GIFT REVIEW
ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ
№ 46/2022
www.gift-review.ru

18+

ИМПОРТ
Импорт 2022: прямой, параллельный... Какой?

ЛИКБЕЗ
«Что наша жизнь? Игра!»: всё о корпоративных настолках

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
Дарите подарки, делайте добро

ВЫСТАВКИ
«Сувенирная точка» от А до Я





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

Реклама



Реклама
merlion
www.merlion.ru
+7 495 981 84 84



Реклама
merlion
www.merlion.ru
+7 495 981 84 84

Электрический штопор Xiaomi (Mi) Circle Joy – стильный и полностью автоматический девайс, который станет прекрасным корпоративным подарком. Выполнен в премиальном дизайне в черном цвете с позолоченной кнопкой управления в виде головы котика.

Гравитационная электрическая мельница для специй Xiaomi (Mi) Circle Joy – незаменимый аксессуар для любой кухни. Достаточно выставить на корпусе желаемую степень помола и перевернуть мельницу, после чего прибор начнет работу и загорится синяя LED-подсветка.

AVALONICA – один из лидеров по дистрибуции портативной техники, электроники, умных гаджетов и аксессуаров. Компания импортирует продукцию экосистемы XIAOMI (MI) напрямую от производителей и обеспечивает лучшие цены на оптовом российском рынке. Все товары оригинальные, поставляются в официальной русской версии, имеют гарантию, все необходимые декларации и сертификаты соответствия.

www.avalonica.ru

Реклама

CIRCLE JOY

www.avalonica.ru

Реклама

СОДЕРЖАНИЕ

7 АКТУАЛЬНО

8 БРЕНДЫ
MERLION: ВДОХНОВЛЯТЬСЯ И ВДОХНОВЛЯТЬ

12 БРЕНДЫ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ДРАГОЦЕННЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ НЕГО И ДЛЯ НЕЕ

15 ПОДАРОЧНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ
KIRWOOD: СДЕЛАНО В РОССИИ, СДЕЛАНО С ДУШОЙ

16 ИМПОРТ
ИМПОРТ 2022: ПРЯМОЙ, ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ... КАКОЙ?

25 БРЕНДЫ
AVALONICA: «УМНЫЕ» ПОДАРКИ ДЛЯ ДОМА, КУХНИ, ПРАЗДНИКА

26 ПРОМТЕКСТИЛЬ
ЗАПУСК СОБСТВЕННОГО ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА STAN

28 БРЕНДЫ
IMAGE COLLECTION: «МЫ СТАЛИ ДОСТУПНЕЕ!»

30 АРТ-ПОДАРКИ
KUNJUT: МЕРЧ КАК ИСКУССТВО

32 ЛИКБЕЗ
«ЧТО НАША ЖИЗНЬ? ИГРА!»: ВСЁ О КОРПОРАТИВНЫХ НАСТОЛКАХ

42 ПОДАРКИ-ВПЕЧАТЛЕНИЯ
CUVA: ГДЕ ОТДЫХАТЬ НА 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА

45 ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
DICHSHOP.RU – ТАКОГО ВЫ ЕЩЕ НЕ ПРОБОВАЛИ

46 ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
«ВИОШОКО»: ШОКОЛАД БЕЗ ГРАНИЦ

48 ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
ПРИБЛИЖАЙТЕ ВЕСНУ С ШОКОЛАДНЫМИ ПОДАРКАМИ «КОНФАЭЛЬ»!

50 ЦИФРОВЫЕ ПОДАРКИ
ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ ОТ MYQRCARDS

52 ПОДАРОЧНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ
MURAL: ДАРИТЕ ОТКРЫТКИ, ДАРИТЕ ЭМОЦИИ!

54 АКТУАЛЬНО
МУЖСКОЕ/ЖЕНСКОЕ: ЧТО МОГУТ ТИПОГРАФИИ?

56 ДЕКОР
НЕСЛУЧАЙНЫЕ ВЕЩИ: ПОДАРОК ДОМУ И СЕБЕ

59 СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
ДАРИТЕ ПОДАРКИ, ДЕЛАЙТЕ ДОБРО

62 ВЫСТАВКИ
«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА» ОТ А ДО Я

66 ТЕНДЕРЫ
ПОТОРГУЕМСЯ? СУВЕНИРНЫЕ ТЕНДЕРЫ 2022 ГОДА

Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW:

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

Журнал GIFT REVIEW
№ 46/2022
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Анна Михайлова
Отдел рекламы: Екатерина Соколова, Анна Михайлова
Дизайн и верстка: Марина Еськина

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

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

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

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









MERLION: ВДОХНОВЛЯТЬСЯ И ВДОХНОВЛЯТЬ

Компания MERLION на примере новых или уже ставших легендарными коллекций известных мировых брендов рассказывает, как мир вокруг может вдохновлять на создание чего-то удивительного. Каждый предмет из этой подборки по-своему уникален и достоин стать эффектным подарком для партнеров по бизнесу или близких людей.

Искусство в новом формате

Parker представляет модели пишущих инструментов, вдохновленные обширным ледяным ландшафтом Арктики, бескрайними водами глубоких морей и безграничной вселенной, которая нас окружает. Коллекция IM отдает дань уважения тем, кто выходит за пределы своих возможностей, чтобы исследовать неизвестное. Пишущие инструменты представлены в виде ручки-роллера, перьевой и шариковой ручек. Для использования с чернильными картриджами QUINK или для заправки во флаконы с чернилами наконечник изготовлен из прочной нержавеющей стали и имеет форму, обеспечивающую надежность и индивидуальность письма. На корпусе ручек выгравированы тактильные рисунки, напоминающие сюжеты Арктики, исследования морей и космоса.



Шариковая ручка Carandache Office 849 Klein Blue – уникальный продукт коллаборации легендарного швейцарского бренда **Caran d'Ache,** производителя пишущих инструментов премиум-класса, и знаменитого художника Ива Кляйна (Yves Klein). Корпус ручки выполнен в цвете ультрамарин с гравировкой автографа художника. Carandache Office 849 Klein Blue станет изумительным подарком не только для любителей пишущих инструментов непревзойденного швейцарского качества, но и для ценителей искусства, художников, дизайнеров и просто творческих натур.



Один из старейших мировых канцелярских брендов **Pelikan** (Германия) создал необычный тандем: ручку Classic 200 Golden Beryl, которая идеально сочетается с мерцающими золотистыми чернилами Edelstein® Golden Beryl. Слегка прозрачный материал позволяет заглянуть внутрь резервуара для чернил. Если ручка заполнена чернилами Golden Beryl, можно увидеть завораживающий поток золотых мерцающих частиц, меняющийся при перемещении ручки. Все элементы декора этой серии позолочены. Перо перьевой ручки с дифференциально-поршневым механизмом выполнено из полированной нержавеющей стали, а шариковая ручка оснащена нажимным механизмом для удобства использования.



Аутентичность и смелый стиль аксессуаров



Линейка Black Square от итальянского бренда **Piquadro** разработана специально для ценителей уникальных аксессуаров, изготовленных опытными мастерами вручную из высококачественных материалов. В этой коллекции элегантность натуральной тосканской телячьей кожи гармонично сочетается с инновационными технологиями. Отличительные особенности линейки: естественная шероховатая текстура кожи – результат ручного процесса дубления, позволяющего сохранить утонченность и роскошь этого натурального материала, черная отделка, черная стильная металлическая фурнитура. Коллекция представлена в базовых цветах: классическом черном, глубоком синем, шоколадном коричневом и табачном. Каждое изделие сочетает в себе оригинальность и элегантность итальянского стиля с практичностью и надежностью, необходимыми для бизнеса, путешествий и интенсивного темпа современной жизни.

Перочинный нож **Victorinox** Classic Precious Alox – это компактный многофункциональный инструмент легендарного швейцарского бренда. Утонченная коллекция обладает индивидуальным стилем и особенной харизмой: она предназначена для людей, задающих тренды, для больших мечтателей, которые требуют безупречного качества во всем. Пять практичных функций делают этот мультитул не только привлекательным, но и полезным спутником на каждый день. Серия Alox Limited Edition включает в себя модели Classic, Pioneer X и Hunter Pro и представлена в смелой цветовой гамме tiger orange («тигровый оранжевый»), символизирующей мощь, энергию и азарт.







Легендарный итальянский бренд **Moleskine** представляет две знаковые коллекции, созданные в коллаборации с другими известными брендами. Ограниченная серия записных книжек и недатированного еженедельника Moleskine LE SMILEY выпущена к 50-летнему юбилею компании Smiley. На протяжении всех этих лет компания продвигала один из самых узнаваемых символов в мире – смайлик, проповедуя позитивный взгляд на мир с призывом «Найди время, чтобы улыбнуться». А сейчас Moleskine выпустил очень стильную, заряжающую хорошим настроением коллекцию SMILEY с вышитым смайликом на обложке.

Коллекция записных книжек Moleskine K-way создана совместно со знаменитым французским брендом верхней одежды K-way, который стал известен как «марка водонепроницаемых курток». В 1965 году компания представила нейлоновую ветровку, которая не только защищала от дождя, но и была невероятно компактной: она складывалась в карман и превращалась в сумку. Идея состояла в том, чтобы избавить людей от тяжелой водонепроницаемой одежды и зонтиков. Синие и красные модели этих курток с широкими рукавами стали настоящим хитом и остаются популярными и по сей день. Серия записных книжек в тканевых обложках воплощает классическое качество и функциональность в совокупности со свежим неброским чувством стиля K-way. Застежки-резинки перекликаются с фирменными застежками-молниями одежды бренда, а три внутренние удобные ленты-закладки выполнены в этих же цветах. Форзацы ненавязчиво персонализированы логотипом K-Way на уведомлении In case of loss («В случае утери») и на раскладном кармашке сзади.



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

«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ДРАГОЦЕННЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ НЕГО И ДЛЯ НЕЕ

Мы уже писали о легендарном предприятии с более чем 100-летней историей – Императорском ювелирном доме «Русские Самоцветы». Завод был основан в 1912 году по указу Николая II и по сей день располагается в своем историческом здании на пл. Карла Фаберже, д. 8, всего в пяти километрах от Невского проспекта. Компания изготавливает корпоративные и индивидуальные ювелирные изделия, обеспечивая полный цикл производства – от создания эскиза до воплощения в благородных материалах. Сегодня мы расскажем о драгоценных подарках от «Русских Самоцветов» специально к весенним праздникам.

ДЛЯ НЕГО

БОКАЛЫ И СТОПКИ

Одна из «визитных карточек» ювелирного дома – знаменитые стопки-перевертыши, которые появились в России благодаря Петру I. Такую стопку можно поставить на стол, только полностью осушив и перевернув. По традиции изделия украшают объемные фигурки зверя, птицы или рыбы, выполненные из серебра методом скульптурной пластики. Эти стопки станут оригинальным подарком для любителей охоты и рыбалки. А для заядлых шахматистов «Русские Самоцветы» подготовили серебряный набор стопок-перевертышей «Гамбит», выполненный по мотивам шахматных фигур. Края изделий детализированы при помощи золочения.







ПОДСТАКАННИКИ

На подстаканнике изображен классический сюжет охоты на кабана – благодаря технике чернения по серебру очертания животных и листва дуба становятся максимально детализированными и объемными. Такой подстаканник – прекрасный подарок для охотников, туристов, солидных бизнес-партнеров, руководителей.

«Русские Самоцветы» работают по двум основным направлениям: складская программа и изделия по индивидуальному проекту с определенной минимальной суммой заказа. Для VIP-получателей (топ-менеджеров, собственников компаний, ключевых партнеров) ювелирный дом предлагает премиальные подарки: фирменные значки и медали, предметы интерьера, столовое серебро, подставки, статуэтки, изделия с государственной символикой, логотипом, монограммой или гравировкой.

ИЗДЕЛИЯ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ И ГИЛЬОШИРОВАННОЙ ЭМАЛЬЮ

Для государственных служащих достойным подарком станут предметы интерьера, посуда и аксессуары из особой линейки изделий, декорированных гербовой символикой Российской Федерации. Гильошированная эмаль – одна из самых эффектных ювелирных техник, которая стала известна благодаря Карлу Фаберже. «Русские Самоцветы» возродили эту технологию: полупрозрачное покрытие на узоре металла создает эффект объема и глубокие переливы оттенков. Изделия с двуглавым золотым орлом или красочным эмалевым триколором не только представляют интерес с художественной точки зрения, но и деликатно подчеркивают статус своего владельца.

Линейки Императорского ювелирного дома «Русские Самоцветы»:

- ювелирные украшения,
- столовое серебро,
- эмалево-филигранная посуда,
- яйца-шкатулки и яйца-подвески в традициях великого Карла Фаберже,
- стопки-перевертыши,
- эксклюзивные изделия,
- корпоративная продукция,
- камнерезная пластика,
- культовые изделия.







БЛЕСНЫ «ЗОЛОТО 585» В ТЕХНИКЕ ЮВЕЛИРНОГО ЛИТЬЯ

Сегодня в продаже имеются блесны самых разных размеров, форм и расцветок, но изготовленных из чистого золота найти практически невозможно. Только «Русские Самоцветы» предлагают эксклюзивные золотые блесны ручной работы в подарочной упаковке. Технология обеспечивает долговечность покрытия и потрясающий уровень качества. Изделие можно заказать и по индивидуальному эскизу – например, в золоте с бриллиантами. Такая блесна станет талисманом для удачной рыбалки и по-настоящему оригинальным презентом, который украсит рабочий стол или домашний интерьер.



ТЕМАТИЧЕСКИЕ АКСЕССУАРЫ

Неизменным спросом в качестве бизнес-подарков пользуются серебряные и золотые значки, зажимы для галстуков, запонки, монеты. Эти оригинальные и изящные изделия станут отличным сувениром для человека, увлеченного своим хобби, будь то футбол, автомобили, авиация или что-то иное.













ДЛЯ НЕЕ

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ

Очаровательных дам удивят и обрадуют драгоценные украшения, каждое из которых – настоящий шедевр, в котором органично переплетаются оригинальность идей художников и непревзойденное мастерство ювелиров. При их создании мастера «Русских Самоцветов» применяют редкие технологии и материалы, которые доступны лишь лучшим ювелирам мира. Также специалисты завода разрабатывают тематические коллекции, изделия из которых станут прекрасным корпоративным подарком: например, украшения для сотрудниц нефтегазовой отрасли – подвески, кольца и серьги с нефтью.







Преимущества корпоративных заказов в «Русских Самоцветах»:

- гарантия качества производителя,
- тиражи: от единичных экземпляров до больших партий,
- широкая ассортиментная и ценовая линейки,
- разработка новой продукции с нуля или выпуск изделий по эскизам заказчика,
- подарочная упаковка с нанесением символики заказчика для всех типов изделий.

ЭМАЛЕВО-ФИЛИГРАННЫЕ ИЗДЕЛИЯ

В 50-х годах XX века «Русские Самоцветы» возродили старинную технику изготовления эмалево-филигранных изделий. Оттенки завораживают плавными переливами, а ажурные узоры выполнены мастерами исключительно вручную, каждый предмет уникален. Эмалево-филигранные шкатулки и предметы сервировки стола для чайной церемонии – необычный и ценный подарок для любой женщины.







ИЗДЕЛИЯ В ТРАДИЦИЯХ ФАБЕРЖЕ

Ювелирный дом «Русские Самоцветы» является правопреемником традиций знаменитого Карла Фаберже, сохраняя и развивая старинные технологии изготовления драгоценных шедевров. Сегодня мастера завода создают легендарные пасхальные яйца, выполненные по канонам великого мастера, уникальную эмалево-филигранную посуду, расписанную традиционными русскими узорами. Эти изделия – поистине царские сувениры для дам, ценящих прекрасное.





Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы»
Санкт-Петербург, пл. Карла Фаберже, 8
+7 (960) 283-84-64 +7 (812) 528-05-71 AYakovlev@russam.ru www.russam.ru

KIRWOOD: СДЕЛАНО В РОССИИ, СДЕЛАНО С ДУШОЙ

Выбрать оригинальный и полезный подарок на 23 Февраля – непростая задача. Мы советуем обратить внимание на сегмент штучных изделий ручной работы от локальных российских производителей. Так вы точно получите эксклюзивную вещь, в которую вложены душа и мастерство. Сегодня о своем проекте нам рассказал Кирилл Телятьев, изготавливающий ручки из дерева под брендом KIRWOOD.

Меня зовут Кирилл Телятьев, более шести лет я занимаюсь изготовлением пишущих аксессуаров из ценных и редких пород дерева. В своей небольшой авторской мастерской я создаю различные ручки – от простых шариковых до сложных перьевых. Большая часть изделий – это корпоративные подарки и бизнес-сувениры. Ведь ручка – полезный и востребованный деловой аксессуар, который не теряет популярности уже много десятков лет. Вручив премиальную ручку, вы сможете порадовать солидного партнера или VIP-клиента, подчеркнуть статус вашей компании, повысить лояльность к бренду.



Моя любовь к дереву началась в подростковом возрасте: я мастерил кораблики, машинки и другие поделки. С древесиной приятно иметь дело на всех этапах – от грубой заготовки до финишной обработки изделия. Глаз радуется, когда из пыльного бруска получается красивая вещь.

Сегодня моя мастерская развивается в двух направлениях: ручки с заводской фурнитурой и авторские ручки, которые изготавливаются полностью вручную и существуют в единственном экземпляре.

Я работаю с красным деревом, дубом, венге, амарантом, грецким орехом, палисандром и другими породами дерева. Каждая из них – со своим характером. Например, венге – один из самых хрупких и «капризных» материалов, а с грецким орехом сложились особые отношения – у меня на него аллергия, но работе это не мешает.

Каждая ручка поставляется в уникальной упаковке. На протяжении всех лет работы я модернизировал свои шкатулки и кейсы, в итоге получилась фирменная упаковка, которую с легкостью можно адаптировать под фирменный стиль компании-заказчика.

Кстати, приятный бонус для корпоративных клиентов: при заказе от 10 ручек любой сложности брендирование вы получите в подарок.

Я всегда в поиске новых идей и вдохновения, изучаю материалы, технологии, интересные модели ручек. Продвигаю свой проект в соцсетях, посещаю различные профильные выставки. Большую поддержку мне как российскому предпринимателю оказывает Агентство регионального развития, центр услуг «Мой бизнес».

Материал подготовлен при информационной поддержке Агентства регионального развития, центра услуг «Мой бизнес».





KIRWOOD
+7 (962) 662-81-85 kirill@kirwood.su www.kirwood.su

ИМПОРТ 2022: ПРЯМОЙ, ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ... КАКОЙ?

Сложная экономическая ситуация 2022 года сказалась на работе всех компаний промоиндустрии. Особенно она затронула тех, чья деятельность тесно связана с импортом. Мы побеседовали с крупными игроками рекламно-подарочного рынка и выяснили, какие изменения произошли в цепочках поставок зарубежных товаров, как обстоят дела с логистикой, спросом, ценами и что на практике означает солидное слово «импортозамещение».



МАКСИМ МАКАРОВ, руководитель международных проектов отдела товарного маркетинга компании «Проект 111»

www.gifts.ru

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

В конце 2021 года мы планировали приумножить число ввозимых товаров. Но в итоге, учитывая актуальную ситуацию на рынке, решили объемы не увеличивать. В 2022 году мы стали осторожнее подходить к закупкам, отдавая приоритет проверенным хитам продаж. Количество любопытных новинок с неочевидными перспективами было сведено к минимуму. Кроме того, возникли сложности с поставками: многие партнеры попали в «идеальный шторм» – старые цепочки поставок перестали работать, а новые еще не успели сформироваться.

ДЕНЕЖНЫЕ РАСЧЕТЫ

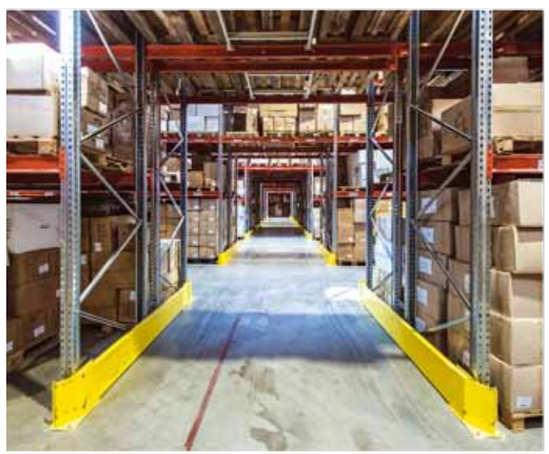
Расчеты осуществляются, как и раньше, с помощью межбанковских платежей. Однако значительно возросли сроки и стоимость самих операций. Из-за большого количества санкций все переводы часто проходят длительную ручную проверку. Скорость этой обработки зависит как от банков-корреспондентов, так и от валюты перевода и страны получателя. Наибольшие сложности мы наблюдаем в расчетах с европейскими поставщиками: ряд компаний отказывается работать с Россией и опасается рисков, другие готовы, но не могут получать платежи. Но, несмотря на это, методом проб и ошибок мы стараемся находить оптимальные решения.





ЛОГИСТИКА

Нам пришлось перестраивать привычные маршруты, когда крупнейшие морские перевозчики отказались отправлять грузы по российскому направлению. Раньше значительная часть контейнеров из Азии шла в Санкт-Петербург с перегрузкой в морских портах на Балтике. Сейчас приходится налаживать судоходные маршруты напрямую из Китая, минуя европейские порты. Прорабатывается вариант морских перевозок через Дальний Восток. К сожалению, есть сложности с последующей транспортировкой, так как пропускная способность железных дорог сейчас ограничена. К вопросу о стоимости: авиаперевозка грузов по-прежнему остается самым дорогостоящим вариантом и имеет тенденцию к подорожанию. Цены на другие виды доставки остаются более стабильными, а в некоторых случаях даже снижаются, что, честно говоря, выглядит несколько парадоксально, учитывая большие очереди на всех сухопутных маршрутах.
Непростая ситуация складывается и с перевозкой опасных грузов. К ним относятся, например, литиевые аккумуляторы. Стоимость транспортировки значительно выросла, а количество компаний, готовых их везти, снизилось в разы.
Наши логисты активно изучают и прорабатывают новые варианты. К примеру, обсуждаются автомобильные перевозки из Азии и основательный переход на железнодорожный транспорт.









ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Некоторые европейские поставщики и бренды отказались от работы с Россией по личным или техническим причинам. Большинство же продолжили сотрудничество. Теперь они вместе с нами ищут способы, как преодолеть сложности с платежами и логистикой. Например, кто-то уже готов принимать платежи в других валютах. В то же время практически все азиатские поставщики продолжили работать без изменений.

ЦЕНЫ

В начале этого года на цены сильно повлияли резкие валютные колебания и прерывания цепочек поставок. Все подорожало, и возможность закупать товар резко сократилась. Но уже летом курсы валют снизились, и мы смогли скорректировать цены. Ситуация с поставками стала налаживаться. К сожалению, отдельные категории товаров все еще остаются в дефиците по ряду причин.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Мы всегда закупали заметную часть продукции у российских поставщиков, имеющих конкурентоспособные цены, сроки, качество и сервис. Однако производство большей части отечественных товаров легкой промышленности зависит от наличия зарубежного сырья. Российские производители действовали совершенно по-разному в условиях усложненного импорта расходных материалов: кто-то резко и сильно повышал цены, другие занимали выжидательную позицию и ничего не меняли. В целом, при текущих валютных курсах мы наблюдаем снижение конкурентоспособности товаров российского производства (если сравнивать с ситуацией на момент окончания 2021 года).

СПРОС

Спрос на мерч, подарки и промопродукцию сильно связан с общей экономической ситуацией. Маркетинговые активности многих компаний снижаются в условиях неопределенности. Заказчики ставят на паузу проекты и наблюдают за ситуацией. Как только обстоятельства стабилизируются – возвращаются к отложенным маркетинговым программам. Такую картину мы наблюдаем на протяжении многих кризисов. К сожалению, в этом году на продажах серьезно сказывается уход иностранных рекламодателей. Они составляли существенную долю заказчиков промоиндустрии. И сейчас процесс замещения и диверсификации их заказов все еще не завершен.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

Прежде всего, импорт будет зависеть от двух факторов – спроса и продаж. Мы будем готовиться к любому сценарию развития и стараться реагировать максимально оперативно на все внешние вызовы.





СТАС МАКАРОВ, бренд-директор ГК «Оазис»

www.oasiscatalog.com

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

Объем ввозимой нами зарубежной продукции увеличился по сравнению с 2021 годом, отражая существенный рост продаж, несмотря на все сложности. Мы также увеличиваем объем предложения, чтобы у клиентов было больше возможностей и инструментов для роста.

ДЕНЕЖНЫЕ РАСЧЕТЫ

Каких-то глобальных изменений в платежах не произошло. У нас есть возможность производить расчеты как с европейскими поставщиками, так и со всеми другими. По-прежнему есть задержки в переводах, но в целом они не мешают нашей работе.

ЛОГИСТИКА

Сроки поставок из Азии остались прежними, но при этом значительное количество точечных локдаунов в Китае увеличило сроки готовности товаров к отгрузке. Поставки из Европы осложняются ограничениями по допуску российского и белорусского транспорта в Европу и наоборот, из-за чего растут их сроки и стоимость. Тем не менее мы продолжаем не только поставлять товар от европейских поставщиков в рамках своей складской программы, но и импортировать продукцию под заказ по четкому графику с заданной периодичностью.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Более 90% наших иностранных поставщиков продолжают с нами сотрудничать. Кто-то брал паузу, но в итоге возвращался к совместной работе. Например, мы возобновили работу с Moleskine, чему рады обе стороны. Я бы даже сказал, что мы, наоборот, наращиваем работу с европейскими поставщиками – увеличиваем объемы поставок, расширяем ассортимент, добавляем новых игроков.

ЦЕНЫ

2022 год можно считать одним из самых «длинных» в истории компании – настолько много всего уже произошло. В частности, наши цены успели как вырасти, так и упасть, следуя за непредсказуемой экономической конъюнктурой.





ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Мы приветствуем увеличение количества поставщиков из России независимо от того, что происходит за границей, и даже целенаправленно работаем над этим. В этом году к нам присоединилось более десяти новых отечественных партнеров, а с действующими мы увеличиваем объемы поставок. Из категорий российских промотоваров, которые пересекаются с зарубежными, можно выделить сумки, пледы, посуду, одежду, часы, личные аксессуары.

СПРОС

Если судить по объему продаж на текущий момент, то совокупный спрос продолжает расти. Это, конечно, касается именно нашей компании, возможно, на рынке ситуация отличается. Другое дело, что довольно сложно прогнозировать состояние спроса на срок более одного-двух месяцев.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

Мы пока настраиваемся на позитив и поэтому согласованный годовой объем закупок у нас увеличен на двузначную величину в процентах. Особенный упор мы будем делать на усиление позиций в категории одежды, в том числе развивая успешное партнерство с испанским брендом Roly.



IPSA
38-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА БРЕНДИРОВАННЫХ СУВЕНИРОВ, ПОДАРКОВ И ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕКЛАМЫ
5-6 СЕНТЯБРЯ 2023
ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР», МОСКВА
ГЛАВНОЕ МЕСТО ДЕЛОВЫХ ВСТРЕЧ
МЕЖДУ ПОСТАВЩИКАМИ РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОЙ И ПРОМОПРОДУКЦИИ С РЕКЛАМНЫМИ АГЕНТСТВАМИ И КОМПАНИЯМИ-ЗАКАЗЧИКАМИ
Примите участие
0+
Организатор:
ExpoVision Rus
WWW.IPSA.RU
ООО «ЭВР» • РЕКЛАМА
Реклама



ОЛЬГА КОЛТУНЧИК, руководитель компании «Нью-Тон»

www.new-ton.org

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

Конечно, 2022 год внес свои коррективы в нашу работу. Например, мы потеряли возможность импортировать из Европы любую электронику, но в численном выражении это всего несколько процентов от общего объема нашего каталога. Зато мы значительно расширили линейку текстиля. Кроме того, мы сохранили привычный ассортимент качественной и недорогой промопродукции с большими складскими остатками, а также подарков и сувениров от известных европейских брендов с быстрой доставкой.

ЛОГИСТИКА

Нам пришлось отстроить систему логистики заново с учетом вступивших в силу пакетов санкций. Поставки у нас каждую неделю, задержек не случалось, все привозим в срок. Тарифы взлетели в первой половине года, но на данный момент удалось провести несколько раундов переговоров и вернуться к ценам, близким к уровню 2021 года.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Благодаря нашему давнему плодотворному сотрудничеству с европейскими компаниями, практически все сохранили с нами теплые деловые отношения. Лишь один поставщик выразил решительное несогласие продолжать совместную работу.



ЦЕНЫ

Цены у нас на сайте меняются в зависимости от обновления прайсов европейских поставщиков. В Европе наблюдается небольшой рост цен в связи с увеличением стоимости энергоносителей, логистики. Тем не менее мы всегда стараемся предлагать нашим заказчикам интересный ассортимент по приятным ценам даже в нынешней обстановке. И, конечно же, никто не отменял акции, которыми нас часто радуют поставщики.

СПРОС

В новых условиях спрос со стороны заказчиков не только не снизился, но даже вырос. Это стало возможным благодаря тому, что мы можем предложить подарки на любой бюджет и продолжаем регулярно радовать наших покупателей новинками.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

Никогда нельзя с точностью предсказать, что будет через месяц-два. Последние несколько лет – тому прямое подтверждение. Но мы верим в то, что и в 2023 году каждый наш покупатель сможет получить точно в срок именно те подарки, которые выбрал.







21–23 МАРТА 2023

Москва, ЭКСПОЦЕНТР

CHRISTMASBOX PODARKI

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
новогодней и праздничной
продукции

Организатор: ГК Майер
Тел.: +7 (495) 363-50-32/33. www.christmasbox.ru

Реклама



АЛЕКСАНДР БАЙБУЛОВ, CEO компании «ТОПКАТАЛОГ»

www.topcatalog.ru

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

Объем ввозимых товаров в натуральном выражении снизился на 25-30%. Это связано как с изменением покупательского спроса, так и с необходимыми и запланированными изменениями в товарной стратегии компании.

ДЕНЕЖНЫЕ РАСЧЕТЫ

Со всеми поставщиками перешли на расчеты в юанях. Разработку и внедрение в ассортимент европейских товаров прекратили.

ЛОГИСТИКА

Сроки поставок увеличились. Мы связываем это с новой волной ковида в Китае, «перекосами» в экспорте и импорте товаров и плохим планированием логистических компаний. Тарифы по сравнению с 2021 годом даже незначительно снизились, но рисков стало больше, что нивелирует положительный эффект от снижения.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Все иностранные партнеры продолжают с нами работать. К сложной экономической ситуации в России отнеслись с пониманием.

ЦЕНЫ

Цены значительно менялись в период сильной волатильности рубля. После включения государственного регулирования курса цены на импортные товары вернулись к значениям 2021 года, и больше сильных колебаний не наблюдалось.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

На данный момент мы не видим возможности заменить импортные гаджеты, пишущие принадлежности, термопосуду из металла, промотекстиль качественными российскими аналогами. Ведь к обычным сложностям организации производства добавились дефицит материалов и оборудования, откат инвестиционного климата в «ледниковый период» и отсутствие условий для инноваций. С одной стороны, открыто «окно возможностей», с другой – есть высокая вероятность, шагнув в него, потерять все. Возможно, ситуация будет меняться в 2023 году, но на сегодняшний день запускать в России долгосрочные проекты очень сложно.



СПРОС

Спрос на товары импортного производства остался на уровне 2021 года.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

Давать прогнозы в текущих реалиях не имеет смысла, так как макроэкономическая ситуация меняется совершенно непредсказуемо. Понятно только одно: рынок сувенирной продукции будет существовать, и спрос на качественные бизнес-подарки и мерч сохранится – возможно, с тенденцией к уменьшению среднего чека.







ЮЛИЯ ПАШМЕНТОВА, генеральный директор и сооснователь проекта Tkano

www.tkano.ru

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

В нашем случае объем ввозимых импортных товаров и тканей по сравнению с 2021 годом увеличился. Рост на начало ноября (за 10 месяцев 2022 года) составил почти 100%, если сопоставить с общим объемом 2021 года. Ожидаем, что за полный 2022 год эта отметка достигнет 120-130%.

Еще в апреле, после ухода с рынка основных западных конкурентов, мы приняли решение о расширении категорий и наращивании складских запасов для максимального покрытия освободившегося рынка.

ДЕНЕЖНЫЕ РАСЧЕТЫ

Наши основные поставщики сосредоточены на территории дружественных для России стран, поэтому искать посредников в других странах или открывать собственные счета вне территории России не было необходимости. Основная трудность, с которой мы столкнулись, заключалась в необходимости срочного открытия счетов в других банках, которые не попали под санкции. Важно было максимально оперативно выстроить все рабочие процессы в условиях новых требований.



Пока мы чаще всего платим в долларах США, но у нас уже были первые успешные платежи в рублях в Индию и Молдову. В будущем хотим двигаться в сторону взаиморасчетов в национальных валютах.

ЛОГИСТИКА

В этом году логистическая ситуация очень непредсказуема. Например, стоимость доставки из Китая в целом не сильно изменилась по сравнению с 2021 годом, а в пересчете на рубли, возможно, даже стала дешевле. Однако увеличились сроки доставки из-за нарастающего объема импорта. Основные ухудшения для нас связаны с наземными доставками из Турции и Молдовы. Сроки и стоимость здесь возросли почти в два раза. Также сильно изменилась ситуация с логистикой из Индии. Оптимальные морские пути сейчас недоступны, не все международные перевозчики хотят везти груз в Россию. Следовательно, мы имеем двукратный рост стоимости и увеличение сроков доставки с 35-45 дней до 60-70.



ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

Как и следовало ожидать, тотальный разрыв отношений последовал с поставщиками из стран Балтии, а также, как ни странно, из Хорватии. Зато со стороны партнеров из Турции, Индии, Молдовы, Китая, Пакистана и Беларуси мы ощущаем полную поддержку и понимание. Они вместе с нами ищут оптимальные решения в отношении платежей, отправки образцов и организации поставок.

ЦЕНЫ НА ИМПОРТ В 2022 ГОДУ

Основной пересмотр цен был в марте-апреле во время резкого ослабления рубля. Чтобы сильно не шокировать потребителя, большую часть нагрузки мы старались покрыть за счет своей маржи. В отличие от многих игроков на рынке мы не увеличивали цены в два раза. По мере укрепления рубля цены на наши продукты стабилизировались. По результатам 2022 года средний рост стоимости товаров нашего бренда для конечного потребителя составил 7-10%. Это связано прежде всего с глобальной инфляцией, увеличением стоимости логистики и ростом закупочных цен.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

В настоящее время мы активно общаемся со многими российскими производствами и внимательно следим за их развитием. У нас есть планы по созданию капсульных коллекций в России в 2023 году. Очень надеюсь, что уже в недалеком будущем многие товары мы сможем производить в нашей стране.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

В текущих условиях доля импорта и даже параллельного импорта будет только расти. Также увеличатся поставки ноунейм товаров из Китая, чтобы заменить ушедшие с рынка бренды. К сожалению, пока отечественное производство не готово полностью удовлетворить существующий спрос.



ИВАН БЕСЧАСТНОВ, директор по продажам компании FineDesignGroup

www.finedesigngroup.ru

ОБЪЕМ ИМПОРТА В 2022 ГОДУ

В 2022 году мы стали ввозить импортные товары реже, поэтому объемы в целом снизились. Если раньше ассортимент насчитывал около семи тысяч наименований, то теперь около трех тысяч.

ДЕНЕЖНЫЕ РАСЧЕТЫ

С банковскими валютными операциями для нас все осталось по-прежнему. Нет необходимости пользоваться услугами фирм-посредников. На всякий случай мы открыли дополнительные счета в российских банках, которые могут проводить транзакции с европейскими поставщиками. С китайскими партнерами мы осуществляем взаиморасчеты напрямую.

ЛОГИСТИКА

Логистика постепенно дорожает, в течение последних двух лет тарифы на перевозки растут. При этом надо отметить, что сроки поставок не сильно увеличились, все задержки связаны только с периодическими антиковидными мерами в Китае.

ЗАРУБЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ

К сожалению, не все иностранные поставщики с пониманием отнеслись к новым реалиям. Сейчас в нашем портфеле осталось всего несколько европейских компаний, которые продолжили работу с Россией. Основная масса контрактов заморожена по инициативе поставщиков. Нам пришлось перестраивать систему закупок и искать новые фабрики. Со своими прежними партнерами мы периодически проводим переговоры и понимаем, что часть из них хотела бы позже возобновить сотрудничество.

ЦЕНЫ НА ИМПОРТ В 2022 ГОДУ

По ассортименту замороженных контрактов мы были вынуждены поднять цены. По товарам, которые мы сами стали создавать совместно с дизайнерами, а также по продукции из новых закупок мы постарались сформировать цены доступнее.



ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Пока мы не нашли в России достойной замены или аналогов тем товарам, с которыми раньше работали только через импорт. Поэтому мы продолжили формировать свои торговые марки в коллаборации с международной дизайн-командой. В России мы осуществляем пошив постельного белья, остальную продукцию закупаем в Китае и Индии.

СПРОС

Спрос со стороны корпоративных заказчиков и рекламных агентств в отношении импортных товаров также изменился. Мы видим, что активность запросов и поиска товаров снизилась. Конечные заказчики чаще стали выходить на нас напрямую. Запросы оперативно согласовываются и становятся более качественными: по количеству их стало меньше, но суммы выросли.

ПРОГНОЗ НА ЗИМУ-ВЕСНУ 2023

Давать какие-то прогнозы сейчас сложно. Если все текущие тенденции сохранятся, то, по нашему мнению, ситуация с импортом на сувенирно-подарочном рынке в предстоящем сезоне постепенно стабилизируется. Скорее всего, рынок вернется к показателям 2021 года. GR







AVALONICA: «УМНЫЕ» ПОДАРКИ ДЛЯ ДОМА, КУХНИ, ПРАЗДНИКА

Праздники – это время, когда хочется оказаться в кругу друзей и близких, радовать их вкусными блюдами и душевным общением, окружить себя комфортом и эстетикой. В этой статье мы расскажем о бизнес-подарках от компании AVALONICA – стильных и современных аксессуарах для дома и кухни, которые облегчат быт, украсят интерьер, а также станут изюминкой праздничного застолья.

AVALONICA работает на российском рынке более 15 лет и является одним из лидеров по дистрибуции портативной техники, электроники, умных гаджетов и аксессуаров. Компания импортирует товары экосистемы XIAOMI (MI) напрямую от производителей и обеспечивает лучшие цены на оптовом российском рынке.

AVALONICA имеет два офиса – в Москве и Санкт-Петербурге, а также склад в Москве.
Все товары **оригинальные,** имеют гарантию, все необходимые декларации и сертификаты соответствия. Продукция поставляется в **официальной русской версии:** имеет полностью русифицированную упаковку, а также подробную и понятную инструкцию на русском языке.

Гравитационная электрическая мельница для специй в металлическом корпусе Circle Joy





В этом аксессуаре сочетаются строгий стильный дизайн и высочайшее качество каждой детали. Девайс работает от четырех батареек AAA и предельно прост в эксплуатации: чтобы начать работу, достаточно выставить на корпусе желаемую степень помола и перевернуть мельницу. Помол регулируется плавно, в соответствии с вашими индивидуальными вкусами или рецептом конкретного блюда.
Корпус мельницы изготовлен из высококачественных материалов – нержавеющей стали и прочного пластика, а также снабжен синей LED-подсветкой, которая автоматически включается при работе. Особого упоминания заслуживает продуманная конструкция мельницы. Наличие скоса на корпусе не даст поставить прибор на рабочую поверхность не той стороной. Контейнер для специй внутри корпуса имеет большой объем 85 мл, при этом мельница остается компактной.



Электрический штопор с набором аксессуаров для вина Circle Joy

В набор входят:



- **«Умный» штопор от компании Xiaomi.** Этот аксессуар станет отличным бизнес-подарком для любой компании, в том числе из сферы HoReCa, ведь его можно использовать не только в домашних условиях, но и в баре, кафе, ресторане. Прибор работает от четырех батареек AA и способен открыть около 120 бутылок без смены батареек. Корпус штопора выполнен из высококачественной нержавеющей стали, нижняя часть – из прозрачного гипоаллергенного пластика.
- **Нож для вскрытия бутылок.** Он значительно облегчит вам работу при открытии бутылки.
- **Аэратор для вина,** с помощью которого можно аккуратно налить вино в бокал, не пролив ни капли.
- **Вакуумная пробка для вина.** Она плотно закупорит бутылку после открытия, что не позволит вину пролиться, предотвратит его испарение и окисление, сохранит букет и вкусовые качества напитка.

Набор стальных ножей HuoHou





Полезная, функциональная и эргономичная вещь для любой кухни. Лезвия ножей изготовлены из трехслойной композитной стали: по сути, перед нами упрощенный вариант многослойной дамасской стали, уже обладающий большинством ее преимуществ, но еще не столь дорогой. Различные виды стали соединены при помощи не оставляющей швов лазерной сварки, сами же лезвия ручной работы.
Рукоятки ножей и подставка сделаны из премиального черного дерева и отлично отполированы. Ножи чуть тяжелее обычных, удобно лежат в руке, имеют стильный лаконичный дизайн. Прочность ножей также существенно выше стандартной – HRC58+-2.

Avalonica

8 (800) 511-31-83 ip@avalonica.ru www.avalonica.ru

ЗАПУСК СОБСТВЕННОГО ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА STAN

Потребность компаний в промотекстиле и интерес к корпоративной одежде и аксессуарам растут с каждым годом. Используя эти эффективные маркетинговые инструменты, вы получаете преимущества для продвижения бизнеса и повышаете лояльность к бренду. Сегодня GIFT Review расскажет об открытии собственного швейного производства компании STAN – лидера российского рынка промотекстиля и эксперта по персонализации мерча.

Мы выбрали мало освоенную нишу – изготовление бейсболок. Это один из самых востребованных и распространенных промотоваров. Раньше высокое качество могли предложить только заграничные бренды. Теперь, благодаря открытию швейного производства STAN, можно решать задачи комплексно: создавать популярные модели бейсболок и персонализировать их с помощью нанесения логотипов или слоганов.

Преимущество бейсболок как промоаксессуара – обширное поле для нанесения рекламной информации. Логотип, в зависимости от модели, может быть нанесен на козырек, боковую поверхность, хлястик застежки.

Качество и универсальность – два главных приоритета STAN. Мы изучили особенности изготовления головных уборов и провели тщательный анализ деятельности других российских производителей, качество продукции которых значительно уступает характеристикам изделий зарубежных брендов.

Для нашей продукции мы выбрали высококачественные материалы из 100% хлопка или ткань смесового состава. Организовали строгий контроль брака на каждом этапе производства. Разработали собственные лекала для идеальной посадки и комфортного использования изделий.

Сейчас в наличии и уже доступны к заказу бейсболки трех видов: пятиклиновая, шестиклиновая и снэпбэк (с прямым козырьком).

Мы используем разные технологии брендирования: вышивку, шевроны, сублимационную печать, шелкотрансфер, цифровой трансфер.





Персонализированный головной убор – яркий корпоративный аксессуар, который формирует индивидуальный стиль сотрудников компании. Если компания еще не известна большинству потребителей, то фирменная бейсболка с логотипом – прекрасный способ сообщить окружающим о выпуске нового продукта или старте конкретного проекта.





STANовимся больше, профессиональнее, успешнее! Клиенты и партнеры ценят наш опыт и безупречную репутацию. Работаем с текстилем с 1991 года, совершенствуя традиционные и осваивая новые методики.

Результаты, достигнутые за это время, позволяют нам считать себя экспертами в производстве промотекстиля и надежными бизнес-партнерами.

STANь ярче! Выбирай STAN!

STAN
Вся Россия: 8 (800) 555-53-05
Екатеринбург: 8 (343) 226-00-72
Москва: 8 (499) 705-705-6
www.stan.su

IMAGE COLLECTION: «МЫ СТАЛИ ДОСТУПНЕЕ!»

Массовый переход компаний на маркетплейсы – тренд последних нескольких лет, и рекламно-сувенирный рынок не стал исключением. Это имеет массу преимуществ как для продавцов (маркетинговая поддержка, удобная логистика, доступная аналитика продаж), так и для покупателей (быстрая доставка, относительно низкие цены). Сегодня мы расскажем о хорошо знакомой нашим читателям компании «Пи-Ай-Ви», которая начала сотрудничество с Wildberries.



Рекламно-производственная компания «Пи-Ай-Ви» (бренд Image Collection) представила свои товары на крупнейшем российском онлайн-маркетплейсе Wildberries – максимально удобно и очень выгодно!

На сайте вас ждет широкий выбор текстиля и рюкзаков, а также уже полюбившийся всем подарочный набор ручек-кистей с «оживающими» открытками от бренда Image Collection. Ассортимент продукции активно расширяется.

Вам обязательно понравится высокий уровень сервиса площадки:

- оперативная доставка;
- возможность выбора размера и примерки;
- ежедневные скидки и акции на разные товары.

Заказы приходят в фирменные пункты выдачи (ПВЗ), оборудованные примерочными. Доставка осуществляется только в города с наличием собственных пунктов выдачи. Их количество растет ежемесячно.







Переходите на сайт прямо сейчас по ссылке **www.wildberries.ru/brands/image-collection** и наслаждайтесь выгодными ценами и доставкой за 1 день!

Приятного шопинга!

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

KUNJUT: МЕРЧ КАК ИСКУССТВО



Мария Одинокова

Процветание любого предприятия начинается со вклада самих сотрудников в устойчивое развитие бизнеса. Так, грамотный мерч – один из важнейших и объединяющих инструментов для взаимодействия между компанией и сотрудниками. А знаете ли вы, что, кроме привычных всем фирменных аксессуаров и одежды, существует еще и арт-мерч? Это очень интересный и деликатный сегмент промотекстиля, работать с которым берутся немногие. Одна из таких компаний – швейная фабрика и дизайн-студия KUNJUT. Основатель и исполнительный директор Мария Одинокова показала нам работы для музеев, галерей и выставок и рассказала о том, как создать красивый, функциональный и коммерчески успешный арт-мерч.

Уже несколько лет мы создаем не только корпоративный мерч для частных заказчиков, компаний и рекламных агентств, но и финансово успешные коллекции для музеев по всей стране. На сегодняшний день с нами сотрудничают более 40 ведущих российских музеев. Мы хотим поделиться с вами историями о том, как текстильные сувениры стали не только коммерческим прорывом, но и сплотили сотрудников и помогли им полюбить свое дело еще больше.

Направление работы с музеями можно разделить на три типа:

- разработка фирменных сувениров для продажи в магазинах при музее,
- создание капсульных коллекций текстиля для выставок и мероприятий,
- разработка айдентики и фирменного стиля.

В первом случае мы изготавливаем уникальные изделия под ключ: продумываем идею и самостоятельно реализуем ее на всех этапах. Работа начинается с создания дизайна, далее подбираются носители – одежда, аксессуары и домашний текстиль. Потом утверждаются сигнальные образцы. И только после этого тираж отправляется в производство.

> KUNJUT разрабатывает оригинальные принты, опираясь на международные тренды. А благодаря возможностям производства, включающим в себя сублимационную печать на ткани, конструкторский цех и швейную фабрику, в итоге адресат получает модную и актуальную вещь».



Успешный кейс по этому направлению связан с Государственным музеем-заповедником «Царское Село». Было создано более пятнадцати коллекций текстильных сувениров, принты которых основаны на шедеврах интерьеров Екатерининского и Александровского дворцов. В яркие стильные дизайны превратились изящные арабески, украшающие стены Арабескового зала Екатерининского дворца, фрагменты интерьера спальни царицы Александры Федоровны в Александровском дворце, декор Янтарной комнаты и многое другое.



ЗАКАЗЧИКУ НА ЗАМЕТКУ

Лучше всего одежда и аксессуары будут выглядеть с оригинальными, яркими и интересными дизайнами, а не с банальным логотипом на груди. Например, можно использовать репродукции картин или уникальный принт, отражающий деятельность и ценности вашего бренда. Или, скажем, фотографии босса с фразами на злобу дня. Либо принт со структурой дерева, если у вас мастерская».



В ассортиментную матрицу вошли предметы одежды, аксессуары, интерьерные подушки и даже домашние изделия – кимоно и маски для сна. На данный момент все коллекции продаются в фирменных магазинах, а сотрудники используют их в качестве рабочей одежды.

А теперь расскажем про мерч для двух тематических выставок: первая в Русском Музее была посвящена 165-летию Михаила Врубеля, вторая – «Энди Уорхол и русское искусство» – прошла в арт-пространстве «Севкабель Порт». В обоих случаях было необходимо создать линейку сувениров по мотивам работ художников. Помимо картин, более простых для адаптации, были определены экспоненты-хедлайнеры, с принтами которых мы произвели наибольшее количество изделий. В случае с выставкой Врубеля – картина «Шестикрылый Серафим», а у Уорхола – «Банки с супом Кэмпбелл». В результате получились коллекции функциональных и стильных изделий в духе времени.



> Одна из важнейших задач при работе с музейной сувенирной продукцией – сохранение и передача культурного кода и уважительное обращение с культурным наследием. Поэтому при создании дизайна и переносе его на носитель необходимо очень внимательно относиться к тому, где именно располагается принт, уместен ли он там. Мы всегда выбираем самый узнаваемый фрагмент картины или тот, который точно окажется коммерчески успешным, но при этом не забываем о том, что наша главная миссия – популяризация искусства и возможности прикоснуться к чему-то великому, родному и ценному».



Что касается айдентики, то KUNJUT в качестве дизайн-студии берет на себя разработку упаковок и создание фирменных принтов и паттернов для музеев, которые в дальнейшем используются в рекламных и имиджевых целях.

Музейное направление для KUNJUT – самое широкое и любимое. Мы можем часами рассказывать, с какой любовью создаем каждую коллекцию, будь то столовый текстиль для магазина музея Эрмитаж или аналогичный «Царскому селу» проект с музеем Фаберже, где дизайны созданы по мотивам декоративных элементов на шкатулках XVIII-XIX веков.

Мы не останавливаемся на достигнутом и будем рады другим музеям, решившим к нам присоединиться. KUNJUT может создать достойный мерч даже тогда, когда у вас нет никаких идей о том, как адаптировать произведение искусства для коммерческого продукта. Вы гарантированно получите качественный мерч, который будет нести в себе и основную просветительскую функцию, и станет незаменимым в повседневном использовании.

KUNJUT

+7 (800) 777-18-09 www.kunjut.com

«ЧТО НАША ЖИЗНЬ? ИГРА!»: ВСЁ О КОРПОРАТИВНЫХ НАСТОЛКАХ

Брендированная настольная игра – необычный вариант подарка сотрудникам и партнерам. Она попадает в близкий круг друзей и семьи и раскрывает бренд в положительном контексте – во время веселого досуга, наполненного яркими эмоциями. При этом игра может иметь и образовательный характер – рассказывать о ваших продуктах и услугах. В рамках постоянной рубрики «Ликбез» мы поделимся нюансами разработки, производства, ценообразования корпоративных настолок, а также расскажем об интересных реализованных проектах в этой области.

Нашими экспертами стали: руководитель издательства настольных игр «Экономикус» **Федор Корженков,** основатель и владелец компании Ludens **Сергей Замай,** директор по производству компании Hitdeal **Александр Монастыренко,** генеральный директор компании «Акцент реклама» **Константин Панин.**

НЕМНОГО ПСИХОЛОГИИ

Игра – первый и самый эффективный инструмент, с помощью которого человек знакомится с миром. Во взрослом возрасте учеба и работа нередко превращаются в рутину, но если делать это в игровом формате, то интерес и вовлеченность значительно повышаются. Дело в том, что игра обращается напрямую к лимбической системе человеческого мозга, которая отвечает за сферу мотивации и эмоций. Таким образом, когда мы используем игру, на нашем пути не стоит сознание, отягощенное воспитанием, общественным мнением, национальными или гендерными стереотипами. Так мы тратим гораздо меньше усилий и времени на усвоение необходимой информации и обучение новым навыкам.



Фото: Ludens, www.ludens.su

Геймификация – очень эффективный инструмент вовлечения аудитории в различные процессы. Игровые механики стремительно проникают в маркетинг, HR, инвестиции, сферу образования и даже армию. Настольная игра стала одним из способов реализации корпоративной миссии, которая заключается в популяризации знаний о компании в обществе. С помощью игры мы стремимся вызвать положительные эмоции от взаимодействия с брендом, продемонстрировать клиентам и партнерам, что компания разделяет их главные ценности.

Кейс от компании Ludens

Настольная игра к 175-летию Bilstein Group – крупной группы компаний с мировым именем



Что было сделано: по просьбе заказчика в геймплей были включены основные бренды, представленные компанией, 56 продуктовых групп, а также услуги клиентского сервиса и поддержки партнеров. Игра разработана в механике микроменеджмента ресурсов и их распределения по основным целям.

Особенности проекта: у игры была довольно «сложная» целевая аудитория – мужчины-руководители от 30 лет. Заинтересовать такого получателя новым увлечением – непростая задача, но нам это удалось на 100%. Мы разработали понятную и знакомую всем игровую механику, использовали лаконичный и при этом узнаваемый дизайн и после вручения подарков получили множество восторженных отзывов. Второй нетривиальной задачей было создание универсальной игры для людей, говорящих на разных языках, так как довольно большая часть тиража предназначалась для руководства в Германии, а также ряда европейских партнеров. Для этого было необходимо разработать понятную инфографику, отвечающую всем потребностям игры. Правда, правила все же пришлось печатать на нескольких языках.

Результат: проект получился международным, ярким, необычным, с огромным количеством информации о компании-заказчике. Все поставленные перед нами задачи были выполнены в полном объеме.

ВАРИАНТЫ РАЗРАБОТКИ НАСТОЛЬНЫХ ИГР

Самое простое, быстрое и экономичное решение – заказать **фирменный шубер или суперобложку для готовой игры,** имеющейся у поставщика. Таким образом, производитель «переодевает» уже напечатанную игру и делает из нее красивый индивидуальный подарок. Кроме шубера можно сделать наклейки на компоненты, а также положить открытку внутрь коробки.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Разработка новой игры с нуля – это дольше и несколько дороже предыдущих вариантов, но в результате вы получаете абсолютно уникальный продукт, который создается исключительно под ваш запрос.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Редизайн готовой игры. Этот метод включает в себя перерисовку коробки и/или добавление логотипов и фирменных цветов в разные компоненты игры, после чего печатается спецтираж обновленного продукта. Помните, что производство настольных игр включает в себя ряд специфических технологических процессов, с которыми легко справятся специализированные производства, но которые могут поставить в тупик типовую «сувенирную» типографию – как следствие, велик риск брака и срыва сроков.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Переработка – более глубокий вариант адаптации готовой игры. Помимо изменения дизайна, производится тематическая переработка контента и правил.

Кейс от издательства настольных игр «Экономикус»

Настольная игра «Языколом. Нетология»





Ситуация: игра планировалась как часть предновогоднего проекта «Нетологии» – образовательной платформы, сфокусированной на сферах digital, IT, развитии карьеры.

Целеполагание: познакомить игроков с деятельностью компании-заказчика – празднично, легко и с юмором.

Что было сделано: было принято решение не придумывать продукт с нуля, а взять за основу уже давно известную на рынке игру – «Языколом», суть которой заключается в том, что игроки на скорость читают сложно выговариваемые реально существующие слова. С одной стороны, это очень весело, а с другой – познавательно. В базовой игре «Языколом» четыре тематические колоды: имена, географические названия, иностранные слова и русские скороговорки. Поскольку вся игра «Нетологии» должна была быть построена вокруг цифровой тематики, мы решили сделать две колоды: «Фразочки» – авторские тематические скороговорки и «Разное» – любопытные фразы из IT-сферы на разных языках. Игра получилась очень веселой и полностью соответствовала сфере деятельности заказчика.

Результат: «Языколом. Нетология» была разработана, отрисована и напечатана всего за четыре месяца. Все остались очень довольны контентом, графикой, качеством производства и сроками исполнения.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Если ваш бюджет ограничен, стоит учитывать, что цена разработки настольной игры при маленьком тираже может стать сюрпризом. Существует «подводная часть айсберга» – огромная работа, требующая привлечения целого штата профессионалов: геймдизайнеров, тестировщиков, иллюстраторов, дизайнеров, верстальщиков. Именно поэтому для небольших тиражей (от одной до нескольких сотен штук) есть отличная идея – шуберы или наклейки на коробку готовых игр. Это простое, элегантное, недорогое и быстрое решение – шуберы даже в предновогодний сезон можно успеть сделать за неделю.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Зачастую редизайн готовой настолки обходится дороже, чем создание оригинальной игры под заказ. При производстве с нуля есть возможность увеличить или уменьшить количество компонентов, исходя из бюджета заказчика, а при редизайне изменить «начинку» игры уже проблематично.

Если же тираж составляет 500 штук и более, то стоимость разработки и дизайна при таком количестве «размывается». А вы в итоге получите уникальный продукт по стоимости, близкой к розничной цене игры или даже ниже.

Чтобы использовать бюджет на заказ корпоративной настольной игры максимально эффективно, запомните несколько простых правил. Первое – желателен тираж от 300 штук: тогда при производстве, скорее всего, будет применяться офсетная печать, которая дешевле цифровой. Второе – минимум различий в компонентах, так как каждый игровой элемент (фишки, игровое поле, жетоны) требует отдельной отпечатки. В этом плане самые удачные игры – карточные: они могут быть очень интересными и отлично решать ваши маркетинговые задачи, при этом они относительно дешевы в производстве.

КАРТОЧНАЯ НАСТОЛЬНАЯ ИГРА – игра, в которой отсутствуют такие привычные элементы, как игровое поле, фишки, фигурки. Основные компоненты – карты, которые часто используются как составное игровое поле. Во многих случаях карточные игры имеют большую вариативность, более легкий вход в игру, более простые правила.



Фото: Hitdeal, www.hitdeal.ru

ФИЛЛЕР – простая в освоении игра, которая длится не более 15-25 минут. Часто используется опытными игроками для знакомства или заполнения паузы между долгими партиями в большие настольные игры. Игры данного формата – отличный вариант небольшого подарка для b2c-аудитории или промосувенира на деловых мероприятиях.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

30 МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА
07-09 ФЕВРАЛЯ 2023 ГОДА
СКРЕПКА ЭКСПО
SKREPKAEXPO.RU
МОСКВА КРОКУС ЭКСПО
КАНЦТОВАРЫ ИГРУШКИ СУВЕНИРЫ ОБУЧЕНИЕ ДОМ И ОФИС
Реклама

Кейс от издательства настольных игр «Экономикус»

Настольная игра «Клад-проценты-дивиденды» для банка ПСБ



Ситуация: популяризация бренда в рамках Всероссийской недели финансовой грамотности.

Целеполагание: требовалось создать несложную игру для всей семьи – одинаково интересную и дошкольникам, и их старшим братьям и сестрам, и родителям. В игре используется несколько самых простых финансовых терминов, она учит копить деньги, а не тратить все сразу. И самое главное: игра должна быть разработана таким образом, чтобы семья распечатала ее на домашнем принтере (с минимальной затратой чернил) и могла играть. Озвученный заказчиком срок на разработку (включая дизайн и все согласования) – всего одна неделя!

Что было сделано: издательство сразу решило, что самой интересной механикой в данном случае будет ролл-энд-райт (Roll & Write) – обычно в таких играх используется кубик с нанесенными на него значениями, но по техзаданию такой «роскоши» у разработчиков не было. Тогда появилась идея создать игру на основе всем известной «Камень-ножницы-бумага», а также была придумана новая считалка «Клад-проценты-дивиденды». В рамках каждого раунда проходил розыгрыш, и победитель определял тетрисную фигуру: так, проценты с вклада давали игрокам фигуру «V», а дивиденды с акций – «Г». С помощью этих фигур игроки копили на мечту: велосипед, щенка, гитару или игровую приставку. В игре без компонентов появились даже монетки! А также сложный режим с «инвестициями» для опытных игроков.

Результат: уже первые тесты показали, что игра получилась захватывающей, динамичной и яркой. Тестировщики, работающие с издательством, сразу же попросили оставить им материалы, чтобы они могли поиграть дома с семьями и друзьями. Банк-заказчик тоже остался доволен: все их пожелания были выполнены, да еще и в кратчайшие сроки.

СРОКИ

Производство тиража займет 4-6 недель в низкий сезон и 8-12 недель в высокий сезон. Добавьте к этому около двух недель на адаптацию печатных файлов и всевозможные согласования.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com



Фото: Ludens, www.ludens.su

Постарайтесь начать разработку игры и запустить ее в производство как можно раньше. Помните, что с началом высокого сезона в промоиндустрии, который традиционно длится с сентября по январь, стоимость всех работ может увеличиться в 1,5-2 раза. Самые лучшие и интересные проекты получаются, когда ни заказчик, ни разработчик не торопятся.



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

«Экономикус»: «Рекомендуем работать с компаниями, у которых есть права на игры, адаптируемые для вас. То, что вы не «спиратили» игру сами, слегка изменив ее внешний вид, а заказали у кого-то, не снимает ответственности с вас как заказчика такого проекта. Есть риски, в том числе репутационные. Надежнее заказать разработку с нуля или же адаптацию игры, которая изначально принадлежит издательству».

РЕКЛАМНЫЙ ХАБ
Северной столицы
2 ФЕВРАЛЯ 2023
ЭКСПОФОРУМ | САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
КЛЮЧЕВЫЕ B2B-ВСТРЕЧИ
ПОСТАВЩИКОВ И ЗАКАЗЧИКОВ
В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ
Реклама

Кейс от компании Ludens

Настольная игра к 15-летию ГК «Черкизово»

Ситуация: требовалось в новом и привлекательном формате подробно рассказать о компании-заказчике.

Целеполагание: перед нами стояла очень амбициозная задача – показать масштабность компании, ее основные активы, производственные мощности, а также создать прямую ассоциацию между представленными в игре брендами и группой компаний «Черкизово».

Что было сделано: в игру удалось включить историю компании, ее брендов, основные производственные мощности и широкую географию. Причем вся эта информация была тонко и нативно встроена в геймплей, и у получателей не возникало ощущения «навязанности».

Результат: заказчик остался очень доволен созданной игрой, а мы были рады возможности поработать с такой крупной компанией с богатой историей.



МАТЕРИАЛЫ И КОМПОНЕНТЫ

Некоторые материалы для производства корпоративных настольных игр являются стандартными. Например, большинство игр содержат бумажные компоненты – игровое поле, карточки и коробку. Как только материал и размер бумаги выбраны, это определяет большинство других частей процесса создания игры.

Для карточек чаще всего используется белая бумага плотностью 300 г/м^2. Для коробок – серый картон плотностью 1000 г/м^2.

На итоговую стоимость игры в основном влияет цена на сырую бумагу. Например, по состоянию на февраль-март 2022 года стоимость бумаги выросла на 30%, соответственно, повысились и цены на классические настолки.

Опытные дизайнеры часто предпочитают использовать легкодоступные компоненты, такие как кубики, палочки, пластины и диски. Эти детали абстрактны и с легкостью применяются для множества различных видов игр.



Фото: Hitdeal, www.hitdeal.ru



Фото: Hitdeal, www.hitdeal.ru



Фото: Hitdeal, www.hitdeal.ru

Один из самых сложных компонентов при создании настольной игры – миниатюры. Чаще всего гейм-дизайнеры работают со скульпторами, чтобы создать эти причудливые фигурки. Основная трудность состоит в том, что некоторые 3D-проекты хорошо выглядят на мониторе компьютера, но физически не подходят для производства. В свою очередь, пластмассовые детали, созданные с помощью пресс-форм, не на 100% совпадают с 3D-печатными прототипами. Поэтому обычно для изготовления миниатюры требуется не менее трех пересмотров, причем на каждом этапе приходится идти на компромисс и вносить необходимые изменения. Исключение составляют некоторые очень редкие ситуации, когда опытные скульпторы хорошо знают процесс производства и корректируют дизайн заранее.

> **Hitdeal:** «Персонализация рентабельна для игр с тиражом в тысячи экземпляров. Например, в игры, выходящие тиражом 10 тысяч и более штук, можно добавить пластиковые миниатюры, и это будет экономически эффективно. При таком объеме стоимость пресс-формы, необходимой для производства деталей на заказ, распределяется между всеми единицами товара и не слишком сильно влияет на итоговую стоимость игры».



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Кейс от компании Hitdeal

Настольная игра «МЕТРОполия»
для сети ТЦ «Метро» и магазинов «Фасоль»

Ситуация: игра предназначалась для популяризации бренда, а также для корпоративных подарков.

Что было сделано: игра построена на основе классической «Монополии», стилистически переработанной под тематику клиента. В дизайне и сюжете использованы элементы фирменного стиля заказчика, оловянные фигурки продуктовой тематики, а также детали из оргстекла.

Результат: клиент остался очень доволен получившейся игрой, рекомендовал нас своим партнерам.



Кейс от компании Hitdeal

Настольная игра «Артмания» для МЦД «Артек»

Что было сделано: авторская динамичная жанровая игра, в которой каждый артековец (ребенок, вожатый, специалист) сможет примерить на себя роль управленца, решившего взять в свои руки частные владения самого крупного международного детского центра в мире. Игроки могут стать вожатыми или же одеться в костюм генерального директора лагеря, посоревноваться друг с другом и узнать много интересного об «Артеке», его истории, мифах и достопримечательностях.



КАК СОЗДАТЬ КОРПОРАТИВНУЮ НАСТОЛЬНУЮ ИГРУ?



КОНСТАНТИН ПАНИН, генеральный директор компании «Акцент реклама»

www.ra-akcent.ru

За семнадцать лет работы на рынке деловых подарков мне довелось работать над созданием настольных игр для самых разных предприятий: производителей лимонадов, строительных компаний, органов государственной власти и т.д. Специально для журнала GIFT Review я подготовил небольшую памятку, которая поможет в создании корпоративных настольных игр.

ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ ИГРЫ

Создание любой игры начинается с постановки целей и задач. Нужно помнить, что настольная игра – это инструмент маркетинга. Какие маркетинговые задачи вы хотите решить? Может быть, вы хотите в игровой форме объяснить участникам какой-то сложный технологический или бизнес-процесс? Или вам нужно познакомить игроков с тонкостями определенной профессии? Или помочь участникам быстро выучить что-то? Например, правила дорожного движения (если игра для детей). Или вы хотите рассказать участникам много маленьких историй, связанных с вашим брендом?

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Прежде чем начать разработку игры, нужно определиться, кто в нее будет играть. Создать универсальную увлекательную игру «для всех» крайне сложно.

Опишите целевую аудиторию игры: что вы знаете о будущих игроках – их образе жизни, профессии, интересах? Чем ярче и точнее будет описание, тем интереснее получится игра.



Фото: «Акцент реклама», www.ra-akcent.ru

ИГРОВОЙ МИР

При создании игрового мира нет никаких ограничений! Действие может разворачиваться в офисе вашей компании, в волшебном лесу, на просторах космоса и т.д. Главное, чтобы придуманный мир соответствовал интересам выбранной целевой аудитории, особенностям игрового механизма, а также способствовал решению маркетинговых задач.

Обязательно продумайте игровой мир до мелочей! Создайте небольшую брошюру, в которой вы сможете рассказать участникам его историю, раскрыть характер персонажей, описать их цели. Все это сделает игру яркой и неповторимой.

МЕХАНИКА ИГРЫ

Проще всего взять в качестве образца уже существующую игру и доработать ее механику под свои цели и особенности игрового мира. Или же можно разработать собственную уникальную механику (однако это довольно непростой и долгий процесс).

ДЕТАЛИ И ОСОБЕННОСТИ ИГРЫ

Благодаря мелким деталям игра окончательно обретает свое лицо. К примеру, на игровом поле можно оставить небольшие участки для самостоятельного раскрашивания. Или включить в комплект игры уникальные артефакты, за обладание которыми будут бороться участники. Также можно ввести в правила какую-нибудь шуточную механику: пусть игроки прыгают на одной ножке, изображают заблудившегося в лесу главного инженера компании, придумывают новые слова на заданную тему и т.д. Еще один вариант: создать дополнительную мини-игру внутри основной.

ВЫБОР МАТЕРИАЛОВ И КОМПЛЕКТУЮЩИХ

Вы удивитесь, но стоимость реализации одного и того же проекта с использованием разных технологий и материалов может отличаться на порядок, то есть в десять и более раз! Сделайте свой выбор, исходя из вашего бюджета и предпочтений.

ДИЗАЙН ИГРЫ

Завершающий этап в создании игры. Нужно создать дизайн игрового поля, карточек, фишек, упаковки, листовки с правилами игры и историей игрового мира.

И ЕЩЕ

Если вы создаете игру для детей, желательно получить заключение детского психолога о том, что игра не нанесет вреда психике ребенка.

Кейс от компании «Акцент реклама»

Настольная игра для покупателей лимонада «Родник»



Ситуация: вывод на рынок новой линейки лимонадов.

Целеполагание:

- Стимулирование первой покупки. Игра вручалась в подарок при единовременной покупке шести бутылок лимонада.
- Позиционирование товара. В игре нужно обозначить особенность лимонадов «Родник»: основа напитка – натуральные фруктовые соки и сахар, а не химические подсластители.
- Увлекательная история для детей. Приключение, в котором игроки и фирменный персонаж действуют сообща.
- Напоминающая реклама. Подарок должен активно использоваться детьми и их родителями, напоминая им о продукте.

Что было сделано: настольная игра-бродилка для всей семьи. В комплекте: большое игровое поле, кубики, фишки, муляжи фруктов (лимон, клубника, яблоко), правила игры, цветные карандаши и яркая подарочная коробка.

Согласно легенде, фирменный персонаж Лимошка путешествует в волшебном космосе и посещает сказочные планеты: яблочную, грушевую, клубничную. Ему хочется побывать везде, а потом вернуться домой на Землю. В пути его ждут захватывающие приключения!

Основные идеи: чтобы отобразить в игре натуральный состав лимонада, мы разместили на игровом поле муляжи натуральных фруктов, которые стали игровыми артефактами. Игрок, которому удавалось их «съесть», получал различные преимущества в игре – становился быстрее, сильнее, а также не пропускал ходы из-за болезни.

Чтобы привлечь внимание детей, мы сделали игровой набор максимально ярким, красочным, образным. Но некоторые элементы игрового поля мы изобразили контуром, чтобы его можно было раскрасить по своему вкусу.

Результат: согласно маркетинговому плану, в акцию предполагалось вовлечь 1000 участников за три недели. Однако менее чем через неделю подарочные игры закончились – план акции был выполнен досрочно! GR



Фото: Hitdeal, www.hitdeal.ru



Фото: «Экономикус», www.economicusgame.com

Благодарим за помощь в подготовке материала:

Издательство настольных игр «Экономикус», www.economicusgame.com
«Акцент реклама», www.ra-akcent.ru
Ludens, www.ludens.su
Hitdeal, www.hitdeal.ru

CUVA: ГДЕ ОТДЫХАТЬ НА 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА

Эксперты из Cuva – сервиса подарочных сертификатов на отдых в России – подготовили для вас подборку отелей, в которых приятно провести праздничный уикенд. Массаж в четыре руки или прогулки по сосновому лесу, посиделки у костра под звездным небом или сафари на упряжке с хаски – поездка в каждое из этих мест оставит приятные воспоминания и много впечатлений.

Gorki Golf & Resort – гольф круглый год, спа и хаски

Первый отель с чемпионским полем в Ленобласти. Номера оформлены в скандинавском стиле, а местный ландшафт напоминает пейзажи Шотландии – родины гольфа. Пока кругом лежит снег, тут катаются на санках, лыжах и упряжках с хаски. После активного отдыха загляните в спа с гидромассажной ванной и русской баней.





Отель «Истра Holiday» – для уютных зимних выходных

Уединенный уголок в Подмосковье, где хочется выключить телефон и наслаждаться тишиной. В номерах и коттеджах пахнет хвоей, а с балконов видно густой лес – полное умиротворение. Когда все-таки выберетесь из постели, можно сходить в спа на тайский массаж или поплавать в бассейне с подводными гейзерами.



Усадьба Sokolka – купольные дома посреди вятской тайги

Этот необычный отель находится на Сокольей горе в 140 километрах от Кирова. Размещение в двухэтажных коттеджах-сферах, где предусмотрены мини-кухня, душ, две спальни на втором этаже и одна на первом. Здесь, вдали от цивилизации, приятно сидеть с удочкой на рассвете, кататься на снегоходах и париться в баньке с видом на лес. Если хочется немного приключений, можно отправиться к раскопкам динозавров неподалеку.

Арт-Усадьба Веретьево – обратно в детство на крылатых качелях

Отель построен на месте бывшего пионерского лагеря и с порога встречает статуями Чебурашки и Штирлица. Кто-то скажет – ностальгия, но зато с каким вкусом! Каждый номер отеля неповторим и сделан по задумке знаменитого деятеля искусства. А еще здесь можно разместиться в домике с настоящей дровяной печью или в кают-компании на берегу реки.





База отдыха Niska – рай для интровертов

В Карелии на берегу Пяозера спрятались уютные деревянные коттеджи с камином. Отсюда до крупных городов сотни километров, а по соседству раскинулся национальный парк «Паанаярви» с лесами, горами и незамерзающим водопадом Киваккакоски. Сюда приезжают любоваться полярным сиянием, греться в бане и плавать в панорамном бассейне И пусть весь мир подождет.

«Утесов» – бутик-отель в скале над Черным морем

Проснуться в номере с видом на морской пейзаж и больше не расставаться с волнами. Море здесь видно отовсюду, даже из ресторана и из окон парных в спа. В отеле всего 28 номеров: здесь тихо и ничто не мешает созерцать прекрасное. Находится «Утесов» в Анапе, так что поблизости много интересных мест: маяк на Верхней Набережной, кипарисовое озеро Сукко и Бугазская коса в полутора часах езды.





Парк-отель «Солнечный» и его самая большая в мире сауна

Всего час езды от Москвы, и вы оказываетесь в спа-раю. Парная из кофейных зерен, комната для терапии холодом, воздушные бассейны в форме грибов и крупнейший в Подмосковье открытый бассейн с подогревом. Ну а в сауне-рекордсменке могут одновременно париться 350 человек! Размещение тоже на любой вкус: от просторных люксов и двухэтажных таунхаусов до компактных номеров в корпусах отеля.

«Сила леса» – ванна с видом на лес в панорамном домике

Так атмосферно отдохнуть можно в глэмпинге на Урале. Домик рассчитан на двоих, а если приехали компанией, то вам подойдет двухуровневый коттедж. Глэмпинг раскинулся на берегу реки в окружении сосен. Днем можно гулять и кататься на лыжах, а вечером – расслабляться в горячем чане под открытым небом и смотреть любимые фильмы на кинопроекторе.





Hills Polyana Hotel & Spa – отель на высоте 600 метров

Находится недалеко от курорта «Роза Хутор» среди гор и завораживающих видов. Здесь наслаждаются пейзажами прямо из теплого бассейна под открытым небом, гуляют по окрестностям и отдыхают в кедровой купели после насыщенного дня. А еще в отеле можно приобрести ски-пасс и сразу отправиться покорять снежные склоны, не стоя в очередях перед кассами подъемников.



Welna Eco Spa Resort – для тех, кому нужна перезагрузка

Массаж в четыре руки, бассейн с панорамными окнами и купель с родниковой водой – звучит как неплохой план на выходные. Кроме спа-процедур, тут можно побывать на творческом мастер-классе, увидеть оленей во время сафари-тура или отправиться на экскурсию в живописную Тарусу.



Выходные в этих местах можно подарить друзьям, коллегам и бизнес-партнерам. С этим поможет Cuva – сервис подарочных сертификатов на отдых в классных отелях страны. Дарите незабываемое и делайте это красиво: сертификат можно вручить в стильной дизайнерской коробочке.



CUVA
8(800) 555-91-95 hello@cuva.ru www.cuva.ru

DICHSHOP.RU – ТАКОГО ВЫ ЕЩЕ НЕ ПРОБОВАЛИ

Если вам нужен премиальный бизнес-подарок, который придется по вкусу и удивит даже самого взыскательного получателя, обратитесь в интернет-магазин DICHSHOP.RU, предлагающий авторские гастрономические наборы из дичи. Такой презент отлично подойдет к любому торжеству: 23 Февраля, профессиональному празднику, юбилею компании или дню рождения руководителя.

Подарочные наборы от **DICHSHOP.RU** содержат экологически чистую продукцию из мяса диких и экзотических животных: оленя, косули, кабана, лося, бобра, зайца, куропатки, страуса и многих других.

Все продукты упакованы в фирменные деревянные ящики с подложкой из ароматного сена. Основным декором служат шишки хвойных пород деревьев, мешковина, джутовая нить. Также продукция имеет авторскую раскладку внутри ящика, которая гарантированно сохранит внешний вид при перевозке наборов на любые расстояния.





Интернет-магазин DICHSHOP.RU
8 (800) 201-32-41 hello@dichshop.ru www.dichshop.ru

ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ ДЕЙСТВУЮТ ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ:

- **цены от 2800 рублей,**
- **возможность дополнительных скидок,**
- **брендирование подарочных наборов,**
- **индивидуальный подход,**
- **персональный менеджер для сопровождения заказа на каждом этапе,**
- **быстрая доставка, в том числе напрямую вашим коллегам и бизнес-партнерам по всей России.**



«ВИОШОКО»: ШОКОЛАД БЕЗ ГРАНИЦ

Почти в каждом выпуске GIFT Review уделяет много внимания сладким подаркам. Сегодня о своей вкусной продукции специально к весенним праздникам нам рассказали в компании «ВИОШОКО», которая создает гастрономические презенты с 2005 года. В 2013 году стартовало производство шоколада ручной работы и кондитерских изделий по авторской рецептуре. А цех подарочной упаковки с собственным конструкторским бюро позволяет в кратчайшие сроки изготавливать брендированные бизнес-подарки. За последние 15 лет более 500 компаний стали постоянными клиентами «ВИОШОКО».

«Будь моим Валентином!» и «Всемирное тяготение»

Подарочные наборы из уникальной коллекции шоколадных планет ручной работы, выполненных из премиального молочного и темного шоколада. Вас ждут потрясающе вкусные планеты Солнечной системы: Меркурий (ганаш с пюре маракуйи), Венера (карамельный ганаш с пюре манго), Земля (пралине с пюре из чернослива), Марс (пралине с соленым арахисом), Юпитер (ганаш с каштановым медом), Сатурн (карамельный ганаш с корицей), Уран (пралине с вафельной крошкой), Нептун (карамельный ганаш с герандской солью), Плутон (фундучно-миндальное пралине с молотым кофе).



«8 Марта»

Изысканный набор шоколадных конфет ручной работы. Здесь вы найдете восемь конфет разных форм с различными начинками, а также натуральную стабилизированную розу, которая может храниться очень долго.



Шоколадная сигара с мускадином

Вы слышали миф о том, что мужчины не любят сладкое? Британская маркетинговая компания Mintel развеяла его, доказав обратное. И вот подарок специально для представителей сильного пола – сигара из горького шоколада с мускадином и обсыпкой из какао.



«Драгоценности»

Набор из девяти авторских конфет ручной работы, созданных по мотивам драгоценных и полудрагоценных камней. Оцените разные вкусы и начинки: розовый кварц – шоколадная карамель с морской солью, малахит – шоколадный ганаш с пюре лайма, арбузный турмалин – ганаш с пюре из черной смородины, яшма – ганаш с пюре манго и маракуйи, сардоникс – ганаш с имбирем, аметист – ганаш на молочном шоколаде, лазурит – ганаш со вкусом мяты и мохито, рубин – ганаш с гречишным медом, черный бриллиант – начинка на основе французского ликера Гран Марнье.



«Купидон»

Набор из 25 разноцветных конфет ручной работы в форме сердца. Корпуса выполнены из белого и молочного бельгийского шоколада. Внутри вы найдете оригинальные начинки из натуральных ингредиентов: фундучно-миндальное пралине, пралине с соленым арахисом, карамельный ганаш с корицей, ганаш из пюре маракуйи, пралине с вафельной крошкой.



Дом шоколада «ВИОШОКО»
+7 (495) 789-41-69 info@viochoco.ru sales@viochoco.ru www.viochoco.ru

La Vita Felice

МАРКЕТПЛЕЙС ИТАЛЬЯНСКИХ ПРОДУКТОВ

- БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО КАТЕГОРИЙ ТОВАРОВ
- УДОБНАЯ НАВИГАЦИЯ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
- КАБИНЕТ ПРОДАВЦА
- СТРАНИЦЫ БРЕНДОВ
- АВТОМАТИЧЕСКИЙ РАСЧЕТ КОМИССИИ
- ОПТИМИЗИРОВАН ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ
- УДОБНАЯ ОНЛАЙН-ОПЛАТА
- СИСТЕМА СКИДОК ДЛЯ КЛИЕНТОВ
- ИНТЕГРИРОВАННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТАМИ – CRM





WWW.LAVITAFELICE.RU

ПРИБЛИЖАЙТЕ ВЕСНУ С ШОКОЛАДНЫМИ ПОДАРКАМИ «КОНФАЭЛЬ»!

Начало года – время подумать о подарках партнерам, клиентам и сотрудникам к весенне-летним праздникам и корпоративным датам. Готовьте презенты заблаговременно! Каталог шоколадных бизнес-подарков «Весна-лето 2023» уже выпущен Модным домом «Конфаэль» и полон оригинальных идей, приятных глазу принтов, чудесных вкусов и соблазнительных ароматов.

Три большие коллекции посвящены прелестным цветам, радующим нас весной и летом. Пастельная лилово-мятная «Сирень» будто дышит звенящими майскими ливнями и пробуждает щемящее чувство нежности. Украшенная белыми атласными лентами и распустившимися бутонами «Романтика ромашек» согревает теплом солнечных июльских лужаек и приятно удивляет милыми деталями деревенского быта – наполненной конфетами керамической крынкой и яркими шелковыми платками. Колдовской розовый «Вереск» обещает удачу, завораживая необычными оттенками экзотических сортов шоколада – розово-лилового лавандового и нежно-зеленого с чаем матча.





В мужской коллекции подарков к 23 Февраля немало идей, актуальных в течение всего года. Здесь вы найдете стильно оформленные наборы ореховых драже и цитрусовых цукатов в шоколаде, конфеты ручной работы с ароматными начинками, а также большой выбор скульптур мужской тематики: гантели, футбольные мячи, шахматы, оружие, автомобили, мотоциклы – все это из премиального шоколада «Конфаэль».

Пора выбирать и дегустировать! Весна уже в пути!

«Конфаэль»
8 (495) 995-53-53 www.confael.ru

Реклама

Москва
Крокус Экспо

kids russia

28/2 февраля
2023

ТОЧКА РОСТА
ВАШЕГО БИЗНЕСА

ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ ОТ MYQRCARDS

Подарок – дело ответственное. Наверняка вы хотите порадовать получателя вне зависимости от того, насколько близко вы знакомы. Для этого подарок должен быть либо очень личным, либо технологичным. Если с первой задачей никто кроме вас не справится, то со второй поможет компания MyQRcards, которую мы попросили рассказать о том, как сделать самый обычный бизнес-подарок инновационным и повысить его функциональность в разы.

Технологичные подарки не значит дорогие. Сегодня практически любой аксессуар можно сделать цифровым благодаря встроенной электронной визитке от MyQRcards. Именно она превращает привычные подарки в современные и технологичные и наделяет их новыми удобными функциями:

- **бесплатным мобильным приложением,** которое создано, чтобы управлять и делиться визиткой, активировать другие «умные» подарки экосистемы;
- **функцией «Не теряй»,** позволяющей моментально связаться с владельцем подарка и вернуть его хозяину;
- **функцией Fast Track,** обеспечивающей быстрый переход в мессенджер для моментальной связи без необходимости предварительного сохранения контакта.



Как все это работает? Через умный QR-код, который наносится на аксессуар. Для небольшого кода с короткой ссылкой найдется место практически на любом предмете. Также можно наклеить на подарок стильный NFC-стикер из эпоксидной смолы. При первом сканировании получатель подарка заполняет свой электронный профиль, и его аксессуар тут же активируется, обретая новые умные функции.



Набор умных бирок «Не теряй»

Умная бирка – лучший способ защитить то, что важно и ценно. Ее можно повесить куда угодно: на багаж, ключи, сумку и даже на домашнего питомца. Человек, нашедший вещь с биркой, сможет легко вернуть ее хозяину, отсканировав QR-код или приложив к бирке смартфон с функцией NFC. В браузере смартфона моментально откроется электронный профиль владельца с его именем, телефоном и ссылками на соцсети и мессенджеры. Бирка не боится воды, работает без батареек в любой точке земного шара, а кольцо-тросик выдерживает до 150 кг.





Умный картхолдер на смартфон

В последнее время многим из нас пришлось вспомнить, что такое банковская карта и каково это – везде носить ее с собой. Несмотря на это, не все готовы вернуть в обиход массивные кошельки и портмоне. Именно таким людям понравится умный картхолдер на смартфон для удобного хранения карты. Кроме того, в него встроена электронная визитка с функцией «Не теряй», которая обеспечивает безопасность гаджета. В случае утери хозяина легко найти, чтобы вернуть устройство. Визитка также позволяет моментально передать ваши контакты в смартфон собеседника при встрече.

Автовизитка на стекло

На случай, если припаркованная машина может кому-то помешать, водители пишут свой номер телефона на бумажке и кладут ее под стекло. Но это неудобно, некрасиво и старомодно. Теперь есть специальный технологичный аксессуар – самоклеящиеся автовизитки с QR-кодом. Инновационная парковочная автовизитка защищает персональные данные. Она позволяет менять информацию из мобильного приложения: удалять контакты, добавлять альтернативные, привязывать автовизитку к профилю того, кто пользуется автомобилем в данный момент времени. Надпись на наклейке подскажет, что именно нужно сделать: «Моя машина мешает? Позвоните мне, я рядом. Отсканируйте QR-код».





«Бесконечная» NFC-визитка

NFC-визитка – это пластиковая, деревянная или металлическая карта с QR-кодом и NFC-чипом, которые предназначены для беспроводной передачи данных. При прикладывании карты к смартфону или сканировании QR-кода в браузере устройства мгновенно открывается страница с контактами владельца. А виртуальная копия карты всегда хранится в мобильном приложении, откуда ей удобно делиться по электронной почте или в мессенджерах.

Это современный подарок для деловых людей, которые любят производить неизгладимое впечатление с первых секунд встречи. Такая «бесконечная» визитка отлично подойдет менеджеру по продажам, риелтору, ивент-менеджеру или другому специалисту, который часто общается с людьми.

Портативная аккумуляторная кофемашина с меткой «Не теряй»

Если среди ваших друзей и коллег есть настоящий фанат турпоходов, хайкинга или путешествий, ему придется по вкусу возможность встречать рассвет где-то в горах с чашечкой свежесваренного кофе. Чтобы воплотить в жизнь эту фантазию, не обязательно варить кофе в турке на огне (хотя и это очень романтично), достаточно иметь портативную кофемашину. Вкусный кофе на пикнике, в автомобиле или в отеле за три минуты. QR-код с цифровым профилем владельца, нанесенный на кофемашину, позволит добавить гаджет в экосистему аксессуаров и управлять контактными данными из мобильного приложения.



Эти и другие «умные» подарки вы можете заказать на сайте www.myqrcards.com

MyQRcards
+7 (495) 005-94-82 sales@myqrcards.com www.myqrcards.com

MURAL: ДАРИТЕ ОТКРЫТКИ, ДАРИТЕ ЭМОЦИИ!



Майя Шинкевич

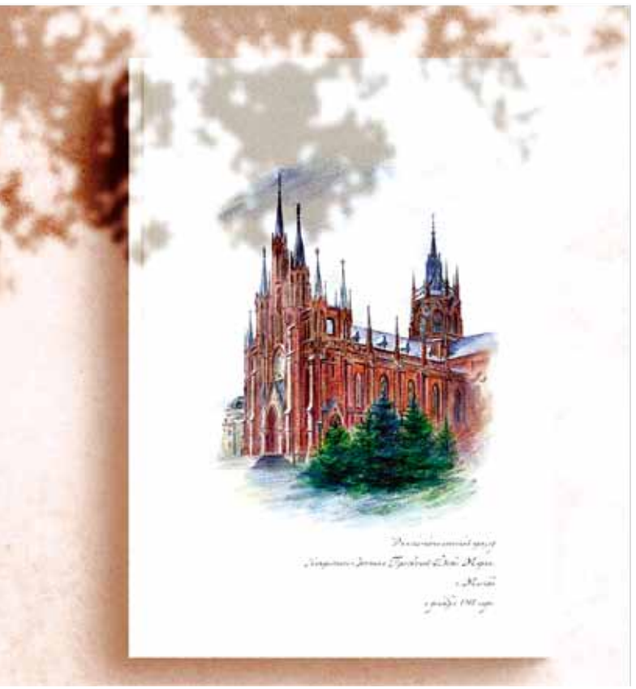
Как бы ни менялся мир вокруг нас, подлинные чувства и человеческие отношения ценятся всегда. Именно поэтому, выбирая бизнес-подарки для сотрудников, клиентов и партнеров, стоит подумать о том, как подчеркнуть ваше «адресное» отношение к получателю, выразить ему признательность и благодарность. Сделать это помогут корпоративные открытки, дополненные душевными словами и рукописными поздравлениями. О том, как создаются эти эффектные и изящные изделия и какие задачи они решают, нам рассказала Майя Шинкевич, генеральный директор типографии полного цикла MURAL.

Для меня открытка – это эмоция! Возможность подарить тепло, разделить радость с дорогим человеком и показать ему, что ты рядом. Почти всегда мы выбираем открытки к конкретной дате, а если без праздника и повода? Просто так, для настроения. Это ведь так здорово!

Лидер по настроенческим открыткам – это, конечно, Санкт-Петербург. В Москве уже сложнее: нужно специально их искать, а в других городах (например, в рамках Золотого кольца) – это целая проблема. И вопрос не в том, чтобы найти открытку с каким-то веселым персонажем, а в том, что в продаже очень мало открыток с атмосферными видами города, как будто люди перестали рисовать и фотографировать.

Всегда, в каком бы городе или стране я ни была, я отправляю открытки друзьям, родным и коллегам. Приезжаешь домой, а тебя как бы догоняет путешествие, это всегда приятно.







Но это все лирика. Перейдем к практике.

Для удачного проекта должны присутствовать три составляющие: идея, хорошая бумага, качественная печать. Главное, чтобы бумага и изображение «дружили» друг с другом. Иногда мы в типографии MURAL сначала создаем дизайн и лишь потом подбираем бумагу, а иногда наоборот – сперва выбирается бумага, а затем подходящий именно ей рисунок.

Дизайнерская бумага для открыток – это инструмент, который позволяет создать эффект праздника и определенное настроение. Огромный выбор дизайнерской бумаги дает возможность создавать очень красивые открытки: например, акварель со старинными особняками города в комбинации с бумагой с тиснением или легким пастельным оттенком.





Что касается корпоративных открыток, почему-то многие маркетологи сейчас забывают об этом канале продвижения и повышения лояльности клиентов. А ведь открытка прекрасно работает для этих целей. Приведу пример: мы подбираем бумагу под корпоративные цвета компании, добавляем логотип (тиснением фольгой, конгревом, УФ-лаком) и кальку, подписанную вручную, – и вы получаете корпоративную открытку для любого случая и получателя.

Брендировать дорогой подарок бывает не всегда уместно, а вот добавить открытку к такому презенту – беспроигрышный вариант. Ее можно вложить в подарочную упаковку, букет цветов или корзину с фруктами. Это тот акцент, который придаст подарку законченность и покажет ваше трепетное и уважительное отношение к адресату. И, конечно, не забываем про конверт!











MURAL
+7 (495) 720-96-06 +7 (903) 720-96-06 info@mural.ru www.mural.ru

МУЖСКОЕ/ЖЕНСКОЕ: ЧТО МОГУТ ТИПОГРАФИИ?



Екатерина Смирнова

Не успели отгреметь куранты, как уже пора готовиться к 23 Февраля и 8 Марта. И вопрос «Что дарить?» не теряет своей актуальности, ведь эти две даты важны не только для личных или семейных поздравлений, но и для корпоративных. Екатерина Смирнова, обозреватель журнала Publish, поделилась с нами яркими, практичными и интересными типографскими решениями к весенним праздникам. Читайте и берите на заметку!

ПОДАРКИ ДЛЯ НЕЕ

Как шагнуть в весну в хорошем настроении, моментально забыв о холоде и серости? Проще всего сделать это, нарядившись в новую одежду – яркую, легкую и модную. Хит-парад женских подарков открывает **шелковый платок.** Казалось бы, при чем здесь типография? Дело в том, что вся эта красота печатается на специальных текстильных принтерах с использованием экологичных чернил. Они водорастворимы, но при этом благодаря особой технологии нанесения остаются устойчивыми к стиркам и трению. Принтер позволяет печатать сразу несколько разных дизайнов (макетов), и на цене это никак не отразится. Принт можно выбрать в типографии или предложить свой вариант. Срок изготовления заказа, как правило, 5–14 рабочих дней.



Фото: шелковый платок, lookstudio на Freepik

Ранняя весна опасна переменчивой погодой, поэтому в каждой дамской сумочке должен быть стильный **компактный зонтик.** Только не одноразовый вариант «до первого порыва ветра», а надежный и красивый. Тогда его будут долго и с удовольствием носить, а дарителя вспоминать с благодарностью. Из последних трендов – кожаные зонты и модели с внутренним рисунком. Что касается самого принта, в моде цифровые и виртуальные мотивы, отсылающие нас в мир компьютерных игр, фэнтези или космоса. Необычный вариант подарка – **зонт-сумка.** Держать в руке мокрый зонт или упаковывать его в узкий чехол не слишком приятно, а вот превратить в мини-сумочку очень удобно. Брендировать можно ручку, хлястик или один из клиньев зонта.

Также порадуют прекрасную половину человечества сумка-шопер, набор косметичек, скретч-карта с секретным защитным слоем, за которым спрятан сюрприз (например, посещение спа-салона), очаровательный мини-пазл, набор стильных свечей или сладкий адвент-календарь – да-да, все это тоже есть в типографиях.



Фото: мини-пазл, типография «Помидор»



Фото: шоколад, типография «Помидор»



Фото: зонт-сумка Molti, «Проект 111»



Фото: упаковка, типография «Помидор»



Фото: шелковый платок, KamranAydinov на Freepik

ПОДАРКИ ДЛЯ НЕГО

Как известно, мужчины менее придирчивы к подаркам и «дареному коню в зубы не смотрят». В приоритете у сильной половины человечества полезные презенты. Один из них – **парковочная визитка** с комплектом магнитных цифр для набора номера телефона. Ее можно разместить на приборной панели автомобиля, и окружающие смогут предупредить владельца машины, если он забыл закрыть дверь, не погасил габаритные огни, или его автомобиль мешает кому-то проехать. Есть варианты автовизиток со светящимися в темноте цифрами. Подарок легко забрендировать с помощью **УФ-печати.** Но сделать это лучше максимально деликатно и ненавязчиво, не нарушая стильный вид девайса.



Фото: несессер Molti, «Проект 111»

Еще один беспроигрышный вариант – **несессер** (дорожная сумка-органайзер) для мелких предметов: незаменимая вещь в поездках и командировках. Как правило, в нем хранят бритвенные и гигиенические принадлежности, ключи, наушники, лекарства. Для каждого предмета предусмотрено свое отделение, благодаря чему вещи не смешиваются. Нанести логотип или рисунок на несессер можно разными способами, один из них – **DTF-печать.** Это относительно новый, но уже очень популярный вид печати, которая отлично передает яркие и насыщенные цвета и подходит для небольших тиражей.

Можно также рассмотреть в качестве подарка **набор для домашнего приготовления настоек –** в этом случае брендируют упаковку, бутылку, вложенные в подарок шоколадную открытку или сертификат на впечатление (например, прыжок с парашютом или полет на воздушном шаре).



Фото: впечатление в подарок, типография «Кегли принт»



Фото: парковочная визитка, «Проект 111»

ДЕЛО В ДЕТАЛЯХ

Подарок будет работать, если он полезный и индивидуальный – «не как у всех». И здесь на первый план выходят детали. Именно они позволяют сделать вещь особенно привлекательной. Применительно к одежде и обуви это вставки, нашивки, а также съемный декор – элементы, которые можно менять в зависимости от настроения. Например, кроссовки со сменными липучками и шнурками или худи со съемными накладными карманами и надписями. **Цифровая печать** позволяет все это сделать: прелесть «цифры» не только в скорости, но и возможности заказать тираж от одного экземпляра.



Фото: худи со съёмными карманами





Фото: открытка, типография «Помидор»

АКЦЕНТ НА КРАСОТЕ

По-настоящему уникальными и удивительно красивыми делает подарки цифровое облагораживание – **фольга и выборочный лак.** Эти техники позволяют выделить определенные области, добавить 3D-эффекты и придать приятные тактильные ощущения печатной продукции. В отличие от шелкографии, лак будет выглядеть более «глянцево». А при нанесении фольги можно не только получить объем, но и пропечатать очень тонкие линии. Повторить подобные эффекты в традиционной технике печати будет или очень дорого, или просто невозможно.

Дарите с душой, проявляйте творческий подход, старайтесь наполнить подарок смыслом, чтобы в нем обязательно читалось «Мы о вас думали». Тогда это будут не зря потраченные силы и средства.

Екатерина Смирнова, обозреватель журнала Publish



Подушки, узбекский шелковый бархат, окрашенный вручную в технике икат Troubadour



Арт-фотография
Владимир Аносов
4rooms_photo



Поднос,
ручная роспись
Ethnicraft / «Предметы»





Пиала, ручная работа
«Простые вещи»

Арт-фотография, Елена Малышева
4rooms_photo

НЕСЛУЧАЙНЫЕ ВЕЩИ: ПОДАРОК ДОМУ И СЕБЕ

Добрые истории и светлые эмоции – то, что сегодня нужно всем. Если вы относитесь к дому как к месту личной психотерапии, выбирайте для него неслучайные вещи. Какие? Расскажет декоратор Юлия Вавилина.



ЮЛИЯ ВАВИЛИНА,
декоратор жилых интерьеров
и мебельных магазинов



Левитирующее растение в кашпо
Levitera

Посуда, ручная работа
«Простые вещи»



Возвращаясь к себе, ищешь не бренды, а людей; не слоганы, а авторский взгляд; не идеально растиражированное, а ручное и уникальное. Керамику, хранящую тепло чьих-то рук. Фотографию или принт, позволяющие увидеть мир чужими глазами. Не печать, а роспись красками – ее интересно рассматривать вблизи. Человеку нужен человек. И его истории.

За душевными и колоритными подарками идите в магазины социального проекта **«Наивно? Очень»** и инклюзивных мастерских **«Простые вещи»,** которые обучают людей с ментальными особенностями творческим профессиям и помогают им в трудоустройстве. Здесь вы найдете авторскую посуду и деревянные доски для кухни, декор и текстиль с ироничными надписями («У вас все дома?»), бутылки для воды и растения в кашпо.

Крупные бренды также поддерживают запрос на живые истории и конкретные имена. Коллаборации с дизайнерами не претендуют на ремесленную штучность и минимальную дистанцию с автором. Они делают ставку на тренды и новаторство (идеи, технологии, визуал).

И да, рассказывать истории умеют не только люди. Это блестяще (хоть и без слов) могут сделать национальный узор или техника окрашивания текстиля с вековой традицией, образы архитектурных памятников и знаковых достопримечательностей, ароматы для дома, навевающие ассоциации и воспоминания. Все эти «говорящие» вещи добавляют пространству новые смыслы и глубину.



Арт-фотография
Андрей Годяйкин
4rooms_photo



Тарелка «Сирень»
Тимур Штроман
«Наивно? Очень»



Арт-фотография
Андрей Годяйкин
4rooms_photo



Сувенирный набор «Мариинский театр»
Наталья Наниева (проект «Тот самый Петербург») и Мариинский театр



Дизайнерская ваза Thora Finnsdottir
и Dottir Nordic design / «Предметы»

Аромасвеча в стакане из бутылки,
ручная работа / Aromica



Тарелка «Весна в Хохловском»
Тимур Шторман
«Наивно? Очень»

Дизайнерская подушка
Абай Жумагулов и Tkano



Дизайнерские свечи
Николай Никитин и Tkano



Датчик движения,
включающий звуки океана
Relaxound / «Предметы»

Окружающая обстановка может радовать не только глаз. Слушайте звуки моря и леса с помощью дизайнерских гаджетов для дома. Выбирайте аромат под настроение: нужно расслабиться или взбодриться? Добавьте в ваш интерьер движение или медитацию, поставив на полку левитирующее растение в кашпо или горящие свечи. Атмосферу можно создать, а настроение – выбрать.

Обновляя дом, делайте подарок в первую очередь себе. Пусть во времена хаоса и перемен ваше настоящее создают только близкие люди и неслучайные вещи.



Бутылка для воды
Роман Горшенин
«Наивно? Очень»



Дизайнерский текстиль
Atelier Ahokas и Tkano



Посуда и доски,
ручная работа
«Простые вещи»



Картина «Промзона 1», Роман Горшенин
«Наивно? Очень»

ДАРИТЕ ПОДАРКИ, ДЕЛАЙТЕ ДОБРО

В последнее время многие крупные компании отказываются от традиционных бизнес-сувениров, направляя выделенный на них бюджет на благотворительные цели. Это, безусловно, похвальная тенденция, но мы предлагаем подойти к вопросу немного по-другому: ведь можно одновременно и делать добро, и радовать сотрудников, коллег и партнеров корпоративными подарками, наполненными теплом и смыслом. Сегодня в рамках рубрики «Социальный проект» мы расскажем об особенном маркетплейсе «Москва – добрый город», который был создан в 2021 году и объединил более тысячи мастеров из 32 некоммерческих организаций (НКО). В этом уникальном онлайн-магазине представлен каталог изделий, созданных горожанами с инвалидностью, а также людьми, находящимися в трудной жизненной ситуации. Проект реализует специализированный центр занятости «Моя карьера» при поддержке Департамента труда и социальной защиты населения города Москвы.

За полтора года работы площадки было продано около 15 тысяч товаров на сумму более 9 миллионов рублей. Для подопечных инклюзивных и социальных мастерских некоммерческих организаций это не только заработок, но и большая часть жизни – общение, развитие и новый опыт.



Сегодня каталог социального маркетплейса насчитывает около 500 подарков ручной работы от особых мастеров. Это игрушки, изделия из дерева и глины, декор и аксессуары для дома, текстильные и вязаные товары, фарфор и фаянс, бижутерия, полиграфическая продукция и многое другое.





Участники проекта активно развивают направление бизнес-подарков и, конечно, учитывают потребности корпоративных клиентов: все изделия можно заказать с доставкой, брендировать или выполнить в индивидуальном дизайне. А подобрать подарки под ваш запрос, бюджет или мероприятие поможет персональный менеджер.





Наталья Тюшкевич, заместитель директора центра «Моя карьера»: «Социальный маркетплейс «Москва – добрый город» помогает компаниям найти уникальные корпоративные подарки, а москвичам с инвалидностью дает возможность занятости и дополнительного заработка. Эксклюзивные художественные изделия подопечных НКО удивят и порадуют ваших бизнес-партнеров, клиентов, сотрудников. Секрет в том, что эти сувениры согреты теплом талантливых горожан, которые находятся в тяжелой жизненной ситуации. Так что такие подарки будут одновременно и оригинальными, и полезными».



У многих мастерских, представленных на онлайн-площадке, уже появились солидные корпоративные заказчики. Так, сеть гипермаркетов «Глобус» заинтересовалась продукцией мастерской «Артель Блаженных» и закупила 750 новогодних подарков. А один из производителей головоломок заключил соглашение с «Артелью» на выполнение работ по изготовлению и упаковке своей продукции. Другой кейс: рекламное агентство «Гудс» разместило в Центре адаптации и развития для людей с ментальными особенностями «Изумрудный город» заказ на изготовление свечей из вощины, открыток из бумаги ручного литья и печать шелкографией на этих открытках.











Станьте корпоративным заказчиком социального маркетплейса – и вы сможете:

- порадовать сотрудников, клиентов и партнеров креативными подарками ручной работы,
- выделиться среди конкурентов и поддержать имидж компании через благотворительность,
- поддержать нуждающихся и сделать доброе дело.











«Москва – добрый город» регулярно участвует в отраслевых выставках и мероприятиях, чтобы каждый желающий мог лично ознакомиться с продукцией и деятельностью мастерских социально ориентированных НКО.

Кроме того, проект бесплатно обучает их сотрудников: дает необходимые знания о продвижении подарков и сувениров для продажи москвичам и столичным компаниям, о привлечении новых клиентов и инвестиций в проекты. Занятия проводятся два раза в месяц. Программа состоит из восьми модулей по таким важным темам, как воронка продаж, целевая аудитория, ценностное предложение, взаимоотношения с клиентом, привлечение инвестиций, тайм-менеджмент, создание и продвижение сайтов.

Заказывайте корпоративные подарки, сувениры и мерч, изготовленные руками особых мастеров, – так вы поможете социально незащищенным людям и привнесете в мир частичку добра и любви. GR

Фото: Социальный маркетплейс «Москва – добрый город»

Социальный маркетплейс «Москва – добрый город»
https://dobrayamoskva.ru/stores/

«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА» ОТ А ДО Я



Анна Михайлова

В 2022 году команда журнала GIFT Review запустила новый отраслевой проект «Сувенирная Точка». Это онлайн-центр закупок сувенирной продукции в формате индивидуальных видеопереговоров между поставщиками и заказчиками бизнес-подарков, промотоваров, мерча. Пилотная сессия мероприятия прошла с 18 по 29 июля, вторая – с 3 по 18 октября 2022 года. Поскольку формат «Сувенирной Точки» является новаторским для рекламно-подарочного рынка, у потенциальных участников до сих пор возникает много вопросов. Выпускающий редактор GIFT Review Анна Михайлова подробно ответила на основные из них и рассказала об итогах осенней сессии ивента.

GIFT Review: Что такое «Сувенирная Точка»?

Анна Михайлова: «Сувенирная Точка» – это онлайн-проект, который объединяет поставщиков и заказчиков сувенирной продукции и помогает им находить партнеров и клиентов, не выходя из офиса. Зарегистрировавшись в личном кабинете на сайте www.gift-meet.ru, участник находит интересующие компании в каталоге и назначает им встречи в удобное для него время в специальном календаре. Аналогичным образом в его личный кабинет приходят приглашения от других экспонентов, которые он может принять или отклонить по своему желанию. После подтверждения встречи обеими сторонами в личном кабинете появляется ссылка на видеовстречу, и в назначенное время компании проводят переговоры в Zoom. Процесс поиска контрагентов и назначения встреч обоюдный: как поставщики, так и заказчики могут найти подходящего бизнес-партнера по многим параметрам – виду продукции, стоимости, минимальному тиражу, возможности брендирования, географическому положению.

GR: Расскажите, пожалуйста, какие категории поставщиков и заказчиков представлены на платформе.

А.М.: К поставщикам может относиться любая компания, предлагающая бизнес-сувениры, подарки, мерч, промопродукцию: производители, рекламные и ивент-агентства. К заказчикам – все компании, закупающие корпоративные подарки, а также ритейлеры – сувенирные магазины самых разных форматов.

GR: Как вы набираете заказчиков? Наверное, это в основном подписчики журнала?

А.М.: В том числе, но не только. Мы активно продвигаем проект на офлайн- и онлайн-площадках. Посещаем различные тематические выставки, беседуем с экспонентами, выясняем, заказывают ли они корпоративные подарки и интересует ли их новый, «удаленный», формат поиска поставщиков сувенирки. Это, например, такие проекты как «Металл-Экспо», MITEX, Pharmtech & Ingredients, «Электроника России», «Химия», «Текстильлегпром», Rusweld, CleanExpo, «Технофорум», CPM Moscow и другие. Общаемся с заказчиками и поставщиками бизнес-подарков на отраслевых выставках, в которых принимаем участие – а это практически все мероприятия, связанные с промоиндустрией. Даем анонсы «Сувенирной Точки» на профильных интернет-ресурсах, на сайте журнала www.gift-review.ru, в соцсетях. Делаем рассылки по нашей базе подписчиков, которая насчитывает более десяти тысяч компаний. Производим адресный обзвон потенциальных участников. Кроме того, большую информационную поддержку нам оказывают партнеры – хорошо известные всем на рынке крупные компании, такие как Oasis, «Нью-Тон», Национальная Ассоциация Организаторов Мероприятий (НАОМ) и другие.



> **Судостроительный завод «Вымпел»:** «Удобный онлайн-формат, практически под любой запрос можно найти подходящего поставщика. Приятно, что организаторы «Сувенирной Точки» помогают в любых вопросах: от входа в личный кабинет до рекомендации, с какими поставщиками лучше связаться по той или иной продукции».

ЗАЧЕМ УЧАСТВОВАТЬ?

ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ:

- найти новых поставщиков сувенирной продукции не выходя из офиса и провести индивидуальные переговоры в удобное время,
- узнать о новинках и трендах в промоиндустрии,
- сделать предзаказ или запросить образцы.

ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ:

- найти новых клиентов – заказчиков бизнес-подарков и промопродукции,
- получить прямые контакты лиц, принимающих решение по вопросам сотрудничества и закупок.



GR: А поддерживаете ли вы контакт с участниками и после регистрации, уже в ходе мероприятия?

А.М.: Конечно! Мы очень ответственно и трепетно относимся ко всем участникам и хотим, чтобы для каждого «Сувенирная Точка» прошла максимально успешно и эффективно. Например, если мы видим, что та или иная компания назначает мало онлайн-встреч, мы связываемся с ее представителем лично и объясняем, почему важно проявлять себя максимально активно. Это ежедневная кропотливая работа, которая требует много сил и времени. То есть у нас нет такого: человек зарегистрировался на платформе, а дальше предоставлен сам себе. Мы всегда на связи с участниками, постоянно мониторим, как идет процесс назначения встреч, если надо, помогаем, объясняем, даем советы – короче говоря, делаем все, чтобы каждый заказчик нашел интересующего его поставщика и лучшие бизнес-подарки, а каждый поставщик – как можно больше перспективных клиентов. Кроме того, после завершения каждой сессии «Сувенирной Точки» мы обязательно общаемся с участниками, обратная связь для нас очень важна. Рассылаем опросники, собираем и анализируем отзывы, стараемся учесть все пожелания.

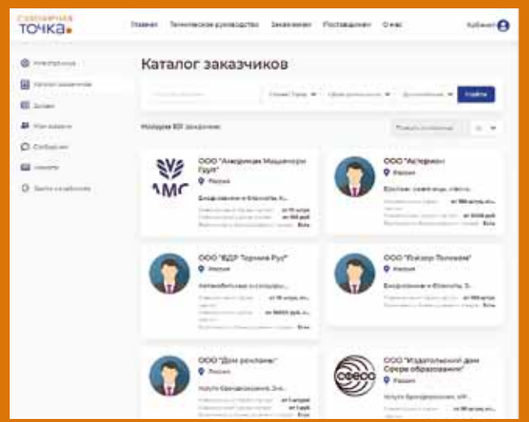
> **«Ярче Всех»:** «Впечатления от мероприятия самые положительные, все быстро, четко, удобно!»
>
> **«ПОНИ» (ТМ «Адьютант»):** «Мы остались довольны участием. Технически все хорошо организовано, большой выбор компаний-заказчиков. Отдельно хотелось бы отметить функционал личных сообщений – это очень полезный раздел, с помощью которого нам удалось проинформировать о своей продукции и услугах те компании, которые не подтвердили встречи, и от многих получить отклики. Также было удобно отправлять дополнительную информацию после онлайн-переговоров».
>
> **ИП Кудинова Н.В./«Амберкинг»:** «Спасибо вам за организацию «Сувенирной Точки»! Мы уже получили новые заказы, участие в мероприятии окупилось. С нетерпением ждем следующей сессии, обязательно будем участвовать».

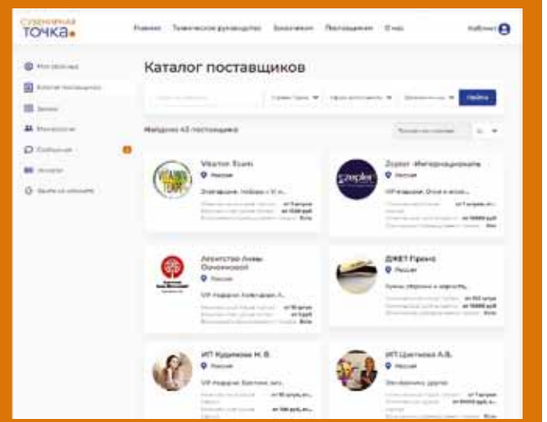
GR: Есть ли среди заказчиков компании, закупающие подарки на тендерной основе?

А.М.: Таких компаний практически нет. Потому что наш формат ориентирован на активное общение и реальные заказы. Он вряд ли подойдет тем, кто привык работать с поставщиками посредством проведения тендеров, хотя, конечно, наша платформа открыта для всех.

> **MURAL:** «Очень удобный формат и время проведения мероприятия – перед стартом сезона. Достаточное количество заказчиков, хорошая техническая организация, адекватная цена за участие. Скорее всего, примем участие и в следующей сессии «Сувенирной Точки».

КРАТКО О ФОРМАТЕ: зарегистрировавшись в личном кабинете онлайн-платформы www.gift-meet.ru, участник находит интересующие компании в каталоге и назначает им встречи в удобное для него время в специальном календаре. Аналогичным образом в его личный кабинет приходят приглашения от других участников, которые он может принять или отклонить по своему желанию. После подтверждения встречи обеими сторонами в личном кабинете появляется ссылка на видеовстречу, и в назначенное время компании проводят индивидуальные переговоры о сотрудничестве.





GR: А есть ли среди поставщиков представители каталогов?

А.М.: Их очень мало. Каталогам наше мероприятие может быть интересно только в плане популяризации своей продукции. То есть они могут рассказать конечным клиентам о своих товарах, показать образцы, но для оформления заказа перенаправят их к своим дилерам.

GR: Как представители агентств и производители «уживаются» на одной площадке?

А.М.: Мы знаем, что у некоторых коллег сложилось мнение, что нельзя «смешивать» на одной площадке рекламные агентства и прямых поставщиков/производителей. Что они якобы будут «отнимать хлеб друг у друга», и это чревато недобросовестной конкуренцией, разглашением конфиденциальной информации, путаницей с ценами и т.д. Спешим развеять этот миф – ничего подобного у нас никогда не было и, надеемся, не будет. Ведь по большому счету «Сувенирная Точка» – это онлайн-аналог обычной отраслевой выставки, где всегда представлена продукция и рекламных агентств, и каталогов, и производителей. А в качестве посетителей на офлайн-выставках присутствуют и конечные заказчики, и представители рекламных агентств. И все всегда находят интересующие их предложения и бизнес-партнеров без каких-либо конфликтов и недопониманий. Так и здесь: разница только в том, что мероприятие проходит в онлайн-формате. Кроме того, для удобства участников у нас в планах выделить рекламные агентства в отдельный список при поисковой выдаче: например, с помощью специального чек-бокса, проще говоря, «галочки».

GR: Спасибо, с этим вопросом разобрались! Пожалуйста, расскажите о том, как прошла вторая сессия «Сувенирной Точки».

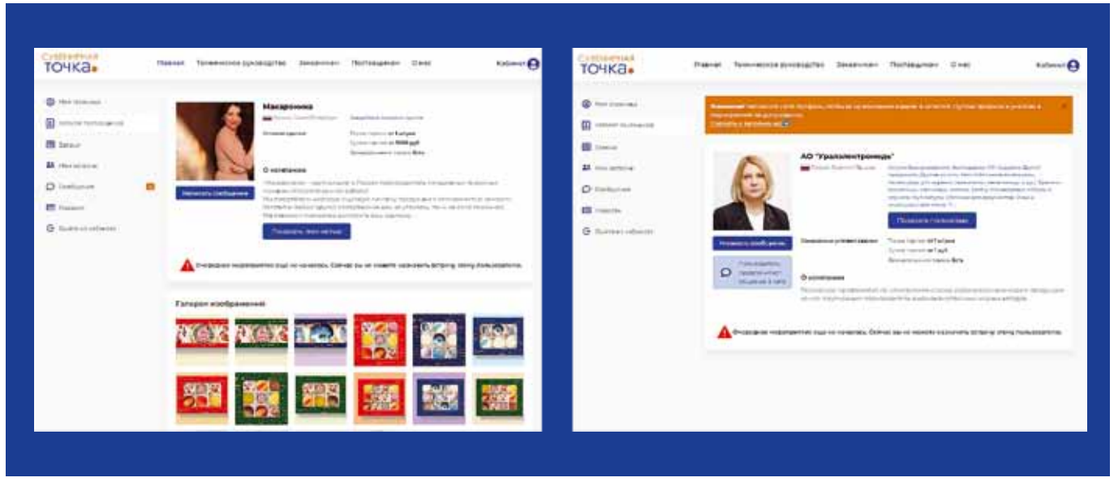
А.М.: Мы решили провести ее в начале октября – в разгар высокого сувенирного сезона – и остались довольны прогрессом по сравнению с пилотным мероприятием, которое состоялось в июле. Ключевые показатели проекта возросли примерно в полтора раза: было проведено около 220 встреч, на платформе зарегистрировались 50 поставщиков и более 100 заказчиков. Еще один «говорящий» момент: летом мы получали положительные отзывовы от участников, но конкретики по заключенным договорам там практически не было, в основном все находились на стадии обсуждения заказов. А осенью из заполненных опросников мы узнали, что уже было заключено несколько сделок, а один заказчик даже прислал нам фото полученных подарков со словами благодарности.

Конечно, не обошлось и без «ложки дегтя»: после известных событий в сентябре этого года некоторые поставщики и заказчики отменили свое участие в «Сувенирной Точке» из-за общей неопределенности ситуации – в стране вообще и в бизнесе в частности. Конечно, мы отнеслись к этому с полным пониманием. Одно можно сказать с уверенностью: сейчас мы наблюдаем тренд на снижение средней стоимости чека в промоиндустрии. Поэтому категория VIP-подарков была востребована меньше, чем раньше – в том числе из-за сокращения и пересмотра корпоративных бюджетов.

Кроме того, нас опять не миновал «бич» нашей отрасли – инертность некоторых заказчиков. Например, зарегистрировалась одна очень крупная компания, мы анонсировали ее участие, а в итоге они не провели ни одной встречи. Более того, уже в процессе мероприятия мы были вынуждены деактивировать несколько учетных записей таких «заказчиков-молчунов», так как они полностью игнорировали поступающие им заявки и личные сообщения от поставщиков, несмотря на наши многочисленные звонки, просьбы и уговоры. Больше эти компании мы приглашать не будем. И, конечно, наша цель – повышение активности заказчиков, для чего мы будем как увеличивать их количество, так и продолжать проводить «разъяснительную работу».

GR: А если формат видеовстреч неудобен для компании по каким-то причинам? Как быть в этом случае?

А.М.: Кроме видеопереговоров на платформе есть и другой канал коммуникации – личные сообщения (чат). Как показала практика, это очень востребованный раздел, который позволяет эффективно общаться с теми участниками, кто предпочитает переписку или у кого есть внутрикорпоративный запрет на использование сторонних видеоплатформ, таких как Zoom. В будущем мы планируем некоторые технические усовершенствования, которые сделают формат личных сообщений еще более удобным для пользователей.





«СМЗ»: «Большое спасибо! Благодаря «Сувенирной Точке» мы нашли партнера по бизнес-подаркам – компания изготовила для нас брендированные наборы для виски в подарочной упаковке».

«ЮниТранс»: «Спасибо за организованное мероприятие, благодаря вам мы нашли двух новых поставщиков сувенирной продукции и получили много идей и вдохновения!»

GR: Какие советы вы можете дать участникам – что делать, чтобы мероприятие прошло успешно и эффективно?

А.М.: Первое и главное, что хочется сказать поставщикам – активно назначайте встречи заказчикам. Не стоит сидеть и ждать, когда они первыми обратят на вас внимание. Назначайте встречи как можно большему количеству компаний, так вы проведете больше результативных переговоров. Пусть вас не смущает то, что клиент ищет категорию подарков, которой нет в вашем ассортименте. Ведь часто бывает так, что компания изначально интересовалась одним продуктом, а в итоге выбрала совершенно другой. Сопровождайте заявку на онлайн-встречу коротким письмом в чате – расскажите о себе, о предлагаемой продукции. Так потенциальный заказчик будет воспринимать вас более «адресно», и ваша заявка не затеряется среди других. Ответственно и креативно подойдите к оформлению страницы компании на платформе – обязательно опишите род деятельности, преимущества работы с вами, какие подарки вы предлагаете, в чем их особенности. Добавьте красивые яркие фотографии продукции, презентации, коммерческие предложения, прайс-листы. Будьте на связи, оперативно реагируйте на заявки и личные сообщения. И наконец, будьте пунктуальны, не опаздывайте на встречи.

ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-ФОРМАТА «СУВЕНИРНОЙ ТОЧКИ»:

- экономия времени,
- безопасность в период пандемии,
- экономия средств,
- адресное и подробное общение,
- нужные именно вам поставщики,
- перспективные заказчики.

Заказчикам мы также советуем проявлять себя активно, не «отмалчиваться», назначать встречи и отвечать на сообщения. А тем из них, кто провел наибольшее количество онлайн-встреч, мы дарим классные призы! Летом это были электрические штопоры с набором винных аксессуаров и профессиональный фильм в формате бизнес-интервью, а осенью – подарочные сертификаты OZON на сумму 3000 рублей.

«Промосувенир»: «Нам очень понравилась организация мероприятия. Удобно, что можно в удаленном режиме с помощью видеопереговоров решать свои бизнес-задачи. Заказчики были настроены на сотрудничество, со многими сейчас ведем переговоры о поставках. Из нюансов: как мы поняли, надо проводить больше вводной работы с менеджерами отдела продаж перед стартом онлайн-мероприятия. И выделять отдельного сотрудника для полноценной работы на платформе на период участия».



GR: А если участник недоволен тем, как все прошло? Ваши действия как организаторов?

А.М.: Мы предоставляем адекватную компенсацию всем поставщикам, для которых участие в мероприятии платное. Если вдруг случилось так, что у компании не состоялось ни одной встречи (ну, всякое бывает – например, не подошел никто из заказчиков или наоборот), то мы оказываем рекламные услуги на ту же сумму. Например, предоставляем бесплатный рекламный онлайн-пакет на ресурсах журнала GIFT Review сроком на три месяца. Поэтому рисков для участников практически нет.

GR: И в завершение разговора поделитесь, пожалуйста, вашими планами по развитию проекта.

А.М.: Мы скоро оповестим всех о датах проведения «Сувенирной Точки» в 2023 году. Планируем увеличить количество заказчиков до 200 и более, чтобы мероприятие прошло еще активнее и все участники нашли подходящих бизнес-партнеров. В планах также сделать несколько технических усовершенствований на платформе для большего удобства пользователей. До встречи! GR

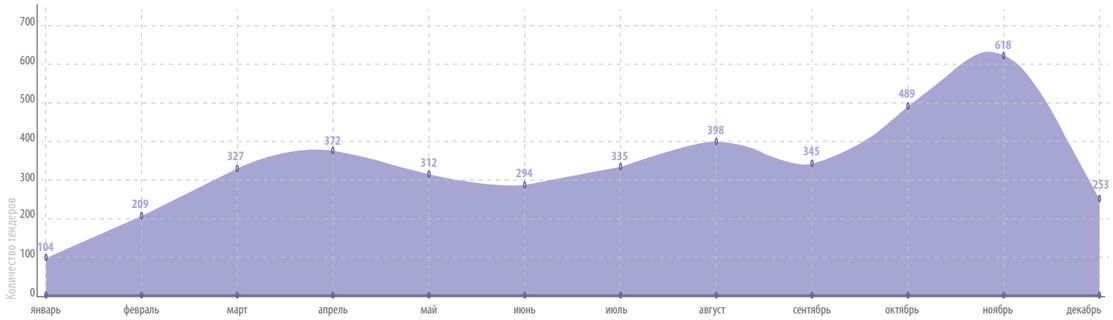
ПОТОРГУЕМСЯ? СУВЕНИРНЫЕ ТЕНДЕРЫ 2022 ГОДА

Поставка сувенирной продукции для бюджетных организаций, корпораций с государственным участием и все большего количества коммерческих компаний осуществляется через тендеры на специализированных электронных торговых площадках. Если вы планируете заниматься поставками корпоративных подарков и промотоваров на конкурсной основе, то наилучшим образом оценить эту сферу поможет аналитика. Ее подготовили наши партнеры из компании Derten, занимающейся тендерным сопровождением.

СУВЕНИРНЫЙ ТЕНДЕРНЫЙ РЫНОК В 2022 ГОДУ

Общее количество тендеров на бизнес-подарки и промопродукцию в 2022 году составило 4 056 процедур.

График 1. Количество сувенирных тендеров за 2022 год

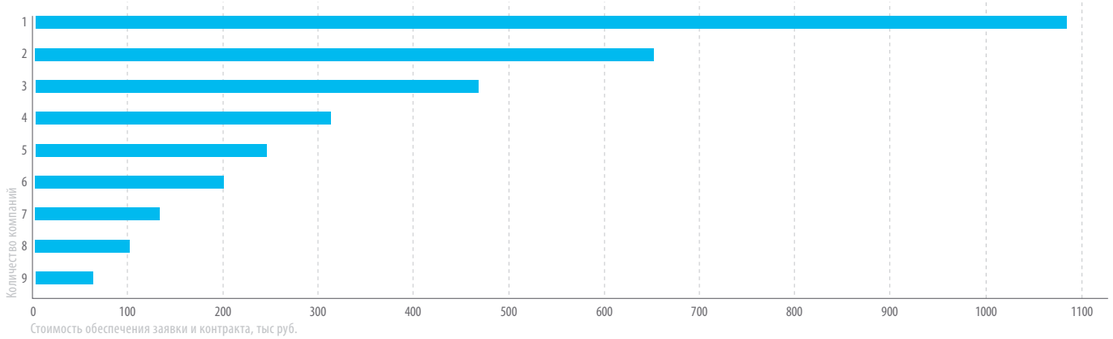


Согласно динамике торгов, представленной на графике 1, данная сфера имеет ярко выраженную сезонность. Большее количество тендеров приходилось на март, апрель, октябрь и ноябрь, – в эти месяцы в среднем публиковалось от 300 до 600 процедур. Меньше всего торгов проводилось в январе – около 100 опубликованных процедур.

Среднее падение цены от начальной максимальной цены контракта (НМЦК) составило 19,4%, в 2021 году этот показатель был немного выше.

Количество участников в большинстве торгов составило от одной до трех компаний, что считается довольно низкой конкуренцией. Около 23,3% от всех заказов разыгрывалось без снижения цены. Самая высокая конкуренция была в тендерах, где отсутствовало обеспечение заявки и контракта, – там этот показатель достигал девяти и более участников. Также конкуренция была значительно выше в тех закупках, где был предусмотрен аванс. Самая низкая конкуренция отмечалась в тендерах с высокой НМЦК и обязательным обеспечением.

График 2. Количество участников на контракт



Федеральный закон № 223 (223-ФЗ) регулирует весь механизм проведения закупок отдельными видами юридических лиц. Основные положения закона определяют приоритет конкурентных процедур закупки; возможность заказчика самостоятельно определить способы закупки, но обязательно включить в положение аукцион или конкурс; обязанность заказчиков планировать закупки и размещать ежегодный план в открытом доступе на сайте www.zakupki.gov.ru; место размещения информации и документов по проводимым закупкам и т.д. В целом, закупки по 223-ФЗ регламентированы не так строго, как процедуры по 44-ФЗ.

Федеральный закон № 44 (44-ФЗ) – специальный федеральный закон, подробно регулирующий правила госзакупок. В 2019 и 2020 годах он был существенно изменен, а некоторые нормы вступили в силу лишь в 2021 году. Закупки по 44-ФЗ проводятся за счет средств бюджета – федерального, регионального или муниципального. Поэтому правила их проведения диктует государство.

Распределение по типу заказчиков представлено на графике 3.

44-ФЗ – государственные учреждения, такие как детские сады, вузы, администрации и проч.

223-ФЗ – корпорации с государственным участием, такие как РЖД, «Газпром», «Почта России» и др.

Коммерческие заказчики – частные компании, использующие тендерную систему в своих закупках. Например, OZON, «Додо Пицца», «М.Видео».

График 3.
Типы заказчиков в сувенирных тендерах в 2022 году

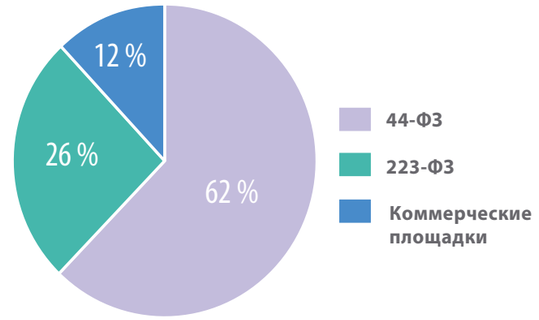


Таблица 1. Показатели сувенирных тендеров за 2022 год

Размещено	**4056**
Разыграно	**3966**
Снижение цены	**19,4 %**
Средняя цена контракта	**1 млн руб.**

Доступ к торгам	**95%**
Количество участников	**4**
Разыгранный бюджет	**3,93 млрд руб.**

По таблице 1 можно оценить среднюю цену контракта и реализуемый бюджет. Доступ к торгам составил 95% – данный показатель говорит о том, что почти все участники доходили до торгов согласно отборочным требованиям, предъявляемым заказчиками.

СТАТИСТИКА ТЕНДЕРОВ ПО РЕГИОНАМ

Традиционно больше всего тендеров в 2021 году было проведено **в Москве – 25,41%** от общей суммы тендеров. **В Санкт-Петербурге – 7,89%, в Московской области – 3,76%, в Свердловская области – 3,66%, в Красноярском крае – 3,49%, в Тульской области – 2,98%, в Нижегородской области – 2,95%.** На каждый из **остальных регионов** пришлось **менее 2,9%** от общей суммы тендеров.

ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ТЕНДЕРОВ

Не все тендерные процедуры проводятся одинаково. У каждого типа извещения есть свой регламент проведения, разные сроки и требования к поставщикам.

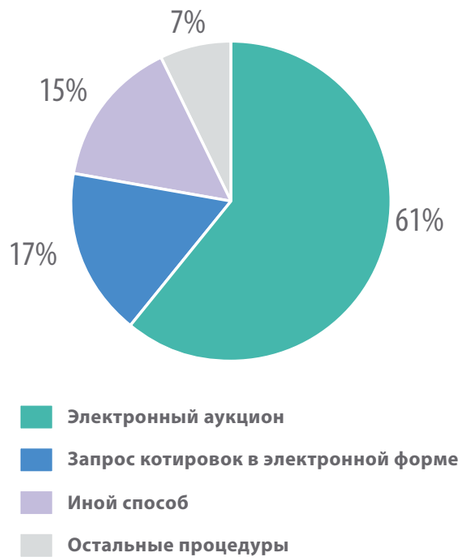
Больше всего тендеров (61%) проводилось в виде **электронного аукциона.** Данная процедура проходит в установленное заказчиком время на выбранной электронной торговой площадке (ЭТП) посредством понижения цены. Побеждает участник, который за отведенное время предоставил наименьшую цену.

Запрос котировок (17% от общего количества тендеров) схож с электронным аукционом. Отличие заключается в том, что цена устанавливается участником в момент подачи заявки. Цены других участников скрыты. После окончания приема заявок заказчик получает информацию о всех ценовых предложениях. Побеждает тот поставщик, который предложил наименьшую цену. Среди заявок с одинаковой наименьшей ценой предпочтение отдается той, которая была опубликована на площадке раньше по времени.

На третьем месте **«иной способ»** определения поставщика – 15% от общего количества процедур. Данные тендеры требуют детального изучения документации, так как не всегда важным критерием является цена. Больше всего таких тендеров проводится среди коммерческих компаний, где заказчик может обратить внимание на квалификацию поставщика, его финансовое состояние, а также ранее выполненные контракты.

На остальные процедуры пришлось около 7% от всех проводимых закупок. Требования по ним устанавливаются заказчиком в индивидуальном порядке. Чаще всего от поставщика требуются подготовка ценового предложения, графики поставок (если поставка не разовая), опыт выполнения аналогичных работ.

График 3. Виды тендеров



КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ

Чаще всего посредством тендеров в 2022 году закупали блокноты, футболки, толстовки, USB-флешки, шариковые ручки, термобутылки и термокружки, календари, пледы, медали, рюкзаки. Все эти товары запрашивались с брендированием – нанесением логотипа компании-заказчика.

Однако на этом перечень поставляемых подарков не заканчивается. В списке также подарочные книги, обложки для документов, внешние аккумуляторы и даже такая «экзотика», как мультифункциональная лопата в коробке и пресс для приготовления гамбургеров.

ИТОГИ

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что сувенирные тендеры проводятся в любом регионе России. Чем выше цена контракта, тем ниже конкуренция. Больше всего тендеров приходится на конец осени и начало весны.

Не стоит ограничиваться участием только в электронных аукционах. Конкурсы и запросы предложений стоит рассматривать, как только вы исполните несколько контрактов и появится опыт в реестре, что позволит компании проходить по квалификационным требованиям в тех закупках, где это является важным критерием для отбора потенциальных поставщиков. Также не забывайте о том, что вы можете поставлять продукцию и в другие близлежащие города, если грамотно подойти к расчету затрат на логистику.

Практически все тендеры сейчас проходят в электронном виде, закупок в «бумаге» уже почти не осталось. Поэтому в 2023 году стоит задуматься о выпуске электронной подписи и подготовке к участию вашей компании в тендерах в электронном виде, если вы вдруг еще этого не сделали.

По материалам компании Derten, www.derten.ru

Licensing World Russia
МОСКВА
28 ФЕВРАЛЯ – 2 МАРТА 2023
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
ЛИЦЕНЗИОННАЯ ВЫСТАВКА №1 В РОССИИ, СНГ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ
КОНТАКТ:
ООО «ГРАНД ЭКСПО»
Тел.: +7 (495) 258 8032
E-Mail: info@licensingworld.ru
www.licensingworld.ru
ОРГАНИЗАТОР: «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

УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТ
УЗЭКСПОЦЕНТР

13/15 апреля '23

kids central asia

www.kidscentralasia.com

ЛУЧШАЯ ИНВЕСТИЦИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

KIDS ◀ LICENSING ◀ STATIONERY

* Детские, лицензионные, канцелярские товары

Реклама



Полноцветная бирка

Съемные полноцветные патчи

IMAGE COLLECTION

СОЗДАЙ СВОЙ НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ С ИМИДЖ КОЛЛЕКШН!

МЕРЧ С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ



ПОШИВ ОДЕЖДЫ ПОД ЗАКАЗ:

- Толстовки
- Футболки
- Поло
- Дождевики
- Худи
- Бейсболки
- Ветровки
- Форма
- Носки
- Сумки
- Рюкзаки
- Шоперы
- Жилеты
- Вязаные изделия
- Куртки
- Пледы

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви», г. Москва, Электролитный проезд, 3, стр. 33, тел.: +7 (495) 225-99-53
www.p-i-v.ru www.all4promo.ru

Реклама