цветов и декора.

Papi
8 (495) 374-02-04
www.papilttd.ru



СБОРНАЯ 3D-МОДЕЛЬ МАЯКА

Набор для сборки объемной модели маяка мыса Анива (о. Сахалин), дерево, 42 см. В коробке есть все необходимое, получателю не придется искать какие-либо инструменты или детали. Владелец остается только самое интересное: собрать, покрасить и получить удовольствие от создания собственного маяка!

Creative Market
8 (495) 108-11-62
www.creative-market.world



МЕДИТАТИВНАЯ ЖИВОПИСЬ MAKE AIR ART

Удивительные тактильные картины художницы Ксении Елисеевой помогут сделать интерьер неповторимым, остаться наедине с чувствами, окунуться в атмосферу безмятежности и расслабления. Шероховатость песка уступает место глянцевой гладкости воды – эти картины можно и нужно трогать.

MAKE AIR ART
8 (904) 631-09-99, 8 (904) 631-19-55
www.make-air.art



КОНТЕЙНЕРЫ ДЛЯ ЕДЫ ОТ CHILLY'S BOTTLES

Контейнеры Food Pot объемом 500 мл сохраняют температуру холодных блюд до 24 часов и горячих – до 12. Высококачественная нержавеющая сталь не содержит бисфенола, сохраняет вкус и полезные свойства пищи, а также обеспечивает защиту от механических повреждений. Контейнеры представлены в четырех цветах: синий, розовый, бледно-розовый, мятный.

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



БУТЫЛКА ОТ ROYALDESIGN

Бутылка из боросиликатного стекла с герметичной бамбуковой крышкой и гладким силиконовым чехлом. Подходит для путешествий, тренажерного зала или пеших прогулок. Объем 560 мл.

«Нью-Тон»
+375 (33) 607-00-00
www.present.new-ton.org

ПОРТАТИВНАЯ КОФЕМАШИНА

Для приготовления ароматного кофе совсем не обязательно носить за собой огромную профессиональную рожковую кофейную станцию. С этой задачей прекрасно справится карманная кофемашина Wacaco Nanopresso Limited Edition. Засыпав молотый кофе, добавив воды и несколько раз нажав всего одну клавишу, вы менее чем за минуту получите бодрящий напиток. Высота гаджета составляет всего 156 миллиметров. Кофемашину легко уместить в рюкзак или походную сумку. Модель поставляется с жестким стильным чехлом для переноски.

ООО «МЭДРОБОТС СТОР»
8 (499) 322-34-68
www.madrobots.ru



ЛАНЧ-БОКС BENTODISC™ ОТ CARL OSCAR®

Ланч-бокс диаметром 18 см имеет пять вращающихся отделений, а диск с едой можно легко извлечь и положить на стол или одеяло для пикника. Прекрасный вариант для прогулок с детьми, экскурсий, поездок, путешествий.

Papi
8 (495) 374-02-04
www.papilttd.ru



ТЕРМОСЫ ОТ CHILLY'S BOTTLES

Коллекция термосов Sea Life от британского бренда – бутылки с графическими изображениями морских обитателей – пополнилась четырьмя моделями: Orca (косатка), New Turtle (новая черепаха), Seahorse (морской конек) и Clown Fish (рыба-клоун).

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

КОЛЛЕКЦИИ ДОМАШНЕГО ДЕКОРА ВЕСНА-ЛЕТО 2021: ВПУСТИТЕ СОЛНЦЕ В ДОМ!

С приходом первых теплых дней многим из нас хочется обновить интерьер, чтобы усилить атмосферу отпускной легкости и ярких впечатлений. Помочь в этом коллегам и бизнес-партнерам совсем не сложно, ведь предметы для украшения дома и создания уюта становятся все более популярными и в сфере корпоративных подарков. Что выбрать, чтобы презент был модным, красивым и полезным? Об этом редакции GIFT Review подробно рассказала Юлия Вавилина, декоратор жилых интерьеров и мебельных магазинов.

ЦВЕТ

Начнем с цветотерапии. Иногда достаточно добавить немного красок, чтобы преобразить интерьер и напомнить себе, что скоро лето. Дизайнеры предлагают традиционную для теплого сезона палитру. Много желтого – от лимона до янтаря, голубых тонов – от нежного василька до заворачивающего кобальта. Вместе с этими оттенками штрихами идут терракота, красный апельсин, брусника, коралл и изумруд.

Незаменимо в создании летнего настроения цветное стекло. Вазы, подсвечники и бокалы, пронзенные солнечными лучами, будто зажигаются изнутри и рассыпаются игривыми бликами по поверхностям мебели и стен.



ПРИНТЫ

Округлые формы в дизайне мебели и декора популярны не первый сезон, что логично отразилось и на графических принтах. Сегодня они построены на отсутствии прямых углов и плавности линий и обладают яркими, но не кричащими цветами. Такие принты можно найти и на стенах современных интерьеров, и в дизайне текстиля для спальни, и в отделке домашней керамики.

Интересно, что многие бренды, кроме декора для дома, предлагают в рамках весенне-летней коллекции и разноцветные сумки. Они не только практичны для похода в продуктовый магазин, но и гармонично вписываются в интерьер кухни, где обычно хранятся.





ПОЛОСКИ

Для тех, кто остался верен прямым линиям, весенне-летний сезон приготовил полоску в двух вариантах: сочетание белой с яркой или разбивку градиента на сегменты. В первом случае делайте выбор в пользу лимонных и небесно-голубых цветов, они выглядят игриво и создают пляжную, средиземноморскую атмосферу.

Особенно живо выглядят в полосатом дизайне стеклянные вазы. Перекликаясь или контрастируя с палитрой букета, они создают с ним цельную декоративную композицию. А занавески для ванной и постельное белье в полоску – быстрый способ наполнить интерьер летом и хороший повод для радости по утрам.



МИКС

Умение миксовать и создавать тем самым новую гармонию – одна из важных черт современных реалий и, соответственно, интерьера. Поколение миллениалов, наигравшись в бескомпромиссность вырвавшейся на свободу молодости, собрав впечатления от путешествий, в том числе по всемирной паутине, возвращается «домой». И вот уже категоричность минимализма в интерьере сменяется сочетанием современного дизайна с текстилем в стиле granny chic («бабушкин шик»), посудой а-ля cottagescore («сельская жизнь»), винтажными люстрами, кисточками и бахромой бохо, берберскими коврами и этническими статуэтками. Страсть к домашнему садоводству, проснувшаяся вслед за трендом на озеленение, также логично вписывается в контекст этих изменений. Устав от бешеного ритма больших городов, мы приходим в дом, где есть место нашему детству, семейным традициям, модным трендам и уверенному взгляду в будущее.



После сложного 2020 года мы ждем весну как шанс на обновление, а лето как признание торжества жизни, яркой и свободной. Давайте сделаем шаг навстречу переменам – создадим дома то настроение, с которым хочется начинать каждый день. И пусть нам снова будет солнечно – несмотря ни на что!

Юлия Вавилина



ПОДАРКИ OUTDOOR* – ТРЕНДЫ И РЕШЕНИЯ

На страницах этого выпуска мы подробно рассказали о трендах в домашнем декоре и вариантах корпоративных подарков для дома и быта. Но не стоит забывать, что впереди лето, когда мы проводим много времени на природе, радуясь долгожданному солнцу и теплу. Это пора выездных тимбилдингов и корпоративов, отпусков, путешествий, поездок на дачу и пикников с друзьями. И конечно, все мы хотим, чтобы и за пределами квартир нас окружали стильные и полезные вещи. Как не ошибиться с выбором? Редакция GIFT Review подготовила обзор новинок и интересных подарочных решений в сегменте outdoor.

ЭКОЛОГИЧНЫЙ ДЕКОР

Безусловные тренды последних лет – экологичность и осознанное потребление. И сегмент outdoor не стал исключением – в моде декор ручной работы из натуральных материалов: бумаги, древесины, стекла, бамбука и живых цветов. Хороший пример яркого оформления летних мероприятий с бережным отношением к природе – бумажные цветы и ленты для фотозон, объемные буквы и композиции из дерева.



Фото: Simple Paper
www.spevent.ru

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ПОДАРКИ

Важная деталь любого пространства, придающая ему уют и индивидуальность, – декоративный текстиль. Так как сувениры из ткани легко забрендировать, это прекрасный вариант корпоративного подарка для лета, чтобы клиенты и сотрудники с благодарностью вспоминали вашу компанию не только в офисе, но и на отдыхе. Приведем несколько примеров.

Складной матрас для отдыха из водонепроницаемой ткани. Этот универсальный презент может использоваться как дополнительное место на пикнике, место для отдыха на траве, брусчатке, шезлонге. Он легкий, не займет много места в багажнике автомобиля. Подходит для персонализации.

Подушка для сидения. Делается из водонепроницаемой ткани. Можно выбрать корпоративные цвета или забрендировать. Ее удобно хранить. Такой сувенир



Фото: Kanessa
www.kanessa.ru



Оксана Мастакова, директор швейного производства Kanessa: «С приходом пандемии важной частью нашей жизни стали частные дома и прилегающие территории, поэтому все стараются создать максимальный комфорт на своем участке. А значит, подарок для улицы будет полезен и востребован».

* Англ.: вне помещения, на открытом воздухе. – Здесь и далее прим. ред.



Юлия Пастушок, медиа-менеджер датского бренда товаров для дома JYSK: «Люди стремятся к понятию «просто и полезно»: мебель и предметы интерьера должны соответствовать этим принципам. Топ-5 трендов текущего сезона: функциональность, натуральные материалы, природные цвета, игра со светом, ахроматический дизайн – total black и total white».

ДИЗАЙНЕРСКИЕ УЛИЧНЫЕ ОЧАГИ

В весенне-летний период эта продукция особенно востребована, ведь она не только согревает и радует, но и становится изюминкой любого пространства – от дачи до фешенебельного курортного комплекса или открытой террасы ресторана. Для специалистов рекламно-сувенирного рынка это уникальная возможность показать свой бренд по-новому, придав ему твердость металла, изящество тонкого узора и тепло живого огня.



Фото: Firecup
www.firecup.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ АРТ-ОБЪЕКТЫ

Разнообразные предметы декора, детали интерьера, световые и объемные фигуры, выполненные в технологии FreeForming, точно привлекут внимание и соберут множество восторженных комментариев и фото в соцсетях. Авторский метод горячей экструзии прозрачного пластика придает изделиям особую структуру, «застывшую текучесть».



Фото: «ДляГорода»
www.dlyagoroda.ru

** Англ.: только черный и только белый.

СУВЕНИРЫ, ВОДОХНОВЛЕННЫЕ ПУТЕШЕСТВИЯМИ

Пандемия и закрытие границ заставили многих из нас тосковать по романтике путешествий и дальних стран. Но выход есть! И без долгих перелетов можно ощутить дуновение морского бриза, атмосферу загадочного Востока или жаркой Африки.

Пример атмосферного подарка для уличного декора – буквы LOVE, изготовленные из древесины настоящих индонезийских лодок, которые годами бороздили морскую гладь. Материал – массив дерева (тик, махагони, суар), покрытие – шеллак. Сувенир подходит для использования на террасах и пространствах с повышенной влажностью.



Если вам нужно придать интерьеру загородного участка мягкости и ярких красок, на помощь придут подушки из традиционного восточного ковра килим. Каждый ковер сделан вручную и существует в единственном экземпляре. А благодаря тому, что килимы двусторонние, они необыкновенно износостойкие. Самому старинному ковра такого типа около двух тысяч лет, он был найден во время раскопок на территории России и хранится в Эрмитаже.

Соскучились по морю? Не беда! Украсьте ваш интерьер оригинальной морской композицией. Она создана из плавника – дерева, которое плавало в Черном море (а может, и не только в нем?) и было выброшено на берег. Теперь это дерево будто превратилось в маленький самостоятельный остров, на котором есть даже собственный воздушный шар!



Фото: Creative Market www.creative-market.world

ТОПИАРИ

Топиарное искусство – это фигурная стрижка растений и кустарников, одна из самых сложных областей ландшафтного дизайна. Благодаря специальной обрезке из кустарника получается удивительная скульптура – топиари. Но есть и отличная альтернатива живым растениям – каркасные скульптуры из искусственных материалов. Выглядят они абсолютно реалистично, и при их изготовлении настоящей флоре не причиняется никакого вреда, что, кстати, вписывается в актуальный экотренд. Топиарные фигуры прекрасно смотрятся как в частных домовладениях, так и на территории отелей, ресторанов, кафе, домов отдыха, парков, торговых центров. Кроме того, такие объекты подходят для использования в сегменте b2b в качестве нового вида рекламы. Фотографии топиари, размещенные в социальных сетях, создадут информационный повод, и поток клиентов сгенерируется именно в том месте, где находятся скульптуры. Наконец, это оригинальный подарок, который удивит даже самого статусного получателя. 



Фото: Фабрика декора «Бачо» www.art-bacho.com

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



Главная выставка года для вашего бизнеса

— 14-16
Сентябрь September
2021 —



Россия / Москва МВЦ Крокус Экспо

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

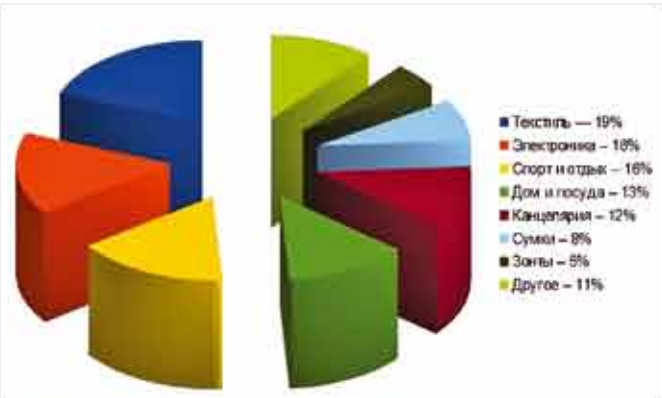
ЧТО ДАРИЛИ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2021?

Отгремели всенародно любимые праздники 23 февраля и 8 марта, а с ними и вручение подарков клиентам, коллегам и партнерам. Крупные игроки российской промoиндустрии рассказали редакции GIFT Review, какие именно бизнес-сувениры пользовались особым спросом весной этого года.



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

Бестселлерами этого сезона стали одежда, электроника, товары для спорта и отдыха, вместе они обеспечили более половины продаж. В топ-10 по конкретным моделям вошли внешние аккумуляторы, футболки, рубашки поло, термокружки, стерилизаторы для смартфонов. Из относительных новинок именно стерилизаторы являются безусловным хитом, а догоняют их увлажнители воздуха. Также значительно поднялись продажи вязаных изделий (+43%), зонтов (+29%), посуды и товаров для кухни (+26%), домашнего текстиля (+25%). Снизилась продажа канцелярских принадлежностей (-27%). Все это неудивительно: офисные товары сейчас менее востребованы в связи с удаленкой, а товары для дома, наоборот, актуальны как никогда.



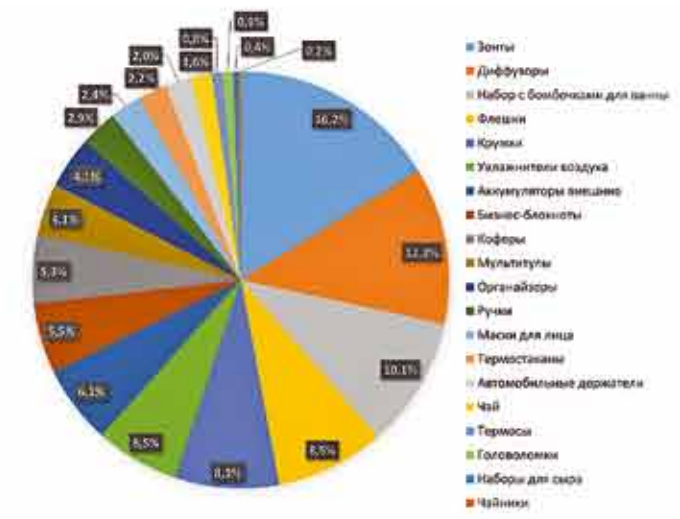
АНТОН ВЕРТ, владелец компаний Vertcomm и Merchcomm
www.vertcomm.ru
www.merchcomm.ru

В этом году компании активнее выделяют бюджеты на подарки. В процентном соотношении около 30% заказов мы получили к 23 февраля, около 70% – к 8 марта. По позициям для девушек лидировали бомбочки для ванн, аромасвечи, пледы, коврики для йоги, фитнес-резинки. Для мужчин – камни для виски, бокалы, инструменты, колонки, бутылки с таблетницами, носки, шашлычные наборы, упакованные в тубусы.



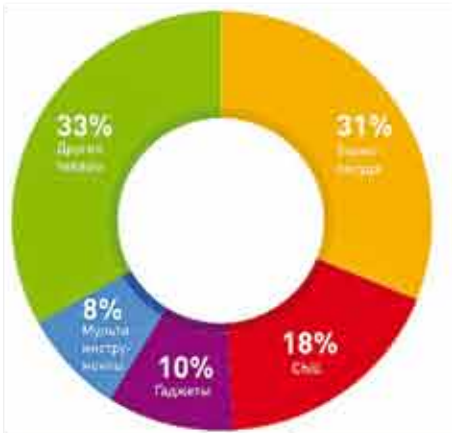
ОЛЬГА ЖУКОВА, генеральный директор «Первой Сувенирной Компании»
www.1souvenir.ru

В 2021 году компании продолжают делать акцент на теплоту отношений, подчеркивают сложившийся доверительный стиль взаимодействия между бизнесом и сотрудниками, выбирая для этого душевные подарки с творческой составляющей. Хороший пример – наш набор «Италия online» в оригинальной упаковке от креативной студии PSDS, который стал хитом продаж и на 23 февраля, и на 8 марта. Для мужчин в этом году были популярны консервативные подарки из натуральной кожи, термосы известных брендов и, конечно, оригинальные кофры. Женщинам вручали наборы с ароматическими бомбочками для ванн, увлажнителями воздуха и книгами. Удерживали свои позиции и зонты – традиционно популярный петербургский подарок.



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

Грани между мужскими и женскими подарками стали стираться. На смену классическим «гендерным» сувенирам пришли универсальные, практичные и многофункциональные товары. Более 30% продаж составляла термopосуда (термостаканы, термосы и наборы с ними). Отдельное место в сердцах клиентов и строчках продаж занимала продукция бренда Chili, главной фишкой которой является зеркальная гравировка, придающая изящности и дорогого лоска. Более 10% продаж пришлось на зарядные устройства и многофункциональные гаджеты. И наконец, отдельное место в рейтинге подарков к 23 февраля занимали мультиинструменты. Кстати, такой презент может быть полезен не только мужчинам.



В СТИЛЕ СИНГАПУРА: СУВЕНИРНЫЕ ИДЕИ ИЗ ДАЛЕКОГО «ГОРОДА ЛЬВА»

GIFT Review старается регулярно радовать читателей обзорами новинок промоиндустрии из разных стран мира. К сожалению, в последний год это стало особенно сложно в связи с закрытием границ из-за пандемии. Но мы нашли выход! Наш специальный корреспондент Дарья Балаян подготовила обзор интересных подарочных решений с другого края земли – из Сингапура, который не уступает Гонконгу и другим зарубежным трендсеттерам отрасли.

Один из самых загруженных когда-то воздушных хабов Юго-Восточной Азии вот уже почти год закрыт для туристов. В феврале 2021-го Сингапур оставался в локдауне даже для коротких деловых поездок. Но, как гласят свежие вывески на заведениях и магазинах, Business as usual (англ.: дела идут своим чередом. – Прим. ред.). Поводы дарить подарки и заказывать деловые сувениры никто не отменял. А их в Синга-

пуре очень много, ведь мультикультурная страна официально отмечает и католические, и малайские, и индуистские, и китайские праздники. Такое же разнообразие наблюдается и на сувенирно-подарочном рынке: от алого ассортимента из Поднебесной до буддийских символов, от малайских орнаментов до более понятных нам западных презентов.

СИНГАПУРСКИЙ ЮМОР

В 2020 году Сингапур отметил 55-летие независимости, и от сувенирной продукции относительного юного государства веет юным же задором. Местные жители любят вещицы с налетом самоиронии: шутят над обилием штрафов в стране, смесью английского с китайским и малайским (синглиш), над привычкой носить шлепанцы круглый год.



ГОРОДСКИЕ СИМВОЛЫ

Полиграфия с мотивами сингапурского экономического чуда изобилует форматами. Это могут быть и серии комиксов, и комплекты открыток, и книги для любого возраста о том, как сингапурцы построили на месте бедного рыбацкого захолустья остров мечты. Один из символов страны – орхидея особого сорта, которая как будто специально создана для того, чтобы украшать сувенирку. С фиолетовым цветком даже косметические средства выглядят нарядным подарком. К государственной символике в стране особое отношение – гражданам не разрешается демонстрировать национальный флаг. Но подарки с месяцем и звездами на красном фоне, к счастью, представлены в изобилии. И конечно, тут гордятся своими социальными достижениями – идеально отлаженным транспортом и массовой жилой застройкой.



ПЕРАНАКАНСКИЕ ПРИНТЫ

Потомки китайских переселенцев подарили Сингапuru цветочные принты в перанаканском стиле. В этой традиционно яркой живописной манере выпускают современный текстиль, кухонную утварь и, конечно, защитные маски, которые в эпоху пандемии строго обязательны для ношения. Неудивительно, что теперь это один из главных рекламных носителей, в том числе для патриотических символов и традиционных мотивов, корпоративных цветов и даже школьных логотипов.



АЗИАТСКИЙ МЕРЧ

Сингапурцы способны внести свежие веяния в самые простые сувенирные решения. Пример – вендинговые аппараты с DIY-футболками в подземном переходе. Или – подарки, совершенно не привычные для европейца, но безумно востребованные у местных: консервированные моллюски в качестве новогодних презентов или формованные тыквы с иероглифами-пожеланиями.



СО ВСЕГО СВЕТА

В прежнем, «доковидном» мире, направляясь куда-либо через Сингапур, путешественник мог привезти сувенир практически из любой части света. И до сих пор здесь повсюду в изобилии продаются европейские безделушки, американская канцелярка, арабская узорная керамика, китайский декор, индийские статуэтки, австралийские деревянные интерьерные вещицы.



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).

Реклама

Реклама

23-25 МАРТА
14-16 СЕНТЯБРЯ 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





Новинка!

Яркий рюкзак от бренда **IMGGG Collection** из коллекции товаров IC COLORS. С рюкзаком IC COLORS ты не останешься незамеченным! Рюкзак IC Colors идеально подойдет тем, кто привык выделяться и быть непредсказуемым.

Рюкзак сделан из легкой влагоустойчивой ткани с кожаными деталями-вставками на кнопках, которые могут меняться и быть **цветом** Вашего настроения.

+7 (495) 225-995-3

г. Москва, Электролитный проезд, 3