ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

GIFT REVIEW

№ 47/2023

www.gift-review.ru

18+

СТАТИСТИКА
Аналитика рынка 2022-23: хиты, тренды, прогнозы

ЛИКБЕЗ
«Дама сдавала в багаж диван, чемодан, саквояж...»

АКТУАЛЬНО
«Мой бизнес»: государственная поддержка для предпринимателей

ОНЛАЙН
Продавать онлайн: всё о маркетплейсах

XLOPOK

НОВОЕ ИМЯ В ПРОМООДЕЖДЕ



• ВЫШИВКА
• ТЕРМОТРАНСФЕР
• ДТФ
• ШЕЛКОГРАФИЯ
• ЛЕЙБЛ

ФУТБОЛКИ •
ПОЛО •
ХУДИ •
ПАНАМЫ •
ШОПЕРЫ •
ТОЛСТОВКИ •
БАНДАНЫ •

+7 (495) 414 13 17
+7 (977) 411 13 17

ПОДРОБНОСТИ НА
PROMOSOUVENIR.RU

Реклама


LibertyJones
Реклама



Компания **FineDesignGroup** — оптовый поставщик
и эксклюзивный дистрибьютор **Liberty Jones** в России.
+7 (495) 540-48-60 / 8 (800) 550-72-98 для регионов / www.finedesigngroup.ru

Реклама

СОДЕРЖАНИЕ

5 АКТУАЛЬНО

6 БРЕНДЫ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ВСТРЕЧАЕМ ВЕСНУ, ГОТОВИМСЯ К ЛЕТУ!

10 БРЕНДЫ
ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ «КОЛОМЕЕВ»: ГОТОВИМСЯ К НОВОМУ ГОДУ ЗАРАНЕЕ!

14 БИЗНЕС-ГАЛАНТЕРЕЯ
MEDIA GIFT: КОЖА – ЭТО МОДНО!

16 СТАТИСТИКА
АНАЛИТИКА РЫНКА 2022-23: ХИТЫ, ТРЕНДЫ, ПРОГНОЗЫ

26 БРЕНДЫ
KESSAK: УНИКАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ИЛИ ПАРТНЁРОВ

28 КОМПАНИЯ С ОБЛОЖКИ
XLOPOK – НОВОЕ ИМЯ В ПРОМОИНДУСТРИИ

31 КОМПАНИЯ С ОБЛОЖКИ
НЕ ТОЛЬКО ТЕКСТИЛЬ: ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ ОТ ПРОМОСУВЕНИР.РФ

32 СЕГМЕНТ
IDEALIST: ВСЁ О НАГРАДНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ ДЕРЕВА

34 ТЕХНОЛОГИИ
«АТЕЛЬЕ МАРИНЫ ЧИСТОВОЙ»: ТЕКСТИЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ВЕСНЫ 2023

36 БИЗНЕС-ГАЛАНТЕРЕЯ
SOUND LEATHER: ОСОБЕННЫЙ ПОДХОД К ПОДАРКАМ ИЗ КОЖИ

38 АРТ-ПОДАРКИ
TACILIA: ДЛЯ ВЛЮБЛЕННЫХ В СЕВЕР

40 ЛИКБЕЗ
«ДАМА СДАВАЛА В БАГАЖ ДИВАН, ЧЕМОДАН, САКВОЯЖ...»

48 СЕГМЕНТ
«НЬЮ-ТОН»: ВЫБИРАЕМ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ

52 СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
ПРОСТЫЕ ВЕЩИ В НОРМАЛЬНОМ МЕСТЕ

56 АКТУАЛЬНО
«МОЙ БИЗНЕС»: ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

58 ОНЛАЙН
ПРОДАВАТЬ ОНЛАЙН: ВСЁ О МАРКЕТПЛЕЙСАХ

64 ВЫСТАВКИ
PSI 2023 – ОБРАТНО В РЕАЛЬНУЮ ЖИЗНЬ!

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
№ 47/2023
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.





Юнита

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

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

Новогодние открытки



23 Февраля





С днем рождения



8 Марта





«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ВСТРЕЧАЕМ ВЕСНУ, ГОТОВИМСЯ К ЛЕТУ!

GIFT Review продолжает серию статей 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. В этом обзоре представлены драгоценные подарки от «Русских Самоцветов» – универсальные и тематические, изящные и брутальные, классические и авангардные.

ВЕСЕННЕ-ЛЕТНЯЯ ТЕМАТИКА



ЭМАЛЕВО-ФИЛИГРАННЫЕ ИЗДЕЛИЯ



В 50-х годах XX века «Русские Самоцветы» возродили старинную технику изготовления эмалево-филигранных изделий. В эту категорию входят шкатулки, предметы сервировки стола, чайные пары, флаконы для духов и многое другое. Изделия декорированы растительными орнаментами и цветочными мотивами, оттенки завораживают плавными переливами, а ажурные узоры выполнены мастерами исключительно вручную, каждый предмет уникален. Любой из этих необычных и атмосферных аксессуаров станет прекрасным подарком, который долгие годы будет напоминать получателю о нежности весны и ярких красках лета.

СТОПКИ-ПЕРЕВЕРТЫШИ

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.

СИТЕЧКО «БАБОЧКА»



С приходом весны так хочется ярких красок и тепла! Бабочки в технике эмалево-филигранной эмали не потеряют своего блеска даже с годами, ведь именно эта технология славится своей долговечностью. Вдохновляясь хрупким и драгоценным созданием природы, художники «Русских Самоцветов» разработали неповторимый образ защипа для ситечка на цепочке. Изделие выполнено в серебре, ручная работа.

Реклама

ПАСХА

ИЗДЕЛИЯ В ТРАДИЦИЯХ КАРЛА 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-подвески и яйца-шкатулки, выполненные по канонам великого ювелира, а также уникальную эмалево-филигранную посуду, расписанную традиционными русскими узорами.





ПРАВОСЛАВНЫЕ НАБОРЫ

Драгоценные православные предметы изготовлены из серебра самой высокой пробы. Изделия имеют закругленные края, что делает их комфортными для повседневного использования. Вы можете самостоятельно собрать набор из понравившихся по дизайну ложечки, миниатюрного крестика и иконы. Комплект будет упакован в специальную подарочную коробку.



«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.

ШАРМЫ-ПОДВЕСКИ С БИБЛЕЙСКИМИ СЮЖЕТАМИ

Изделия выполнены из серебра 925 пробы с золочением и украшены узнаваемой христианской символикой. Например, рыба – один из самых известных, распространенных и важных первохристианских символов.



ИКОНЫ ДЛЯ ДОМА И АВТОМОБИЛЯ

Иконы выполнены мастерами «Русских Самоцветов» в покрытии серебром и золотом высочайших проб. Невероятно детальное изображение ликов святых и ювелирная точность орнаментов созданы с помощью специальной технологии электроформинга. Икону покрывает оксидная пленка, поэтому драгоценное серебрение сохранится на многие десятилетия. Автомобильные иконы выпускаются со специальным креплением для удобного расположения в любом месте салона.



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.

Реклама

ДЕНЬ ПОБЕДЫ

ИЗДЕЛИЯ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ И ГИЛЬОШИРОВАННОЙ ЭМАЛЬЮ

Достойным подарком ко Дню Победы станут изделия из особой линейки «Русских Самоцветов», декорированные символикой Российской Федерации – гербом или флагом. Ассортимент здесь поистине огромен: предметы интерьера, посуда и аксессуары (от бюджетных до премиальных) – запонки, значки, монеты и зажимы для галстуков. 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.











БАРНЫЕ АКСЕССУАРЫ



Отличным подарком для мужчин ко Дню Победы станут различные аксессуары для напитков – стопки, бокалы, фляги и подстаканники. Любой из этих предметов обязательно придется по вкусу военным, государственным служащим, ценителям истории, а также станет украшением домашнего бара. Например, бокал для виски «Медведь» изготовлен из серебра 925 пробы в эмалево-филигранной технике и украшен изображением медведя – традиционного символа силы и мощи России. Также «Русские Самоцветы» предлагают огромный выбор стопок, чарок, рюмок и бокалов, украшенных государственной или тематической символикой. Подстаканники от Ювелирного дома выполнены в технике гильошированной эмали или чернения по серебру с высокой детализацией узора. Фляги изготавливаются из серебра 925 пробы, изделия можно дополнить деталями по индивидуальному дизайну – гравировкой, накладкой, золочением, символикой заказчика.



ЕЖЕДНЕВНИКИ



Ежедневник в обложке из натуральной кожи, украшенный гербом из родированного серебра 925 пробы, станет прекрасным подарком для руководителя или солидного бизнес-партнера. Серебряный декор, покрытый тонким слоем родия, имеет прочную защиту от внешних факторов, не темнеет и не тускнеет со временем, имеет яркий блеск, сравнимый с блеском белого золота.



КОКАРДЫ И ЗНАЧКИ

Кокарда – главный символ военных, металлический значок установленного образца, расположенный на форменном головном уборе. «Русские Самоцветы» предлагают памятные значки и кокарды из драгоценных металлов или латуни, выполненные в технике гильошированной эмали с золочением.

«Русские Самоцветы» могут изготовить корпоративные изделия по индивидуальному дизайну заказчика. Ювелирный дом предлагает множество способов персонализации подарков: лазерную и ручную гравировку, филигрань, гальванопластику (электроформинг) и другие. Огромный опыт работы, большой штат мастеров-ювелиров, художников, специалистов по 3D-моделированию, а также собственное производство позволяют выполнять любые виды работ быстро и качественно. Ждем ваших заказов!

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

Реклама

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

ФАБРИКА НОВОГОДНЕГО НАСТРОЕНИЯ «КОЛОМЕЕВ»: ГОТОВИМСЯ К НОВОМУ ГОДУ ЗАРАНЕЕ!

Весенне-летний сезон – самое время подумать о новогодних бизнес-подарках. Вы можете не спеша продумать идею и визуальное воплощение корпоративных сувениров и разместить заказ у надежного партнера, получив оптимальные цены и сроки исполнения. Именно таким поставщиком является Фабрика новогоднего настроения «Коломеев», предлагающая классические елочные украшения из стекла, изготовленные по традиционным технологиям. Шары с художественной росписью, эффектным декором и традиционными зимними мотивами станут атмосферным бизнес-подарком, который придется по душе всем.

Новый год – особенный праздник, а потому и подарки к нему должны быть особенными: оригинальными, неповторимыми, запоминающимися. Стеклянные елочные шары ручной работы с художественной росписью и элементами фирменного стиля вашей компании не только создадут новогоднее настроение, но и станут отличным напоминанием о вашем бренде на долгие годы.

Такой универсальный сувенир можно подарить и партнерам компании, и сотрудникам, и клиентам – независимо от пола, возраста, положения.

КОЛОМЕЕВ

Фабрика новогоднего настроения

Каждый шар покрывается изнутри серебром, которое подчеркивает яркость и насыщенность красок, обеспечивающих глянцевое, матовое или опаловое покрытие в зависимости от необходимого результата.





Рисунок наносится на шар методом тампопечати или создается вручную художниками-оформителями.





Реклама



Шар диаметром 100 мм – самый удачный вариант для нанесения логотипа или индивидуального изображения.



Часто комбинируют тампопечать и ручную дорисовку некоторых элементов – так готовое изделие выглядит оригинально и достойно, но при этом обходится дешевле.





Реклама



В конце процесса росписи игрушку присыпают блестками (глиттером), декорируют стразами или текстильными элементами.



Используя технологию тампопечати на стеклянных шарах, возможно передать все многообразие цветов и оттенков по желанию заказчика.



Фабрика новогоднего настроения «КОЛОМЕЕВ» является одним из крупнейших российских производителей стеклянных елочных игрушек, новогодних украшений, кукол под елку. Оптовые поставки продукции осуществляются во все регионы России, а также в страны СНГ.

www.kolomeev.ru
+7 (495) 755-94-04

Реклама

КОЛОМЕЕВ

Фабрика новогоднего настроения

ПРОИЗВОДСТВО
ЁЛОЧНЫХ ИГРУШЕК
ИЗ СТЕКЛА

ИЗГОТОВЛЕНИЕ
ШАРОВ С ЛОГОТИПОМ

www.kolomeev.ru
e-mail: info@kolomeev.ru
Тел.: +7 (495) 755-94-04



Реклама

MEDIA GIFT: КОЖА – ЭТО МОДНО!

Аксессуары из натуральной кожи пользуются большой популярностью на рынке корпоративных подарков, и это неудивительно, ведь такой мерч – синоним качества, функциональности, долговечности и стиля. Сегодня мы побеседовали с Валерианом Хинвели, исполнительным директором компании MEDIA GIFT, который рассказал нам о разработке и производстве бизнес-галантереи, о трендах и бестселлерах этого сегмента и о том, почему все больше компаний выбирают брендированные кожаные сувениры.

GIFT Review: Пожалуйста, расскажите немного о вашей компании.

Валериан Хинвели: MEDIA GIFT – рекламно-производственная компания, предоставляющая полный цикл услуг: от разработки идеи до доставки готового заказа клиенту. Мы объединяем в себе такие направления, как организация ивентов, производство сувенирной продукции, подарочной упаковки, а также изделий из натуральной кожи с индивидуальным брендированием.

GR: Давайте остановимся на аксессуарах из кожи более подробно. Как родилась идея создавать именно их?

В.Х.: Все началось с индивидуальных VIP-заказов, а потом переросло в серийное производство. Три года назад нами был создан бренд Media Leather, под которым мы разработали несколько линеек продукции из премиальной кожи с индивидуальным дизайном. Это были картхолдеры, обложки для паспортов и автодокументов, ключницы, тревелеры, которые мы предоставили в качестве подарков дружественным компаниям-партнерам. Обратная связь не заставила себя долго ждать, было получено множество положительных отзывов по данным продуктам, благодаря чему нами было принято решение создать аксессуары из натуральной кожи для бизнес-среды: креативные, функциональные и практичные, разного формата, в разнообразных цветовых решениях и под индивидуальные запросы заказчиков.

GR: Понятно, спасибо. А теперь расскажите о вашем производстве.

В.Х.: У нас имеется все необходимое оборудование для работы с кожей и брендирования продукции. На производстве множество современных станков – от промышленных швейных машин до вырубного пресса и лазера, но большая



часть важных операций все равно делается вручную, чтобы обеспечить высокое качество готовых изделий. Что касается нанесения, мы реализуем все методы – от простого блинтового тиснения до конгрева и УФ-печати. В связи с растущим спросом на нашу продукцию, до осени этого года мы планируем расширение производства, а также увеличение штата сотрудников.

GR: С производством разобрались. А есть ли бестселлеры в сегменте бизнес-подарков из натуральной кожи?

В.Х.: На сегодняшний день признанными хитами являются картхолдеры на телефон, картхолдеры для карт и денег, обложки для паспортов и автодокументов, разнообразные ключницы, брелоки для самых разных целей и адресатов. Среди продукции по индивидуальному проекту пользуются





Реклама





популярностью органайзеры для путешествий, автодокументов или инструментов, а также держатели для бутылок. Если говорить о весенне-летнем сезоне, то в топе продаж будут картхолдеры на телефон с двумя карманами: в первый карман можно положить, например, банковскую карту, а во второй – водительское удостоверение, что особенно актуально для людей, любящих активный отдых и путешествия.

Вариаций цветов и форм кожаных аксессуаров великое множество – от лаконичных и миниатюрных до ярких и креативных. Если потребности клиента выходят за рамки готового ассортимента, мы можем разработать продукт по индивидуальному проекту, исходя из бюджета и задач заказчика.

GR: Как вы считаете, почему такие подарки – это круто и модно? Какие бизнес-задачи они решают?

В.Х.: Растущий спрос на кожаные аксессуары объясняется их тремя ключевыми свойствами: функциональность, практичность, долговечность. Это нестандартный и оригинальный мерч, который выглядит дорого и статусно. Качественную кожаную галантерею люди активно используют в повседневной жизни, поэтому с символикой компании-заказчика ежедневно сталкиваются тысячи людей. А значит, растут узнаваемость бренда и лояльность к нему. Кроме того, в последние годы многие компании отказались от бизнес-сувениров «для галочки» и начали дарить осмысленно, учитывая потребности адресатов. Важно, чтобы через мерч сотрудник или клиент почувствовал связь с компанией, увидел, что его интересы принимаются во внимание. И именно поэтому мы производим красивые, практичные и продуманные кожаные аксессуары, которые подойдут и пригодятся каждому.

GR: Давайте немного поговорим о ваших клиентах. Какие компании и для каких целей чаще всего заказывают бизнес-аксессуары из натуральной кожи?

В.Х.: Заказчики очень разные – от крупных государственных корпораций до автосалонов. Как правило, нашу эксклюзивную брендированную галантерею заказывают для подарков сотрудникам или клиентам, а также в качестве промосувениров на мероприятиях или призов в розыгрышах, конкурсах и рекламных акциях.

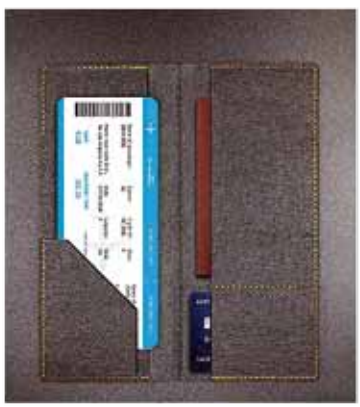
GR: Расскажите о нескольких наиболее запомнившихся вам проектах.

В.Х.: Для компании, поставляющей медицинское оборудование, мы сделали эксклюзивные ключницы из винтажной кожи с эффектом pull-up, который заключается в мраморной окраске кожи, изменении ее цвета при изгибе или движении. Для официального представителя BMW мы разработали и произвели подарочные наборы, которые включали в себя ключницу, органайзер для автодокументов и тревелер (несессер для путешествий). Для АНО СРПФС «ДРОЗД-Череповец» мы изготовили наборы, состоящие из телехолдеров и органайзеров для автодокументов. А для телекоммуникационной компании-партнера мы разработали индивидуальный дизайн картхолдера по спецзаказу.

GR: И последний вопрос: каковы ваши планы на 2023 год?

В.Х.: Мы планируем закрепить узнаваемость на рынке нашей существующей линейки аксессуаров из натуральной кожи, ввести в ассортимент подарочные наборы с этими изделиями, а также разработать премиальные подарочные наборы для VIP-сегмента. GR







MEDIA GIFT
+7 (495) 792-42-92 info@gift.media www.gift.media

Реклама

АНАЛИТИКА РЫНКА 2022-23: ХИТЫ, ТРЕНДЫ, ПРОГНОЗЫ

Как обычно, в весеннем выпуске журнала мы подводим итоги прошедшего года и пишем об ожидаемых трендах предстоящего сезона. GIFT Review побеседовал с ведущими поставщиками российского рекламно-сувенирного рынка и выяснил, какие новинки и хиты принес нам ушедший год, какие товары были в топе продаж к новогодним и весенним праздникам и что будут заказывать весной и летом 2023.



СТАС МАКАРОВ, бренд-директор ГК «Оазис»

www.oasiscatalog.com

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

В топ-10 продаж по итогам года вошло пять моделей из категории посуды для питья, что говорит о том, что нам особенно доверяют в вопросах выбора термосов, термокружек, бутылок для воды и других подобных товаров. Также в топе оказались два ежедневника и три гаджета, в том числе новинка – колонка с голосовым помощником «Маруся» от VK.

По категориям наибольший рост продаж в абсолютном выражении показали термосы, термокружки и бутылки для воды; посуда и товары для кухни; ежедневники; пледы; футболки и толстовки; электроника. Суммарно эти категории обеспечили 75% от общего роста продаж.

В топ-10 самых продаваемых новинок 2022 года вошли: набор с электрическим штопором и док-станцией Palermo от Master of Wine, внешний беспроводной аккумулятор с подсветкой лого Reserve X от Evolt, толстовка и худи из плотного хлопка без начеса Monaco от US Basic.

Если не ориентироваться на продажи, то одна из моих любимых новинок – простая бутылка из переработанного пластика Kato, в этом продукте полностью раскрывается идея многоразового использования, воплощенная во вторично переработанном материале, – идеальная комбинация. А также уютная толстовка оверсайз Berlin в цвете белый меланж – редкое на нашем рынке предложение.



Толстовка Berlin, US Basic



Термокружка Alaska, Waterline

НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

В сегменте «Новый год» первую строчку по продажам заняла гирлянда «Достопримечательности России», идею которой придумали мы сами. Гирлянда состоит из миниатюрных домиков-достопримечательностей нашей страны, таких как Казанский кремль, храм Спаса на Крови, Исторический музей в Москве и т.д. Также традиционно пользовались спросом всевозможные подвески и елочные украшения.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

В преддверии 23 Февраля и 8 Марта особо популярны были аксессуары для алкоголя – как отдельные товары, так и подарочные наборы от брендов Pulltex, Master of Wine и Asobu. В 2022 году мы серьезно расширили ассортимент этой категории, что незамедлительно отразилось на результатах – в частности, наш бренд Master of Wine замкнул первую десятку продаж среди всех брендов.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

На наш взгляд, тренды весенне-летнего сезона вряд ли существенно изменятся по сравнению с предыдущими годами. Это по-прежнему будут летняя одежда (в том числе дождевики), бутылки и термобутылки, аксессуары для спорта и отдыха на природе, зонты, а также всевозможные сумки.



Гирлянда «Достопримечательности России»



Набор Whiskey party, Master of Wine



МАКСИМ ПОДВАЛЬНЫЙ, директор по продажам компании «Проект 111»

www.gifts.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

Продажи письменных принадлежностей упали (зато ежедневников – выросли). Товары из категории «Посуда и аксессуары для кухни» показали рост, как и продуктовые наборы. Можно предположить, что фокус заказчиков на подарках, связанных с едой, объясняется желанием поддержать сотрудников или клиентов в сложные времена. Ведь шоколад, чай, цукаты и прочие продукты – это такие простые радости, которые можно позволить себе, даже имея в распоряжении небольшой бюджет. А если приложить их к чему-то более «твердому» – кружке, кофемолке или даже антистресс-игрушке – можно найти баланс яркости эмоций и долгосрочности контакта бренда с аудиторией.

Абсолютным лидером продаж, как всегда, является текстиль. Затем следуют гаджеты, товары для спорта и отдыха, ежедневники и сумки. И хотя самые базовые, универсальные товары всегда входят в топ, можно отметить интерес покупателей, например, к ежедневнику Kroom с металлическим корешком или кружке Surprise Touch (здесь привлекает внимание не только ультрапопулярное покрытие софт-тач, но и цветная гравировка). Это говорит нам о том, что тяга к новинкам, к новому прочтению известных вещей едва ли когда-нибудь покинет заказчиков.

Кстати, интересное наблюдение за тиражами: судя по схожим продажам сумок, ежедневников, ручек и кружек (или термокружек), среди заказчиков популярен именно такой подарочный комплект.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

Что касается «гендерных» праздников, то мы видим продолжение тренда на их объединение в одно общее корпоративное торжество в формате тимбилдинга или награждения лучших сотрудников. Поэтому популярные подарки в этот период – настольные и застольные игры, посуда для общей кухни или теплые пледы для зоны отдыха.

«Стал ли рост продаж одних и падение других товарных групп следствием изменения осознанного покупательского поведения? Вряд ли. Скорее, повлияли уход с российского рынка корпоративных заказчиков – западных компаний – и сокращение их маркетинговой активности, сложное состояние дел в организациях, связанных с импортом, логистический кризис и, как следствие, задержки поставок, перемещение сотрудников на удаленку в другие страны и так далее. Все это нашло отражение и в общем объеме закупок, и в выборе ассортимента.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

Что дальше? Текстильный сезон никто не отменял. А с ним и самые популярные промотовары: футболки, худи, шоперы, рюкзаки, кепки и, конечно, хит последних лет — панамы.



Не стоит забывать и о товарах, связанных с ESG-повесткой (от англ. Environmental, Social and Corporate Governance, ESG – экологическое, социальное и корпоративное управление. – Прим. ред.). Тот же текстиль Sol's из органического хлопка и переработанного полиэстера отвечает потребности аудитории проявлять заботу и стремиться к лучшему миру.

Меняющиеся HR-практики, например, работа с распределенными командами, формируют дополнительный спрос на и так популярное направление – корпоративный мерч. Сотрудникам важно ощущать себя одной командой, даже находясь в тысячах километров друг от друга.











ЮЛИЯ КОРЧАК, руководитель отдела маркетинга компании «ОКЕАН бизнес сувениров»

www.oceangifts.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

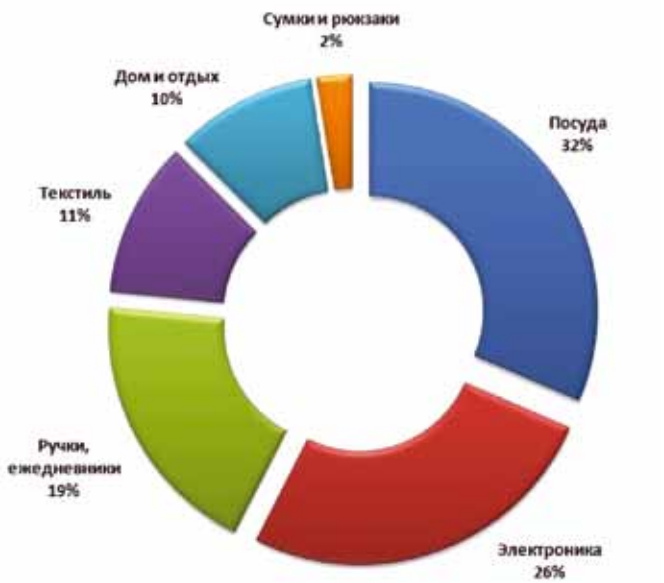
В 2022 году наибольшим спросом пользовались две категории товаров: термопосуда и гаджеты – около 58% объема продаж. Главными хитами прошедшего года стали многофункциональные девайсы: коврик-трансформер с беспроводной зарядкой и bluetooth-колонка-подставка Smart Sound с беспроводной зарядкой и лампой.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

Практичность и универсальность подарков к 23 Февраля и 8 Марта вышли на первый план, четкое разделение на мужские и женские уже стерлось. В этом сезоне внимание заказчиков было приковано к посуде из боросиликатного стекла – это новый тренд, который появился на волне популярности стиля экоминимализма. В нашем каталоге эта категория представлена термосами Hot point и Ostin. Женская аудитория любит подобные товары за эстетику и стиль, мужская – за прочность и надежность.







ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

За время пандемии виртуальное общение уже порядком всем приелось, поэтому сейчас растет количество очных мероприятий, поездок на природу и живых встреч. Людям нужны люди. Соответственно, на пике популярности в предстоящем сезоне будут сопутствующие товары: наборы для пикника или барбекю, пледы, дорожные сумки.



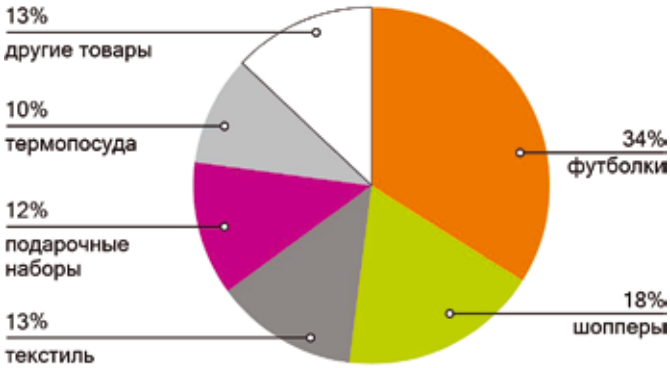
ЕЛЕНА БОСОВА, директор по развитию компании ПРОМОСУВЕНИР.РФ

www.promosouvenir.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

Весь прошлый год в топе продаж уверенно держался промотекстиль, причем клиенты стали уделять все больше внимания его персонализации. Если говорить языком цифр, то лидером продаж в этой категории стали футболки нашего собственного бренда Xlopok (27% от общего объема заказов), а в целом доля продаж футболок составила 34%.





На втором месте шоперы – 18% от всех заказов прошлого года, на остальной текстиль в совокупности пришлось 13% от общего количества продаж промосувениров.

НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

Чаще всего у нас заказывали эксклюзивные подарки – комбинацию чайных/съедобных наборов, брендированной посуды и/или электронных гаджетов.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

В этом году хитами стали портативные колонки, термобутылки и термокружки. И, конечно же, одежда.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

В предстоящем сезоне мы делаем ставку на текстиль. Причем не на одежду с логотипом, а на создание дизайнерских капсульных коллекций корпоративного мерча, чтобы каждая вещь дополняла предыдущую, создавала единый образ и вызывала желание собрать всю линейку.











ОЛЬГА КОЛТУНЧИК, руководитель компании «Нью-Тон»

www.new-ton.org

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

Одним из прорывов 2022 года можно считать текстиль. При этом спросом пользовались все категории: футболки, поло, жилетки, ветровки, джемперы и т.д. Заказывали буквально всё: от легких шляпок в качестве промо для мероприятий до теплых пледов для уютных домашних вечеров. Сезонность прослеживалась, но не слишком сильно: например, летом могли заказывать толстовки, а к зимним праздникам были запросы на обычные футболки. Динамика спроса на текстиль колебалась скорее из-за головных уборов. Весной и летом в основном заказывали кепки и шляпы, а в осенне-зимний период – теплые шапки, шарфы, баффы и всевозможные перчатки. В целом, текстиль можно назвать одним из самых популярных вариантов подарков для сотрудников. Причем заказчики отдавали предпочтение как 100% хлопку, так и комбинированным материалам – в частности, особенно популярным в Европе материалам из rPET (переработанного пластика).



На одном уровне с 2021 годом держится классика бизнес-подарков: блокноты, термокружки, письменные принадлежности, аксессуары для алкоголя и различные кухонные принадлежности. Упор делался именно на качество и необычное исполнение, будь то нестандартные формы, дополнительные функции или оригинальные материалы. В качестве примера можно привести уже полюбившийся многим пневматический штопор – вроде бы и классика, но вот принцип действия – это уже что-то новенькое. Другой пример: вместо обычного классического карандаша заказчики отдавали предпочтение новинке 2022 года – «вечному» карандашу. В чем отличие? Вместо стандартного грифеля стержень карандаша выполнен из металлического сплава, который оставляет след на бумаге. В среднем один «вечный» карандаш заменяет 100 обычных.

Немного меньше стали покупать керамическую посуду (кружки, чайные пары). Но если говорить о кухонных принадлежностях и аксессуарах в целом, то спрос, наоборот, вырос. Заказывали много красивого и практичного – разделочные доски, ланч-боксы, наборы для соли и перца, сеты для закусок.

НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

Подарки, которые заказывали к Новому году, можно разделить на две категории: с ярко выраженной праздничной тематикой и без привязки к событию. К первой категории мы отнесли елочные украшения и шары, канцелярию с фигурками новогодних персонажей, пледы и свечи, да и вообще любые товары с новогодними рисунками. Что касается второй категории, то здесь большой популярностью пользовались украшения со светодиодными лампами, винные наборы, наборы для мяса и сыра. Также в списке лидеров был сезонный текстиль: пледы, худи, шапки, баффы. Выбирали и дарили то, что получатель мог бы регулярно использовать в повседневной жизни.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

Здесь есть четкое разграничение: кто-то дарит именно «гендерные» подарки (наборы инструментов, косметички), а кто-то предпочитает универсальные презенты без разделения на «мужское» и «женское»: зонты, наушники, термосы или офисные принадлежности.





ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

Что касается весенне-летних трендов, одно можно сказать точно – в моде будет что-то яркое и насыщенное. Цвет года Viva Magenta говорит сам за себя. Во многих европейских каталогах уже появились различные варианты подарков в этом цвете: кружки, текстиль, сумки, зонты, канцелярия и т.д.

Кроме того, не теряют своей популярности товары экотематики. Выбор материалов здесь просто огромный: хлопок, джут, кожа, бамбук, пробка и т.д. Особое внимание уделяется продукции из переработанного сырья: это могут быть пластиковые бутылки, кофейный жмых, тетрапаки из-под молока, переработанный хлопок и даже шины.

Гостиный Двор, Москва

21–23.09.23



PRESENTICA

Выставка подарков в Гостином Дворе

Бизнес-зона + **Ярмарка**

- Производители подарков, сувениров, мерча, новогодней продукции, предметов интерьера
- Деловая программа
  Темы: маркетинг, B2B-продажи, управление персоналом

- Товары ручной работы
- Дегустации
- Мастер-классы

Вход свободный
Регистрация обязательна
на сайте www.presentica.net

Организатор: ООО «Презентика»
Партнер:
livemaster.ru
Ярмарка Мастеров

Реклама



МАРИНА БЫЧКОВА, директор по маркетингу компании Admos

www.admos.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

Хитом 2022 года стал мерч, в который можно сложить вещи: сумки-авоськи, шоперы и рюкзаки. Это универсальный и экологичный вариант бизнес-подарка, с большим полем для персонализации.

Второй кластер популярных сувениров – гаджеты: часы, увлажнители и зарядные станции. Ими пользуются каждый день, логотип компании мелькает и помогает как во внутрикорпоративной работе, так и во взаимодействии с дилерами или клиентами.



НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

Самые продаваемые новогодние подарки – праздничные украшения (в том числе съедобные), деревянные игрушки и небольшие элегантные свечи. Вторые по популярности – гастрономические подарки: мед, сладости, специи для глинтвейна, пряники, печенье. В прошедшем новогоднем сезоне мы ориентировали клиентов на нестандартные варианты: варенье из еловых шишек, шоколад с дизайнерскими украшениями в зимней стилистике или шоколадные конфеты с начинкой из грильяжа с сибирскими кедровыми орешками.



БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

Востребованность подарков к 23 Февраля и 8 Марта также выросла. Для мужчин выбирали автомобильные держатели для телефонов, термосы или беспроводные колонки, для дам – светодиодные увлажнители воздуха, зарядные устройства или настольные подставки с зарядкой и лампой. Также пользовались популярностью стикерпаки для геймификации рабочих процессов и игрофикации подарков.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

Обратите внимание на следующие тенденции:

- ностальгия – встречайте сувениры в стиле 90-х;
- приятные текстуры – софт-тач, пушистость и мягкость: в моде будут флисовые и плюшевые пледы, вязаные шапки и шарфы;
- хром и стекло – хромированные коферы, стеклянные весы или чашки из боросиликатного стекла, сумки, косметички и шопперы из блестящих отражающих материалов;
- геймификация – сделайте персонализированную настольную игру или текстильный мерч с эмбоссингом или дизайном, который получатель подарка дополнит своими идеями.





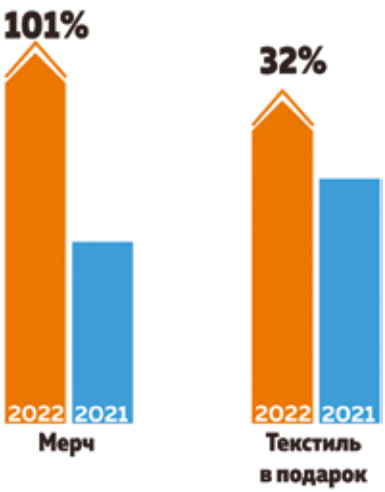




ДАРЬЯ МАРКОВСКАЯ, руководитель отдела маркетинга компании STAN

www.stan.su

Расходы российских компаний на брендированный мерч увеличиваются на 10-15% в год, а емкость сегмента достигла 70 млрд рублей, подсчитали в SberShop, корпоративном магазине сувенирной продукции Сбербанка. Среди новых факторов роста отрасли аналитики выделяют, в том числе, уход из России ряда модных брендов. Мы в STAN полностью разделяем эту точку зрения: в 2022 году наши продажи в сегменте подарочного текстиля выросли на 32% по сравнению с 2021 годом, а в сегменте мерча – более чем в два раза.





Также изменилось ранжирование товаров: бейсболки заняли второе место по продажам за 2022 год, их доля в обороте выросла на 13%. Причем в данную аналитику пока еще не попало собственное швейное производство бейсболок, так как оно запустилось в августе и первые заказы на кастомизированные бейсболки были только в ноябре.

Среди нашего ассортимента первое место неизменно занимают футболки, здесь мы отметили любопытное изменение покупательского поведения – практически перестал быть популярным средний ценовой сегмент. Это, прежде всего, связано с тенденцией к замещению продукции профильных марок, включая импортные, на фоне ухода последних из страны.

К предстоящему сезону мы прогнозируем сохранение топ-3 категорий прошлого года – это футболки, бейсболки и поло. Первые две группы являются наиболее востребованными для создания брендированных коллекций компаний.



ЕКАТЕРИНА МЕДВЕДЬ, генеральный директор компании vertcomm

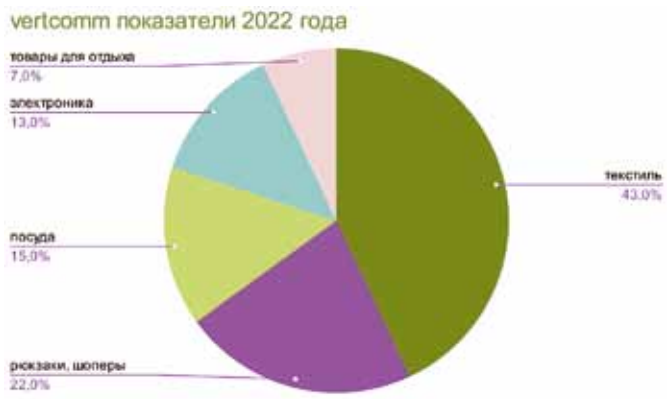
www.vertcomm.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

Наибольшим спросом в проектах наших клиентов, реализованных в прошлом году, пользовались футболки и худи (чаще всего – уникальные, разработанные нами модели с индивидуальным пошивом), шоперы, стикерпаки. Чуть менее частые, но тоже популярные запросы: аккумуляторы, пледы, носки, рюкзаки, термосы, бутылки, значки.







НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

В топе продаж в новогоднем сезоне оказались съедобные подарки и чай, кружки и термосы, шоперы, пледы, вязаные свитеры и варежки, а также всегда актуальные толстовки и







худи. Отдельного внимания заслуживает упаковка: в тренде были крафтовые коробки и хлопковые мешочки с опорой на эконаправление, много стикеров везде и всюду.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

С каждым годом все больше стирается граница между 23 Февраля и 8 Марта, компании продолжают заказывать универсальные подарки для всех сотрудников и партнеров.

Если говорить о бестселлерах этого года, то ими стали коферы, термосы, в целом посуда, настольные игры, наушники, худи, шоперы и авоськи, аромапродукция – свечи, диффузоры, соль для ванны, а также различные тематические наборы – например, для любителей кофе.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

Текстиль точно останется в топе запросов, особенно уникальные и необычные модели. Уже традиционно в тренде эконаправление и защита окружающей среды – популярны будут крафтовые боксы и мешочки из натуральных материалов, хлопковые шоперы, многоразовые бахилы, складные термостаканы, наборы многоразовых столовых приборов и трубочек для напитков. Также вырастет спрос на подарки для офлайн-досуга – корпоративные настольные и карточные игры, пазлы.



ИВАН БЕСЧАСТНОВ, директор по продажам компании FineDesignGroup

www.finedesigngroup.ru

ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 2022

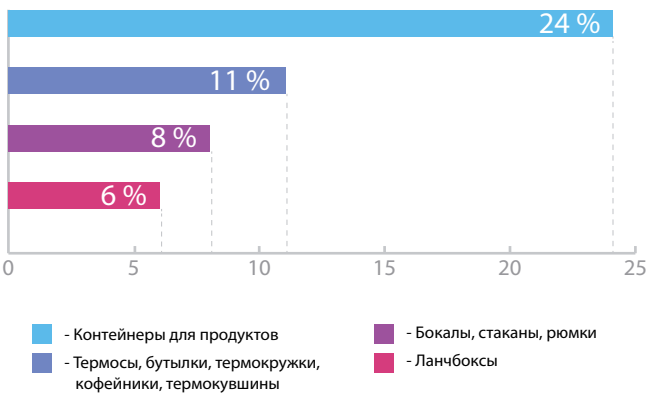
В топ продаж 2022 года входили ланчбоксы и наборы с ними, бокалы и стаканы, а также всевозможные спортивные бутылки. Кроме того, мы наблюдали рост спроса на подарки, связанные с комфортом, уютом, организацией быта: например, контейнеры для продуктов, наборы для запекания и хранения пищи, кофейники, термокувшины.

НОВОГОДНИЕ ХИТЫ 2023

Можно с уверенностью сказать, что пандемия внесла серьезные коррективы в нашу жизнь, и эта тенденция сохраняется как в повседневном быту, так и в корпоративной среде. Поэтому к Новому году все чаще выбирали вещи для уюта и домашнего обихода: кофейники, шахматные наборы, наборы бокалов или чашек.







БЕСТСЕЛЛЕРЫ К ВЕСЕННИМ ПРАЗДНИКАМ 2023

Здесь все стандартно: каждый год в период «гендерных» праздников есть бессменные лидеры продаж – шкатулки, термосы, наборы бокалов или стопок, чашки и ароматические свечи.

ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2023

Мы ожидаем, что в теплый сезон традиционно популярными станут подарки, связанные с аутдор-тематикой, а также с приготовлением пищи: ланчбоксы, контейнеры для запекания и хранения продуктов, органайзеры, термосы. GR



18-29 сентября 2023

Нужны корпоративные подарки на Новый год и другие праздники?
Ищете для своей компании эффектный и качественный мерч?
Требуется сувенирка на мероприятие?
Тогда вам – в «Сувенирную Точку»!

«Сувенирная Точка» – это центр закупок бизнес-подарков в формате индивидуальных переговоров, онлайн-платформа для проведения деловых встреч между поставщиками и заказчиками сувенирной продукции.



Не упустите возможность найти новых поставщиков сувенирной продукции не выходя из офиса и провести видео-переговоры о заказе бизнес-подарков в удобное время.

Участие для заказчиков **БЕСПЛАТНОЕ!**
Более того, «Сувенирная Точка» дарит подарки самым активным заказчикам! Подробнее на сайте **www.gift-meet.ru**

Реклама

+7 (916) 572-30-14, +7 (985) 997-01-54, +7 (910) 427-81-48
info@gift-meet.ru www.gift-meet.ru

KESSAK – ПРОИЗВОДИТЕЛЬ УНИКАЛЬНЫХ ПОДАРКОВ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ ИЛИ ПАРТНЁРОВ

ОБУВНАЯ ЛОЖКА – МЕЧ

Настоящий мужской подарок,
который подчеркнёт статус.

Подарок с вау-эффектом, который
станет не только полезным аксессуаром
для повседневного использования,
но и дизайнерским украшением интерьера.





Длина
88 см

Вес
770 г

Толщина
1,55 мм

БРЕНДИРОВАНИЕ
Возможность нанесения
логотипа / символики компании

ОПЛАТА
Работа по договору и удобные способы оплаты

МИНИМАЛЬНЫЕ СРОКИ
Оперативность производства в любых объёмах
и быстрая отгрузка

www.kessak.ru
info@kessak.ru
+7 (960) 083-56-89

Реклама

ПОДАРОК
С МУЖСКИМ
ХАРАКТЕРОМ

ФАРТУК ДЛЯ БАРБЕКЮ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ

- Цельное полотно
- Регулировка размера
- Подарочная упаковка

Практичный и долговечный аксессуар для мастерской, кухни или барбекю.

Оригинальный подарок в стильном подарочном тубусе произведёт впечатление с первых секунд.

Идеально подходит в качестве подарка для руководителя, солидного бизнес-партнёра или ключевого клиента вашей компании.



KESSAK

www.kessak.ru
info@kessak.ru
+7 (960) 083-56-89

Реклама

XLOPOK – НОВОЕ ИМЯ В ПРОМОИНДУСТРИИ

Простой, стильный и комфортный текстиль стал настоящим хитом продаж прошлого года и не собирается сдавать своих позиций и в нынешнем сезоне. Неудивительно, что все больше российских компаний уделяют особое внимание развитию этого направления бизнеса. GIFT Review всегда внимательно следит за актуальным тенденциями отрасли, поэтому сегодня мы расскажем о новом бренде Xlopok от компании с обложки – ПРОМОСУВЕНИР.РФ.

GIFT Review: Давайте познакомимся, расскажите немного о вашей компании.

Елена Босова: ПРОМОСУВЕНИР.РФ – это молодая и динамично растущая команда профессионалов промоиндустрии, специализирующаяся на производстве бизнес-сувениров и корпоративных подарков с фирменной символикой не только для российских, но и для международных компаний. ПРОМОСУВЕНИР.РФ – надежный дилер крупнейших европейских и российских поставщиков сувенирной и подарочной продукции. В нашем каталоге вы найдете промосувениры (недорогие подборки специально для брендирования), бизнес-сувениры (под нанесение логотипа), VIP-подарки (эксклюзивные позиции под персонализацию), съедобные подарочные наборы, а также эксклюзивную линейку подарков, собранных вручную по индивидуальному дизайну заказчика.



Мы постоянно расширяем ассортимент, дополняем его актуальными трендовыми товарами, ищем лучшие образцы для комфортного нанесения и долгого срока использования.

GR: С продукцией разобрались. А какие методы брендирование вы используете?

Е.Б.: Несколько лет назад к уже привычным сувенирам с гравировкой, тампопечатью, офсетной и цифровой печатью, шелкографией, сублимацией и вышивкой мы добавили свежие, быстро ставшие популярными способы нанесения. Например, мы делаем логотипы с подсветкой, которые удачно выделят деловой подарок на фоне обычных сувениров с УФ-печатью. А объемные логотипы с заливкой полимерной смолой дарят не только визуальные, но и приятные тактильные





Реклама





ощущения, а также отлично подходят для сувениров с маленькой площадью нанесения. Еще один оригинальный вариант персонализации – проявляющиеся и меняющие цвет термоизображения. Напомню, что нанести логотип, сделать печать, гравировку или ручную роспись можно практически на любых носителях: посуде, гаджетах, канцтоварах, значках, полиграфии, плакетках, текстиле, аксессуарах, галантерейных товарах и т.д.

GR: Очень интересно, спасибо! Давайте перейдем к вашему новому бренду Xlopok. Как родилась его идея?

Е.Б.: Одним из наших сильных направлений является пошив текстильных изделий: шоперов, фартуков, подушек-антистресс и т.д. Мы обратили внимание на то, что мерч и промоодежда стали высоко востребованными продуктами на сувенирном рынке вообще и в нашем ассортименте в частности, и решили создать собственную линейку текстиля под названием Xlopok. Она идеально подходит для решения любых бизнес-задач: от промоакций до корпоративной одежды или подарков сотрудникам, клиентам и партнерам. Одно из основных достоинств изделий Xlopok – сочетание высочайшего качества и доступной цены.





Реклама







GR: Каковы отличительные особенности коллекции?

Е.Б.: Мы понимаем: одежда, которую вы носите, является отражением того, кто вы есть. Вот почему мы создаем только качественную продукцию из натуральных тканей, в которой будет максимально комфортно. В нашей коллекции используются футболки из 100% хлопка плотностью 165 г/м^2 с усилением плечевого шва и задней части горловины. Все изделия проходят тотальную проверку на брак и соответствие лекалам.

GR: Для кого подойдут изделия бренда?

Е.Б.: Линейка Xlopok универсальна, она не имеет гендерной привязки, так как состоит из моделей унисекс и включает в себя широкий ассортимент хлопчатобумажного текстиля: футболки, рубашки поло, свитшоты и худи, фартуки, головные уборы, сумки-шоперы.

GR: А что насчет ухода за изделиями?

Е.Б.: За нашим текстилем легко ухаживать, износостойкие цвета тканей и принты не боятся частых стирок и повседневного использования. Поэтому вы сможете наслаждаться вещами Xlopok долгие годы.

GR: Для корпоративных заказчиков всегда очень важен вопрос брендирования. Какие решения для персонализации мерча вы предлагаете?

Е.Б.: Вся наша продукция разработана и изготовлена специально под нанесение изображений и принтов, имея максимальные поверхности для этого. Разместить любой рисунок, надпись или логотип можно с помощью новейшего оборудования множеством способов: начиная от вышивки, пришивных лейблов, прямой трафаретной печати и заканчивая полноцветной DTF-печатью.



GR: И в завершение нашей беседы расскажите, пожалуйста, о сервисе для корпоративных клиентов.

Е.Б.: В дополнение к нашей приверженности качеству и экологичности, мы также предлагаем исключительное обслуживание клиентов. На сайте представлен большой выбор товаров под нанесение логотипа – более 60 000 артикулов. Это продукция как известных брендов, так и наши собственные товарные единицы: линейка текстиля и подарочные наборы. Кстати, для направления «Текстиль» у нас всегда действуют различные спецпредложения. Мы комплексно работаем над проектом заказчика: от разработки идеи и дизайна до реализации и сборки готового подарочного набора. Наши менеджеры на связи 24/7 и консультируют корпоративных клиентов при выборе необходимой продукции, исходя из конкретных задач, бюджета и сроков. После подбора товаров заказчик получает макет – визуализацию того, как будет смотреться логотип на изделии, причем несложный дизайн в рамках проекта мы всегда делаем бесплатно. Кроме того, мы работаем с госзакупками, зарегистрированы на всех тендерных площадках. И наконец, наше производство и продукция имеют сертификаты ISO и РСТ. GR

ПРОМОСУВЕНИР.РФ
Москва: +7 (495) 414-13-17 Россия: +7 (977) 411-13-17 sale@promosouvenir.ru www.promosouvenir.ru

Реклама

НЕ ТОЛЬКО ТЕКСТИЛЬ: ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ ОТ ПРОМОСУВЕНИР.РФ

Продолжаем рассказывать о компании с обложки. Хотите поддержать теплые отношения с клиентами и коллегами, разработать оригинальный мерч для вашего мероприятия и придумать подарки, на которые не жалко выделить бюджет? В компании ПРОМОСУВЕНИР.РФ точно знают, как это сделать: здесь профессионально и с большой любовью создают подарочные наборы по индивидуальному проекту заказчика. Такие презенты всегда вызывают восторг у получателей и являются очень эффективным маркетинговым инструментом.

Как происходит выбор подарка? Все начинается с идеи. В зависимости от задачи, стоящей перед клиентом, и контекста конкретного праздника или мероприятия, мы предлагаем несколько концепций. Они максимально отражают род деятельности компании или ситуацию, в которой подарок будет вручаться, подчеркивая их своим смысловым содержанием и дизайнерским решением.

После выбора сюжетной линии мы предлагаем клиенту перечень конкретных предметов, которые будут входить в набор, исходя из бюджета и тематики подарка. Так получается собранный ассоциативный сет из позиций.

После согласования окончательного варианта наполнения набора мы переходим к отрисовке дизайна. Часто такие проекты начинаются с карандашного наброска или легкого эскиза, на этом этапе всегда много правок и дополнений. А уже после «попадания прямо в яблочко» мы переходим к созданию принтов и иллюстраций на всех носителях, выбранных клиентом.

В последнее время среди заказчиков наблюдается тренд на коллекционирование. Например, новогодние шары в наших наборах мы снабдили символом 2023 года Кролика, а последующие 11 лет планируем выполнять тиражи в той же стилистике в соответствии с китайским календарем.



Таким образом, преданные клиенты компании смогут собрать у себя на елке всю коллекцию новогодних шаров.

В составе наших эксклюзивных наборов всегда есть съедобное наполнение: мед, варенье, чай, а также предметы, которые останутся на память, – деколированная посуда, декор и аксессуары для дома, полезные гаджеты, текстиль.







ПРОМОСУВЕНИР.РФ

Москва: +7 (495) 414-13-17 Россия: +7 (977) 411-13-17 sale@promosouvenir.ru www.promosouvenir.ru

Реклама

IDEALIST: ВСЁ О НАГРАДНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ ДЕРЕВА

Думаем, немногие читатели знакомы с тонкостями заказа наградной продукции из дерева. Мы обратились за экспертным комментарием к профессионалам из мастерской Idealist, изготавливающей современные оригинальные эконаграды с необычными эффектами – призы, статуэтки, плакетки и медали. Имея за плечами огромный опыт работы, специалисты поделились интересной информацией, которая поможет при заказе бизнес-сувениров из этого сегмента.

МАТЕРИАЛЫ

Как правило, при изготовлении эконаград используется натуральное дерево твердых пород (бук, ясень и термоясень), которые хорошо подходят для дальнейшей обработки и персонализации. Бук – плотный, наиболее однородный материал, поэтому на нем получается четкая и ровная гравировка. Ясень – более дорогое и благородное дерево, очень похожее на дуб, но светлее. Имеет ярко выраженную структуру в отличие от бука. Термоясень – это подвергнутый обработке ясень, в результате чего он становится приятного кофейно-шоколадного оттенка. Очень выигрышно смотрится сочетание ясеня и термоясеня в одной награде. Даже если изделия изготовлены из одной породы дерева, каждое из них имеет свой неповторимый рисунок и оттенок. Также в сувениры добавляются вставки из акрила, пластика, металла и прочих декоративных материалов.







ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Стоимость наградной продукции зависит от сложности изготовления, используемых материалов, размеров изделия и иногда – от тиража. Многие заказчики привыкли считать, что чем больше тираж, тем дешевле изделие. К сожалению, в нашем случае это не всегда применимо. Если это простая награда (акриловая вставка, деревянная подставка стандартной формы), то данное правило действует. А когда речь идет о сложных в исполнении наградах, например, полностью изготовленных из дерева, то тираж почти не влияет на стоимость. Это объясняется просто: производство и первой, и двадцатой по счету награды займет одинаковое (зачастую большое) количество времени, ведь клеить, вырезать, обрабатывать каждое изделие нужно одинаково хорошо.

Часто поступают запросы на награды разного размера для разных мест – по аналогии с классическими кубками-чашами. Но это также может привести к удорожанию изделия – ведь для каждого нового размера нужны свои программы для станков с ЧПУ, оснастки и настройка печати. Так, при изготовлении наград дешевле сделать 12 штук одинакового размера, чем 3 позиции по 4 штуки разного размера.

СРОКИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ

Самые загруженные месяцы на производстве – с апреля по сентябрь, а также декабрь – именно в это время проводится наибольшее количество различных мероприятий, в первую очередь массовых, спортивных.

Когда же заказывать? Конечно, лучше обращаться заранее. Сроки зависят от наличия макета, сложности изготовления награды, тиража и загруженности производства. Стандартно это 7-14 рабочих дней после согласования макета. Если же награды – из каталога готовой продукции и у вас уже есть макет, то можно справиться и за три дня.

БРЕНДИРОВАНИЕ

Для персонализации эконаград чаще всего используются следующие методы:

• **лазерная гравировка** на дереве и пластиковых вставках;

• **полноцветная УФ-печать.** На акриле часто добавляется печать с двух сторон: к примеру, на обороте стекла – фон, на передней части – логотипы и текст. За счет этого изображение выглядит объемным;

• **инкрустация.** Это наиболее дорогой и сложный, но очень эффектный способ нанесения. Для него нужны крупные элементы – буквы, элементы логотипа. Инкрустация делается на дереве – акрилом, деревом контрастного цвета или другими декоративными материалами (например, искусственной травой).

Также нередко в награды добавляется **объемный элемент** – логотип, обозначение призового места, контур или вставка.



Пример гравировки на буке (рыба).



Полноцветная двухсторонняя печать по акрилу.



Инкрустация на дубе – вставка из белого акрила в подставках.



Объемные элементы и вставки.
Звезда из черного акрила, вставка контрастной полоски из акрила в деревянной подставке.

КЕЙСЫ

Вот несколько ярких примеров работ мастерской Idealist, которые помогут оценить высокое качество и креативное исполнение эконаград.

Награда для спортивного мероприятия – туристического слета Ленинградской АЭС. Представьте: сосновый лес на берегу Финского залива, палатки, песни у костра, различные конкурсы и победные места. Такая награда должна быть особенной и воплощать атмосферу события, чтобы ее хотелось с гордостью добавить в свою коллекцию. Материалы: бук, шпон бука, термоясень, матовый акрил для изображения костра и белый акрил для объемной цифры. Нанесение: гравировка, УФ-печать.





Плакетки для компании LightHaus вручаются топ-брокерам по продажам недвижимости. Каждый квартал узор на изделиях меняется, и на стене почета в офисе уже собирается, как мозаика, внушительная коллекция наградных плакеток с именами победителей. Таким образом, данная награда выполняет сразу три функции: это и декор, и признание заслуг, и отличная мотивация для сотрудников. Материалы: дуб, черный глянцевый акрил. Нанесение: лазерная резка и полноцветная УФ-печать.



Медали для марафона «Поверь в себя», который уже не первый год проводит онлайн-школа леттеринга. Нестандартная форма деревянной медали, блестки-звезды под стеклом, «болтающийся» посередине карандашик, ленты с полноцветной печатью – получилось очень эффектно! Материалы: бук, тонированный шпон, прозрачный и белый акрил. Нанесение: полноцветная УФ-печать.

Мастерская Idealist
+7 (962) 686-36-04 info@idealist.pro https://nagrada.idealist.pro https://idealist.pro

«АТЕЛЬЕ МАРИНЫ ЧИСТОВОЙ»: ТЕКСТИЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ВЕСНЫ 2023



Марина Чистова

GIFT Review много пишет о промотекстиле, но еще ни разу мы не фокусировались на изделиях из денима, или, говоря иначе, джинсовой ткани. А между тем из года в год джинсы остаются атрибутом маст-хэв, меняются только тенденции. Пожалуй, ни одна одежда не может похвастаться такой универсальностью. Джинсы – это та вещь в гардеробе, которая выручит в любой ситуации, будь то работа или бизнес-мероприятие, прогулка или вечеринка, поход или фестиваль. Марина Чистова, руководитель «Ателье Марины Чистовой» – компании, более 20 лет занимающейся созданием корпоративного текстиля и мерча, рассказала нам о трендах, находящихся на пике популярности в сегменте промотекстиля – dirty denim, garment dyed, tie-dyed. Давайте разберемся, что же означают эти английские слова и почему они являются признанными хитами сезона.

DIRTY DENIM / СТИЛЬ ГРАНЖ

Конечно, когда мы говорим об этом направлении (англ. dirty denim, букв. «грязные джинсы». – Прим. ред.), мы подразумеваем не грязные в буквальном смысле, а состаренные джинсы, если использовать более точный термин. Тот самый случай, когда неопрятно – это модно. Речь идет о моделях с потертостями: джинсы должны выглядеть так, будто вы случайно прислонились к только что побеленной стене. И не ограничивайтесь скромными вариантами – пусть «пятна» занимают добрую часть штанин.

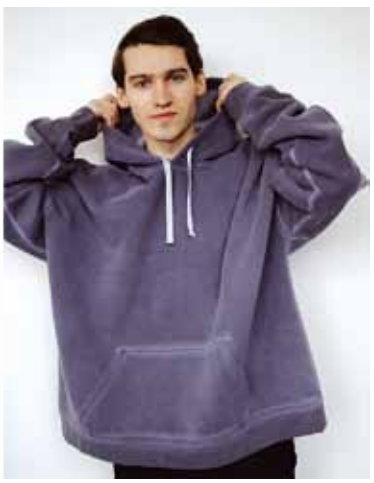


Этот тренд берет свои истоки в стиле гранж (англ. grunge, букв. «грязь». – Прим. ред.) – направлении в моде, основанном на отрицании всех норм, в том числе и модных тенденций. Стиль зародился в 80-х в Сиэтле с подачи рок-групп Nirvana, Alice in Chains, Soundgarden. Их непокорность и наплевательское отношение к внешнему виду переняли фанаты, а затем и молодежь Америки. В высокую моду стиль гранж ввел дизайнер Марк Джейкобс. В 1993 году он выпустил коллекцию в бунтарском стиле, которая, разумеется, вызвала неоднозначную реакцию. Критики шутили, что модельер представил линейку одежды прямиком из секонд-хенда.

Поклонники стиля гранж напоминали одновременно панков и хиппи. Основу их гардероба составляли рваные или бесформенные джинсы, выцветшие растянутые футболки и свитеры, шорты с необработанными краями, косухи, массивные ботинки или кеды.

И вот спустя почти 30 лет тенденции 90-х вновь актуальны как никогда. Конечно, промоиндустрия не могла остаться в стороне и проигнорировать то, что столь популярно у молодой (и не только) аудитории.





ТЕХНОЛОГИИ

Добиться эффекта состаренных изделий можно несколькими способами, такими как варка, стирка с камнями и крашение. Про варку и стирку обязательно расскажу в следующий раз. А сегодня хочу подробнее остановиться на способах крашения изделий, которые применяются не только для денима, но и для других тканей. Такие нестандартные техники – это всегда творческий подход и яркий результат.

GARMENT DYED, ИЛИ ПОЛИМЕРНОЕ КРАШЕНИЕ – метод, при котором готовую, сшитую из неокрашенной ткани вещь погружают в емкость с краской или комбинацией красок. Важно, что при этом способе вещь не подвергают никаким воздействиям и погружают в краску целиком. Из-за наличия швов и различных элементов кроя прокрашивание ткани происходит неравномерно. Из-за этого, а также из-за экспериментов по смешиванию цветов красителей, на вещи образуются интересные эффекты вроде переходов краски, переливов цвета и т.п. Довольно часто их, кстати, не видно вовсе. Но знатоки ценят. Со временем после многочисленных стирок эти эффекты усиливаются, меняются. На качество и износостойкость вещей этот нестандартный метод окрашивания не влияет, а вот индивидуальности придает совершенно точно.

TIE-DYED – разновидность вышеописанного метода, но еще более изощренная. Сшитую из неокрашенной ткани вещь перед погружением в краситель сначала перевязывают веревками, лентами, проволокой, нередко скручивают в узлы или жгуты. Поэтому в данном случае переходы между красками хоть и плавные, но заметные, краски могут сильно отличаться, а узоры быть весьма замысловатыми.







DIP-DYED – способ, когда неокрашенную вещь опускают в краситель частями. Иногда операцию повторяют несколько раз.

Для окрашивания в этих техниках используются ткани из 100% хлопка или с минимальным, до 5%, содержанием синтетических волокон. При этом ткани не теряют свои свойства, а, наоборот, могут стать чуть плотнее, чем были изначально, за счет впитывания краски в волокна. Наиболее выигрышно будут смотреться следующие изделия: куртки, джинсы и брюки, футболки, спортивные костюмы, толстовки, шоперы, панамы, шорты, спортивные трикотажные платья. Несомненно, вещи с такими эффектами привлекут к себе массу внимания и надолго останутся в памяти, будь то мерч на мероприятии или промоформа.

КОМУ ЭТО ДАРИТЬ И ГДЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Сейчас мерч – это самый эффективный маркетинговый инструмент, который окупает себя быстро и качественно. Именно поэтому большинство известных модных домов делают коллаборации со звездами и ищут нестандартные решения для применения своей сувенирной продукции. Взять хотя бы недавний показ Diesel на фоне горы продукции Durex: эти ребята знают толк в хайпе! В итоге обе компании смогли привлечь к себе максимальное внимание. Другой пример – интеграция аксессуаров Louis Vuitton в игру Hogwarts Legacy. Во-первых, это красиво, во-вторых, обеспечило огромный охват аудитории и привлечение новых поклонников бренда за счет ажиотажа вокруг самой игры. Главное – успеть поймать волну!

Так же и с модными трендами dirty denim, garment dyed, tie-dyed. Если ваша целевая аудитория имеет возраст до 30 лет и творческую направленность, то вышеописанные тенденции – это 100% попадание в цель или, как говорят зумеры, в сердечко. Это ярко, индивидуально, ни на кого не похоже и очень эффектно. Молодежные форумы, фестивали, сообщества и тусовки по интересам можно сделать яркими и запоминающимися, получить фантастический отклик у аудитории, если подойти к решению вопроса творчески – именно для этого тренд нестандартного окрашивания очень актуален.

Тренды – в тренды! ТикТока, ВКонтакте и вашего мероприятия!





«Ателье Марины Чистовой»
8 (925) 530-15-44, 8 (910) 412-55-70. ofis-chistova@mail.ru www.chefrepublic.ru

SOUND LEATHER: ОСОБЕННЫЙ ПОДХОД К ПОДАРКАМ ИЗ КОЖИ



Дмитрий Сычев

Натуральная кожа – один из древнейших материалов на службе человечества. Он зарекомендовал себя благодаря долговечности и разнообразию фактур, оттенков и форм изделий. А вот использование кожи в корпоративных подарках – растущий тренд. Почему он становится все более актуальным и что необходимо учитывать при выборе таких аксессуаров, нам рассказал руководитель компании SOUND LEATHER Дмитрий Сычев.

НАТУРАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В наш век карбона и пластика, удаленной работы и онлайн-встреч подарки из натуральных материалов как нельзя лучше передают заботу и признательность по отношению к адресату, поддерживают тепло человеческих отношений и служат физическим мостиком к кому-то, кого, возможно, видишь только на мониторе ноутбука или экране смартфона.

В этом плане натуральная кожа занимает особое место. Тактильно этот материал очень приятен и при этом разнообразен. Кожа может быть гладкой, с натуральной выделкой или тисненой фактурой, плотной или мягкой, с износостойким покрытием или же, наоборот, со способствующей естественному старению поверхностью. Кожа имеет свой неповторимый запах и даже звук. Современные технологии окрашивания дополнили традиционные оттенки коричневого всеми возможными цветами, а кожевенные мастера постоянно создают изделия с новым функционалом. Неизменным остается одно – все они практичны, красивы, удобны и долговечны. Поэтому подарок из натуральной кожи порадует любого адресата: практичные люди оценят комфорт и надежность, а кинестетики, визуалы и аудиалы будут в восторге от эстетики изделий и свойств материала.

РУЧНАЯ РАБОТА

Доля ручного труда в изготовлении изделий из кожи велика. И это касается не только российских производств – во всем мире значок «100% кожа», как правило, соседствует с обозначением «сделано вручную».

Все начинается с отбора подходящего для работы материала в необходимом количестве для каждого конкретного заказа. Это требует опыта и мастерства, ведь зачастую на коже присутствуют естественные дефекты, даже сырье высших сортов имеет непригодные для использования участки. Далее при необходимости кожа проходит дополнительную обработку и полировку, если мастер имеет дело с материалом





без финишного заводского покрытия. Затем производится ручной крой и вырубка заготовок на ручных и пневматических прессах. Персонализация изделий осуществляется именно на этом этапе, так как нанесение логотипа необходимо делать не на готовом изделии, а на плоских деталях. Это один из самых ответственных моментов, всегда требующий дополнительной настройки оборудования, пробных оттисков или гравировки на каждом конкретном виде кожи, а также точности в работе с тиражом заготовок.

После этого производится сборка изделий с использованием клеевых материалов, причем часто этот процесс происходит в несколько этапов попеременно со сшивкой отдельных частей. В шитье кожи также есть свои особенности. Во-первых, для этого требуется специальное оборудование. При этом часть изделий прошивается вручную, для этого предварительно в заготовках пробиваются отверстия. Во-вторых, скорость даже машинного шитья кожи гораздо ниже по сравнению с тканью, а концевые узлы ниток необходимо обрабатывать вручную и по возможности прятать между слоями кожи. В завершение края изделий обрабатываются специальными составами и полируются, а поверхности при необходимости проходят обработку водоотталкивающими составами.

Все эти этапы требуют профессионализма и большого опыта. Количество таких мастеров ограничено, что и делает работу с кожей особым видом ремесла. Зато в каждом изделии точно есть частичка души каждого кожевника, так как работа с таким материалом без любви к делу просто невозможна.







ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ

Две главные потребности заказчиков при выборе бизнес-сувениров – оригинальность и практичность. Всегда хочется выделиться среди других презентов чем-то новым и сделать так, чтобы подарком пользовались часто и долго. Именно такие вещи повышают лояльность к бренду и все чаще входят в маркетинговую стратегию по продвижению.

Кроме того, для многих людей аксессуары из натуральной кожи – это показатель определенного статуса, и в таком случае подарок представит в выгодном свете как дарителя, так и получателя. И не всегда это должны быть дорогостоящие портфели и папки. Даже небольшие, но практичные изделия из кожи станут проявлением внимания и заботы. Например, ключница, которая не только сохранит все ключи в одном месте, но и убережет дорогостоящие гаджеты в сумке от царапин.

А еще бизнесмены и руководители много путешествуют. И для них у кожевников есть целый ряд незаменимых аксессуаров: различные тревелеры, органайзеры, обложки для паспортов, несессеры, багажные бирки и многое другое.

Помимо VIP-подарков, натуральная кожа отлично подойдет для корпоративного мерча, повышающего лояльность сотрудников: кожаный коврик для мыши добавит уюта рабочему месту, а ежедневник, стильный чехол для телефона или пропуска в офис станут приятным проявлением внимания к коллегам.

НЕМНОГО О БРЕНДИРОВАНИИ

Мода на броский логотип проходит. Сейчас даже на проморучках, брелоках и значках, где логотип составляет основную часть, в первую очередь компании обращают внимание на эстетику и гармоничность всего изделия, стилизуют логотип, обыгрывают отдельные его элементы. А если рассматривать более дорогостоящие подарки, то все большую роль играет лаконичность дизайна и сочетание символики с общей идеей, назначением и внешним видом изделия. Можно сделать вывод, что броскость логотипа обратно пропорциональна стоимости самого подарка.

Отдельное место занимают более утонченные решения. Обратите внимание: даже именитые кожевенные дома все чаще не выносят на лицевую часть акессуаров свое название, чтобы не нарушать лаконичность и строгость стиля. То же самое и в вашем подарке из натуральной кожи: логотип может быть нанесен на вшитую бирку или на внутреннюю сторону изделия. Так он не будет выглядеть вычурно, но всегда будет на виду или ощущаться тактильно (привет кинестетикам) каждый раз, когда человек пользуется вещью. А в конечном счете именно это и требуется от фирменного подарка – долгое использование и постоянное напоминание о компании-дарителе.

Для изделий с фурнитурой есть еще одно элегантное решение – гравировка по металлу. На пуллере молнии, кнопке или заклепке ваш логотип будет виден практически вечно. А изысканный и утонченный внешний вид подарка дополнит аккуратная деталь без каких-либо «инородных» элементов брендирования.





SOUND LEATHER
Тел./Telegram/Whatsap: +7 (901) 363-31-76, +7 (499) 288-71-76
master@soundleather.com www.soundleather.ru

TACILIA: ДЛЯ ВЛЮБЛЕННЫХ В СЕВЕР

GIFT Review продолжает раскрывать тему эксклюзивных подарков от локальных российских производителей. Заказывая такие изделия, вы получаете штучные неповторимые вещи, в которые вложены душа и мастерство. Сегодня мы расскажем о бренде TACILIA, предлагающем текстиль и сувениры с авторскими принтами, вдохновленными культурой и природой Русского Севера.

TACILIA (Тацилия) – молодой бренд, рожденный на побережье Белого моря в городе Северодвинске. Создатель – Татьяна Воротынцева, графический дизайнер, фотограф, инженер-технолог – автор и исполнитель идей и дизайнов. Продукция бренда – платки и палантины, блузки и халаты-кимоно, домашний текстиль, сумки и косметички, открытки и сувенирные магниты – отличается общей темой любви к культуре и природе Русского Севера. На логотипе изображена мородунка – птица из семейства бекасовых, мелкий кулик. Слоган компании: «Хвалим свое болото» – отсылка к поговорке «Всяк кулик свое болото хвалит».





В основе коллекций – аксессуары с изображением узнаваемых северных образов. Это грибы и ягоды (морошка, брусника), васильки среди колосьев ржи, арктический медведь, северное сияние, еловые ветви и гроздья рябины... В коллекции «Северные рыбы» четыре вида платков с графичным изображением рыб Белого моря (трески, наваги, камбалы и корюшки) соответствуют четырем цветотипам внешности будущих владелиц аксессуаров. Почтовые открытки с авторскими иллюстрациями и фотооткрытки также объединены северной темой: все фото сделаны на территории Архангельской и Вологодской областей, а в виде забавных персонажей выступают арктические звери – бельки, белые медведи, моржи.





Реклама



> Через мои творения я популяризирую наш родной край: его природные и культурные особенности, таинственную красоту и самобытность. Я хочу, чтобы в нашем регионе создавалась сувенирная и туристическая продукция высочайшего уровня, достойно и подробно рассказывающая об уникальных свойствах местности, где нам посчастливилось жить.



Платки производятся из высококачественного искусственного шелка. Этот тип ткани позволяет создавать изделия с отличными эксплуатационными свойствами. Они не меняют своих характеристик при стирке, отпаривании и глажке, принт максимально долговечен, рисунок яркий и четкий, цветопередача высочайшего качества. Это возможно благодаря методу высокотехнологичной печати, который применим для тканей с синтетическим составом. Используемые материалы и технологии экологичны и безопасны, это подтверждается необходимыми сертификатами.

Именно в этом исполнении платки выглядят поистине роскошно: они легкие, с шелковистым блеском, очень приятные на ощупь, не уступают по характеристикам тканям из натуральных волокон. Каждый платок упакован в фирменный подарочный футляр.





По словам Татьяны, она старается создавать то, чего не хватало ей самой: удобные, красивые и современные аксессуары, хранящие в себе образы того, что ей особенно дорого. Теперь хрупкое очарование болот и лесов, теплая душевность северных деревень и сказок, яркая символика традиционных промыслов и магия астрономических явлений может радовать не только ее, но и женщин по всему миру.

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

TACILIA

+7 (911) 874-96-74 vk.com/tacilia vk.link/tacilia www.wildberries.ru/brands/tacilia

Реклама

«ДАМА СДАВАЛА В БАГАЖ ДИВАН, ЧЕМОДАН, САКВОЯЖ...»

Приближается лето – сезон отпусков и путешествий. Поэтому темой нашего ликбеза стал багаж – сумки, рюкзаки, чемоданы во всем их многообразии. Эти изделия стабильно пользуются популярностью в промоиндустрии, выполняя роль корпоративных подарков или мерча для мероприятий. Сегодня мы расскажем, на что обратить внимание при выборе того или иного вида аксессуаров, об особенностях материалов и способах брендирования.

Нашими экспертами стали: продакт-менеджер компании «Проект 111» **Ирина Гельцер,** продакт-менеджер ГК «Оазис» **Елена Щербакова,** руководитель компании «Нью-Тон» **Ольга Колтунчик,** директор по маркетингу компании Admos **Марина Бычкова.**

РЮКЗАКИ

Хотя разновидностей рюкзаков огромное множество (от туристических, где важна каждая деталь, до элементарных мешков для сменной обуви), самым популярным на проморынке в последние годы остается **городской рюкзак.** Требований к такому аксессуару несколько. Он должен быть небольшим (при этом вмещать ноутбук) и легким, а ткань – износостойкой. Немаловажно удобство стирки, ведь в некоторых регионах осенью и весной это придется делать чуть ли не еженедельно.



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

Основным критерием выбора является компактность (наименьший возможный объем). Чтобы с рюкзаком было комфортно перемещаться в общественном транспорте, обращайте внимание на модели объемом до 13-18 литров.



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

Еще одна характерная особенность **городских рюкзаков –** сдержанный универсальный дизайн. Он должен подходить и женщинам, и мужчинам.

Тем, кто часто путешествует с чемоданом и рюкзаком, стоит выбирать из моделей с антикражным карманом на спинке (для паспорта и кошелька) и креплением для ручки чемодана (специальная деталь, благодаря которой рюкзак надевается сверху на чемодан).

> «Проект 111»: «Лайфхак для тех, кому важен каждый грамм ручной клади: сумки и рюкзаки из материала рипстоп (от англ. ripstop: rip – рваться, stop – прекращение. – Прим. ред.) весят меньше, но такие же прочные. Секрет прост: комбинированное переплетение усилено армированными нитями из полиэстера или нейлона. Ткань рипстоп легко узнать по характерному узору «в клеточку».



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

Другие важные критерии для **дорожного рюкзака:** наличие кармана под планшет или ноутбук, карманов для мелочей снаружи и внутри рюкзака, в том числе сетчатых, под бутылки разного диаметра, а также широких удобных лямок и дышащей спинки – грамотное распределение веса поможет снизить нагрузку на позвоночник.



Фото: ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com

Из необязательных, но удобных деталей можно выделить органайзер внутри рюкзака, помогающий разграничить пространство, а также USB-выход, который позволяет заряжать смартфон при помощи находящегося внутри пауэрбанка.

Для активного отдыха за городом стоит рассмотреть модели со светоотражающими элементами либо докупить их отдельно в виде брелоков. Обратите внимание: во многих странах наличие светоотражающих элементов вечером и ночью у пешехода является обязательным.



Фото: ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com

ШОПЕРЫ



Фото: ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com

Берите с собой в поездки сумку-шопер: в сложенном виде она занимает мало места, но будет очень полезна на прогулке, при походе за покупками или на пляж. Чем шире ручки сумки, тем меньше они врезаются в плечо. Их оптимальная ширина – 3 см, а комфортная длина – от 65 см.

Еще один важный момент при выборе шопера – карман, в который складывается сумка, и способы его фиксации в закрытом виде – молния, кнопка, липучка.

Для тех, кому важен минимальный вес и компактность сумки-шопера, следует выбирать модели из нейлона, полиэстера или хлопка низкой плотности. Плюсом станет и дополнительная функциональность: регулируемые или двойные ручки, карманы для ключей и кошелька.

Тем, кому принципиальна возможность унести в шопере побольше вещей или продуктов, подойдут вместительные модели с донной вставкой, на молниях.





Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

Наконец, стиль – немаловажный критерий. И здесь выбор снова огромен. Поклонники лаконичных сочетаний выбирают неокрашенный хлопок, лен или джут, комбинации черного или серого с цветными акцентами. Молодежная аудитория же буквально влюбляется в светоотражающие коллекции или прозрачные шоперы с перламутровыми переливами.



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

«Admos: «По оценкам ВРМА (Британской ассоциации рекламных товаров), брендированные сумки за время использования дают в среднем 3300 контактов с вашим логотипом. Для сравнения: для корпоративных календарей этот показатель равен 850, а для термокружек – 1400. Шоперы, дорожные и спортивные сумки, рюкзаки работают на бренд каждый день».

ПОЯСНЫЕ СУМКИ

Поясные сумки получили вторую жизнь, вернувшись из далеких 90-х в совершенно ином качестве. Их можно носить на груди (кросс-боди), как рюкзак-слинг на спине или традиционно – на поясе. Их выбирают спортсмены, туристы, владельцы собак и просто любители прогулок налегке. Из интересных моделей: совершенно плоские сумки для пробежек и сумки с изотермическими вставками для холодной воды или теплого сэндвича.

Поясные сумки идеально подходят для любого вида поездок, так как вмещают в себя паспорт, билеты, кошелек, банковские карты, смартфон и необходимые в дороге мелочи вроде солнечных очков. Как и рюкзаки, сумки на пояс могут быть выполнены из светоотражающей ткани, иметь вывод для шнура наушников, при пошиве чаще всего используются нейлон или полиэстер, обеспечивающие легкость и прочность изделий.

> ГК «Оазис»: «Наиболее капризным видом транспорта, который выдвигает больше всего критериев к багажу, является самолет: для него нужны аксессуары, которые помещаются в рамки ручной клади. Ее средний размер 55х40х20 см, вес – от 5 до 10 кг, из чего следуют сразу три критерия: аксессуары для авиапутешествий должны быть легкими и компактными, но при этом обладать немалой вместимостью и грузоподъемностью. Интересно, что одна из популярнейших российских авиакомпаний ограничивает измерения ручной клади до 23х36х30 см, что автоматически создает спрос на аксессуары именно такого размера».

Чаще всего поясные сумки носят именно на поясе, и это оптимальное место для размещения светоотражающих элементов – на уровне света автомобильных фар. Так поясная сумка становится не просто модным аксессуаром, но и «маячком» для безопасности пешеходов.



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru



Фото: ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com

КОЛЕСНЫЙ БАГАЖ

Очевидным преимуществом багажа на колесиках является простота транспортировки. Но только если речь идет о ровных дорогах. Обычно выделяют три типа колесного багажа: чемоданы, сумки и рюкзаки.

Чемоданы на колесиках – привычный вариант для тех, кто много путешествует. Они бывают разных размеров и, как правило, имеют прочную конструкцию, предназначенную для транспортировки в не самых мягких условиях. Такие чемоданы лучше всего подходят для командировок, семейных путешествий, автомобильных поездок в другие города.

Двухколесные конструкции очень распространены, они позволяют вам тянуть багаж за собой или толкать его перед собой, однако вы не сможете перемещать его из стороны в сторону. Колеса обычно немного утоплены в сумку, что занимает некоторое внутреннее пространство, но при этом защищает колеса от ударов. Двухколесные сумки, как правило, лучше справляются с неровными улицами и бордюрами, чем четырехколесные.

Большим преимуществом **четырехколесных** конструкций является мобильность, когда перемещать сумку или чемодан можно в любом направлении. Но, если вы оставите четырехколесный багаж где-нибудь на склоне, он, скорее всего, укатится.



Фото: «Нью-Тон», www.new-ton.org



Фото: «Нью-Тон», www.new-ton.org

Сумки на колесиках – хороший выбор для тех, кто занимается различными видами спорта и при этом часто бывает в дороге. По размерам они меньше чемоданов, но при этом достаточно вместительны.

Рюкзаки на колесиках – вариант, который набирает все большую популярность. Сочетают в себе вместимость чемодана и мобильность рюкзака. Можно перевозить большое количество вещей, просто потянув за выдвижную ручку. Столкнулись с интенсивным пешеходным движением или длинным лестничным пролетом? Есть плечевые лямки и поясной ремень для удобства переноски.



Фото: ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com

ДОРОЖНЫЕ СУМКИ

Вариантов дорожных сумок множество: от обычных, которые можно носить через плечо, до сумок на колесиках с выдвижными ручками; от компактных сумок для ручной клади емкостью 20-30 литров, которые подойдут для коротких поездок, до массивных сумок на 100 и более литров для долгих путешествий.

Основные преимущества дорожных сумок – лаконичный дизайн и легкость. Обычно они имеют одно большое отделение. Поэтому поклонникам четкой организации хранения может не хватить дополнительных карманов и внутренних отделений. Как вариант, в таких случаях можно приобрести дополнительные чехлы для вещей.



Фото: «Нью-Тон», www.new-ton.org

Фото: «Нью-Тон», www.new-ton.org

Традиционные дорожные сумки без колес могут показаться старомодными. Однако в местах с ухабистыми неровными дорогами от колес будет больше хлопот, чем пользы. К тому же они добавят дополнительный вес сумке. Кроме того, классические дорожные сумки более гибкие, поэтому их проще разместить в багажнике автомобиля или камере хранения. И, как правило, они дешевле. Это отличный вариант для туристов, любителей долгих путешествий и людей с ограниченным бюджетом, которым необходимо брать с собой много вещей.

ГК «Оазис»: «Для дополнительной сохранности вещей используйте багажные ремни, которые снизят нагрузку на молнии – это особенно актуально для чемоданов, но большим сумкам тоже поможет».

«Нью-Тон»: как выбрать подходящий объем чемодана, рюкзака или сумки.

- 30-50 литров: как правило, багажа объемом до 50 литров достаточно для непродолжительных поездок. В этом размерном диапазоне есть множество сумок и рюкзаков на выбор.
- 50-75 литров: такой объем подойдет для поездки, которая длится от одной до двух недель. Здесь уже вполне можно выбирать колесный багаж.
- 75-100+ литров: этот тип багажа подойдет для туристических походов и долгих путешествий.

МАТЕРИАЛЫ

Производители сумок и рюкзаков предлагают широкий ассортимент материалов, остановимся на самых популярных.

Полиэстер – легкая синтетическая ткань. Для аксессуаров обычно выбирают ткань плотностью 600-1000 ден: она хорошо держит форму и обладает повышенной прочностью и износостойкостью. Зачастую ее обрабатывают водоотталкивающей пропиткой – и о сохранности вещей можно не волноваться.

Хлопок – король шоперов. Чем он плотнее, тем прочнее и долговечнее сумка.

Спанбонд – инновационный нетканый материал, который производится методом прессования при высокой температуре. Он экологичный, безопасный для человека и природы, прочный (шопер из спанбонда выдерживает нагрузку до 10 кг) и долговечный.

Канвас состоит из двух слоев: в нижнем полиэстер сочетается с натуральным хлопком, а в верхнем – с нейлоном. Это мягкая ткань парусного плетения, устойчивая к загрязнениям и водоотталкивающая.



Фото: Admos, www.admos.ru

Оксфорд производится из смесовых или полностью синтетических волокон и отличается износостойкостью, а особое переплетение делает ткань практически непромокаемой: капли воды просто скатываются по поверхности. Для сумок подойдет оксфорд плотностью 200-300 ден, для рюкзаков – 400-500 ден.

RPET (вторичный полиэстер) сделает акцент на ESG-ценностях компании. Пластик, зачастую выловленный в Мировом океане, собирают, сортируют, очищают и превращают в мелкие гранулы. Их переплавляют в тонкие нити, из которых производится полиэстер. Процесс экономит 75% энергии и 90% воды, требующейся для первичного производства, и сокращает выброс углекислого газа на 40%.

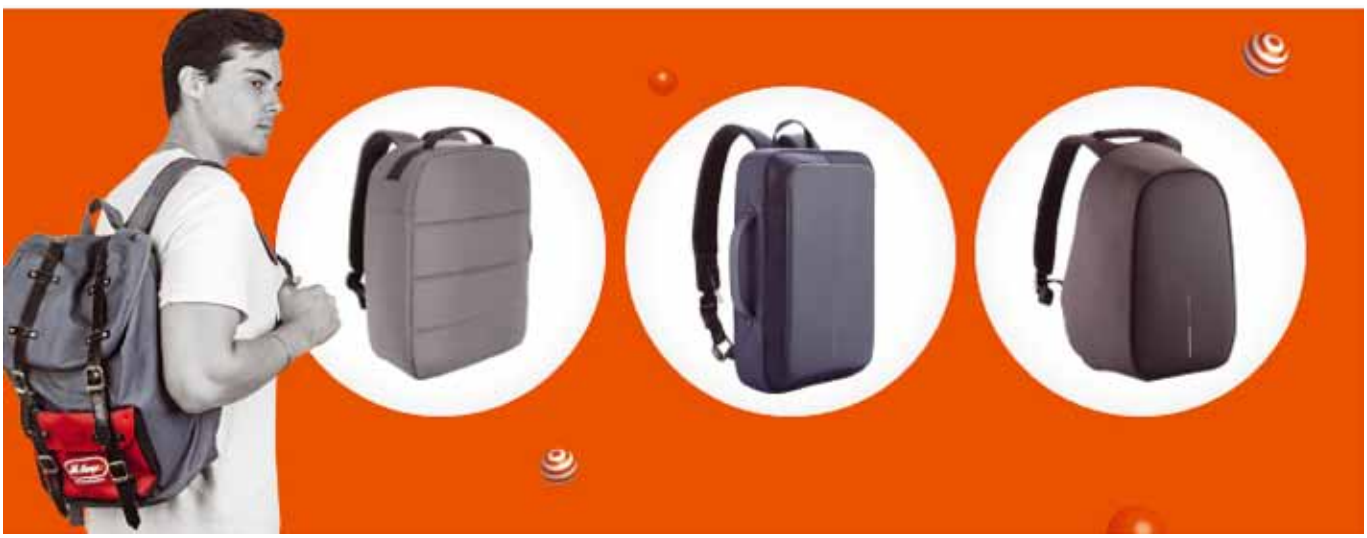


Фото: Admos, www.admos.ru

БРЕНДЫ

Производители предлагают множество фишек: водонепроницаемость, встроенные солнечные панели и экраны, защиту от карманников и RFID, которая не дает считать данные с карт с помощью специальных приборов, USB-порты. Как же сориентироваться в таком многообразии? Выбирать проверенные бренды!
Вот несколько популярных:

- **Burst –** модели для городской среды, оптимальные по размеру и цветовой гамме. Отличительной чертой бренда является серая меланжевая ткань: неброско, но не скучно. И хотя в коллекции есть и другие цвета, такое сочетание – визитная карточка Burst.
- **Carpisa –** итальянский бренд элегантных дорожных аксессуаров для мужчин и женщин. Это выбор деловых людей, которые ценят лаконичный продуманный дизайн, удобство и практичность во всем.
- **Voyager –** бренд, специализирующийся не только на сумках, но и на других аксессуарах для путешествий, включает в себя все виды сумок (дорожные, на пояс, для ноутбука), рюкзаки, портпледы, зонты в едином стиле и общей цветовой гамме.
- **Indivo –** стильные и вместительные аксессуары для активной городской жизни. В коллекции есть рюкзаки-трансформеры, которые можно использовать как сумку для ноутбука или конференц-сумку.
- **Samsonite –** премиальный бренд: каждая позиция из ассортимента проходит проверку перед отгрузкой с производства, а сервисы послепродажного обслуживания, расположенные по всему миру, придут на помощь, если что-то все-таки пошло не так.
- **Wenger –** высокое качество материалов и швейцарская точность, износостойкость и функциональность, стильный дизайн и эргономичность.
- **SwissGear –** сумки и аксессуары для активного отдыха и путешествий.
- **RIVACASE –** стильная, инновационная продукция для тех, кто всегда в центре событий.
- **Piquadro –** знаменитый итальянский бренд сумок, рюкзаков, чемоданов. Продукция компании отличается высокой функциональностью, продуманной организацией внутреннего пространства, элитными материалами и комфортом использования.
- Шоперы делают многие бренды. Выделим среди них **Burst, Elevate, Indivo, Manevr, Midocean.** Можно сшить сумку для покупок на заказ – и второй такой будет просто не найти!
- Для премиальных подарков советуем обратить внимание на аксессуары **Korin** от инновационного американского бренда и уже легендарные противокражные рюкзаки **Bobby.**





Фото: «Проект 111», www.gifts.ru



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

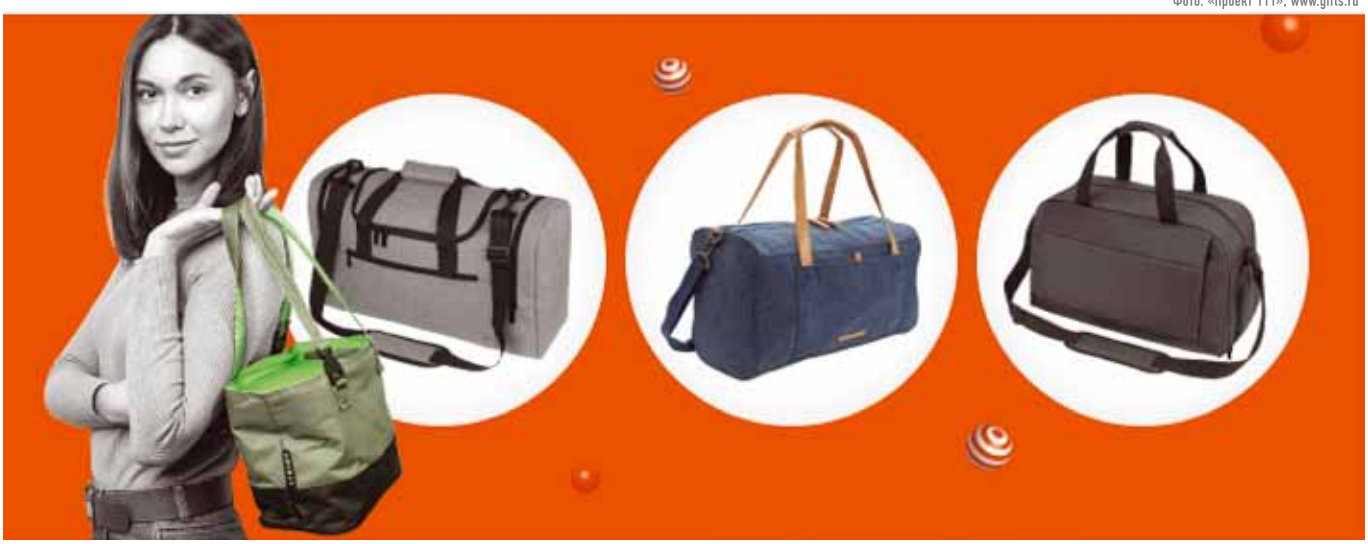


Фото: Admos, www.admos.ru

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

• **Шелкография –** один из самых универсальных способов нанесения логотипов и изображений: изготавливаются трафареты по числу цветов, которые будут использованы в принте, и через них послойно наносится краска. Оттиски получаются очень четкими и насыщенными.

• Шоперы имеют наиболее удобную форму для работы печатника, и, как следствие, широкие возможности для персонализации: **полноцветная печать на DTG-принтере, шелкография, вышивка, DTF-печать и сублимация.**

• Существуют коллекции рюкзаков со съемными передними карманами, которые подходят для полной запечатки. Также есть интересные линейки рюкзаков с карманами из «липучки». С ними персонализацию можно постоянно менять, как статусы в соцсетях. Достаточно изготовить несколько шевронов с вышивкой или сублимацией, и владелец рюкзака может выбирать картинки под настроение.

• При брендировании небольших (до 100 шт) тиражей рюкзаков, текстильных чемоданов, дорожных или поясных сумок, а также багажных ремней выбирайте **полноцветный CMYK термотрансфер (DTF).** Этот метод намного дешевле, чем печать в два и более цветов.

• Хотя одним из лучших вариантов нанесения на текстиль считается вышивка, на самом рюкзаке, как правило, вышить логотип не получится из-за грубости ткани. Поэтому в данном случае выбирайте **жаккардовые шевроны.**

• Чемоданы – наиболее «капризный» носитель для персонализации, поэтому здесь часто используется **гравировка на специальном шильде** (табличке под нанесение).Это надежный вариант, не боящийся времени и механических повреждений. Также чемоданы можно брендировать методом **УФ-печати:** на выходе получается большое по площади и яркое изображение, стойкое к истиранию.

• Иногда можно использовать **гравировку на металлическом шильде –** это актуально для полиуретановых изделий и рюкзаков или чемоданов сложной формы, которые не подходят для прямого нанесения.



Фото: «Проект 111», www.gifts.ru





Фото: «Проект 111», www.gifts.ru

Благодарим за помощь в подготовке материала:

«Проект 111», www.gifts.ru
ГК «Оазис», www.oasiscatalog.com
Admos, www.admos.ru
«Нью-Тон», www.new-ton.org



Фото: Admos, www.admos.ru

30-Я ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

23–26 октября 2023

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

Павильон №2

Организатор

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке

АКАР Ассоциация коммуникационных агентств России

Под патронатом

ТПП РФ

12+ Реклама

www.reklama-expo.ru

«НЬЮ-ТОН»: ВЫБИРАЕМ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ

Весенний сезон уже начался, стремительно приближается лето, а с ним солнечные дни, отпуск и много часов, проведенных на свежем воздухе. Это идеальное время, чтобы подарить сотрудникам, клиентам или бизнес-партнерам солнцезащитные очки, ведь этот модный аксессуар не только защищает глаза от ультрафиолетовых лучей, но и является завершающим штрихом любого образа. Правда, выбрать подходящие очки бывает непросто из-за большого количества разных стилей. Эксперты из компании «Нью-Тон», одного из ведущих поставщиков деловых подарков и мерча из Европы, любезно рассказали нам, что же нужно знать об этом аксессуаре и на что стоит обращать внимание корпоративным клиентам при заказе.

ВИДЫ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫХ ОЧКОВ

Форма оправы играет ключевую роль в том, как очки сидят на лице. Исходя из этого, вот несколько основных типов очков.



«Авиатор», или «капельки». Изначально эта модель была создана для американских летчиков для защиты глаз от солнечных лучей под любым углом – отсюда и их название. В настоящее время очки-авиаторы являются одной из самых популярных моделей в мире. Они имеют овальную форму и, как правило, металлическую оправу. Такая форма подходит людям с продолговатым, круглым или квадратным типом лица. Что не менее важно, эта модель будет отлично смотреться как с деловым костюмом, так и с повседневной одеждой.



«Кошачий глаз» – это в первую очередь неповторимый ретростиль, который, несомненно, привлекает внимание. Цельноободковая пластиковая оправа имеет загнутые кверху углы по внешним краям. Это одна из самых любимых и универсальных форм очков для многих женщин, они отлично подойдут обладательницам круглого и квадратного лица.

Круглые солнцезащитные очки – популярный выбор посетителей музыкальных фестивалей, поклонников Beatles и всех, кто хочет дополнить свой образ модным аксессуаром. Доступные в толстой или тонкой оправе, из металла или пластика, такие очки очень универсальны. Тонкие металлические оправы, подобные тем, которые носил Джон Леннон, создают винтажный вид, а модели из толстого пластика имеют более современный образ. Лучше всего эта форма будет смотреться на квадратном типе лица.





Browline. Перепутать эту модель с другими невозможно благодаря толстой оправе сверху, напоминающей брови, и очень тонким краям вокруг нижней части. Иногда над линией бровей есть полоска сверху, как у «авиаторов», но в отличие от них, эта модель очень легкая и выглядит более классически. Эти очки подойдут обладателям трапециевидной или грушевидной формы лица.

Wayfarer – актуальная универсальная модель очков в пластиковой оправе. «Вэйфареры» подходят практически любому типу лица.





Солнцезащитные **очки прямоугольной формы.** Здесь чаще всего используется металлическая или комбинированная цельноободковая оправа. Можно найти достаточно много вариаций этого стиля, в широком диапазоне материалов и цветов: от тонких прямоугольников со скошенными краями до больших линз со слегка закругленными оправами. Подойдет людям с овальным, круглым, треугольным или сердцевидным типом лица.

Спортивные солнцезащитные очки – гладкие, стильные и, как правило, легкие. У них есть закругленная оправа, которая сужается к вискам, чтобы защитить глаза от солнечных бликов под любым углом. Они часто имеют сменные линзы и ремешки, чтобы удерживать очки на лице при занятиях активными видами спорта. Обычно такие очки снабжены легкими небьющимися линзами из поликарбоната, которые обеспечивают отличную защиту глаз от пыли, а также от солнечного света.



Очки-«бабочки» (или, как их еще называют, «стрекозы») имеют толстую оправу с поднятыми и акцентированными внешними углами. Они сужаются ближе к переносице, создавая форму бабочки, в честь которой они названы. Подходят практически всем типам лица, за исключением квадратных и прямоугольных.



Овальные солнцезащитные очки обычно имеют толстую пластиковую оправу, но также есть множество вариантов с тонкой и металлической. Продолговатая форма отлично будет смотреться на квадратном или прямоугольном лице, можно также примерить эту модель обладателям лица треугольной формы. Такие очки подойдут как для классических образов, так и для дополнения яркого ретростиля.

Также есть огромное множество моделей с различными геометрическими оправами. Тут уже каждый выбирает по своему вкусу.



СОВЕТ! **Если нужно подобрать универсальные очки, которые подойдут абсолютно каждому, присмотритесь к вариантам без оправ. Такие модели отлично садятся на все типы лица.**



МАТЕРИАЛЫ

Есть несколько важных факторов, которые следует учитывать при выборе солнцезащитных очков. Во-первых, это использование качественного УФ-фильтра. Только такой фильтр (UV400) защитит глаза от вредных лучей UVA и UVB. Также стоит обращать внимание на качество материалов и точность оправ. Высококлассный материал для производства очков, как, например, ацетат или металл, скорее всего, не будет дешевым, но, безусловно, стоит своей цены. Очки, выполненные из качественного сырья, не только защитят от солнца, но и прослужат не один сезон. Если же стоит задача выбрать очки в качестве промосувенира, то можно остановиться и на более простых вариантах. Сейчас на рынке очень много изделий из качественного пластика, которые выглядят достойно и при этом достаточно дешевы.

Материалы, из которых изготовлены солнцезащитные очки, как правило, хрупкие. Однако производители учитывают данный фактор и укрепляют свои изделия с помощью металлической фурнитуры (крепления, края дужек) или более толстого стекла.



Оправа солнцезащитных очков может быть выполнена из самых разных материалов. Часто можно встретить модели из **дерева или бамбука.** Для производства таких очков требуется меньше энергии по сравнению с обычными материалами, такими как металл, пластик и ацетат. Таким образом, деревянные оправы более экологичны, чем пластиковые, и, конечно же, они биоразлагаемы.

К сожалению, долговечность не является одним из преимуществ деревянных моделей. Есть и другие минусы: их труднее снимать, чем пластиковые, их сложнее чистить, они быстрее пачкаются.

Еще один популярный материал для солнцезащитных очков **– ацетат.** В отличие от деревянных моделей, очки, выполненные из ацетата, могут быть практически любого дизайна и любого цвета. Очки из этого материала прослужат долго, они достаточно прочные и не сломаются при легком сгибании.

Многие покупатели отдают предпочтение оправам **из металла**. Металл не гниет и не плесневеет при намокании, как, например, дерево. Кроме того, металлические оправы очень легкие. Наконец, они более прочные и их можно восстанавливать после незначительных повреждений.

И еще один набирающий популярность вариант **– оправы из переработанных материалов.** Это может быть и переработанный пластик, и бамбук, и даже пшеница. Качество такого сырья не уступает первичному, а выглядят такие очки стильно и свежо.

ЦВЕТА

Выбирая идеальные солнцезащитные очки, стоит помнить, что цвет их линз – это не только вопрос эстетики. Многие выбирают очки по цвету, и это неудивительно – мы хотим, чтобы они соответствовали нашей внешности, индивидуальности и повседневному стилю. Однако каждый цвет имеет свою специфическую функцию.

Коричневые очки

Этот тип солнцезащитных очков лучше всего останавливает синий свет, который как раз и ослепляет. Они улучшают цветовой контраст, глубину резкости, а также позволяют глазам отдохнуть. Такие очки рекомендуются людям с чувствительными глазами. Это идеальный вариант на прогулке под ярким солнцем или во время отдыха на пляже.

Серые очки

Серые солнцезащитные очки считаются нейтральными, то есть они не меняют цвета наблюдаемых объектов и контрастность, благодаря чему позволяют точно оценивать расстояние. Такой аксессуар универсален и подходит для повседневного ношения, хотя некоторым может показаться, что они недостаточно блокируют солнечные лучи.

Зеленые очки

Идеальный выбор для любой погоды – как в солнечные, так и в пасмурные дни. Эти очки особенно незаменимы осенью, так как они улучшают контрастность при слабом солнечном свете. А когда солнце светит ярче, они разгружают глаза. Правда, зеленые солнцезащитные очки не рекомендуется надевать во время вождения автомобиля.

Синие очки

Солнцезащитные очки с синими линзами будут работать особенно хорошо при переменчивых погодных условиях. Они усиливают восприятие зеленого на синем фоне, подчеркивают желтый цвет, отвечают за правильную контрастность изображения. Это идеальный вариант для активных людей, которые занимаются бегом, теннисом или ездой на велосипеде. Однако их не следует использовать во время вождения автомобиля, так как они изменяют восприятие цвета.

Розовые и красные очки

Кто бы не хотел смотреть на мир через розовые очки? Солнцезащитные очки с розовыми линзами, в некоторой степени, позволяют сделать это. Кроме того, розовые линзы повышают контрастность изображения и улучшают восприятие естественных цветов. Они идеально подходят для менее солнечных дней или летних вечеров, когда излучение не слишком интенсивное. Не рекомендуется использовать водителям.

Желтые и оранжевые очки

Этот тип солнцезащитных очков улучшает контрастность изображения после наступления темноты. Желтые линзы позволяют хорошо видеть в тумане. Это хороший выбор для пасмурных дней, когда у нас ограниченный доступ к естественному свету. Оранжевые линзы обеспечивают надлежащий контраст даже в условиях плохой видимости. Поэтому автолюбители часто выбирают именно этот тип очков.



ТОНИРОВКА ЛИНЗ

Цвет стекла и УФ-фильтры – не единственные факторы, разделяющие солнцезащитные очки на разные типы. Существует также несколько видов тонировки линз. Эти варианты важны как с точки зрения эстетики, так и влияния на комфорт зрения и использования аксессуара.

Солнцезащитные очки с равномерной тонировкой являются наиболее классическим и универсальным вариантом. Такие модели вне времени и никогда не выйдут из моды. Они полностью закрывают глаза и добавляют загадочности вашему образу. Однако не все будут чувствовать себя комфортно в очках такого типа: на некоторых они могут производить впечатление тяжести, перегруженности и неестественности. Таким людям идеально подойдут очки с градиентом.

Солнцезащитные очки с градиентом. В этом типе очков линзы имеют неоднородный цвет: в верхней части линзы он самый темный и становится светлее по мере того, как опускается вниз. В некоторых моделях нижняя часть стекла полностью прозрачна. Солнцезащитные очки с градиентом эстетичны и выглядят оригинально, но это не единственное их преимущество. Линзы с градиентной тонировкой ограничивают доступ падающего сверху солнечного света, при этом не нарушая зрения в нижней части линзы. Цвета, видимые через градиентные очки, очень близки к реальным.

Зеркальные солнцезащитные очки. Этот тип очков, безусловно, предназначен для людей, которые любят привлекать внимание окружающих. Зеркальные очки полностью отражают свет, напоминая зеркало, делая глаза незаметными. Линзы отражают нежелательные солнечные блики, что значительно улучшает видимость. Зеркальное покрытие является одним из самых прочных, поэтому такой тип очков часто выбирают спортсмены.

Важно обращать внимание на поляризационные свойства. Поляризационные линзы отвечают за устранение вредного воздействия отраженного света. Они обеспечивают четкую видимость без неприятных бликов. Поляризация в очках подавляет блики, увеличивает глубину и насыщенность цвета и при этом на 100% защищает от УФ-лучей. Поляризационные очки особенно рекомендуются водителям, людям, находящимся у воды (например, спасателям), а также всем тем, кому важно получить глубокую насыщенность цвета, улучшить зрение и устранить блики.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Чем больше тираж, тем ниже стоимость за штуку. Это правило хорошо работает с промосегментом, где речь обычно идет о тиражах от 1000 изделий. Более дорогие модели заказывают меньшими партиями и по особым случаям.



Наибольший спрос на солнцезащитные очки в корпоративном сегменте приходится на весенне-летний период. Однако и в холодное время года очки заказывают для различных бизнес-ивентов. Ведь это яркий, забавный и привлекающий внимание аксессуар, а главная задача любой «раздатки» – вызвать положительные эмоции по отношению к бренду или компании. Получив такой мерч, человек точно захочет показать его своим друзьям и коллегам или выложить фото в социальных сетях. Поэтому узнаваемость и лояльность к бренду гарантированно растут.

Один из самых популярных брендов, у которого есть широкая линейка солнцезащитных очков средней и бюджетной ценовых категорий, – это Ray Ban. Также спортивные очки Kappa стоят сравнительно недорого, а значит, отлично подойдут в качестве промосувенира. Получатель же сможет собрать целую коллекцию из нескольких моделей для разных случаев, в том числе для вождения автомобиля или обычных прогулок.

КОМУ ПОДАРИТЬ И КАК БРЕНДИРОВАТЬ

Солнцезащитные очки выбирают для решения абсолютно разных бизнес-задач: для промоакций, розыгрышей, в качестве комплимента за покупку или самостоятельного подарка деловым партнерам или клиентам. Также очки будут отличным дополнением к самосборному сету, в который нужно положить яркий и практичный мерч.

Что касается персонализации, то нанести логотип можно как на сами очки (на оправу или дужки), так и на чехол или футляр. Оптимальным вариантом для брендирования дужек будет тампопечать. Если нужно сэкономить время и деньги, вместо тампопечати можно выбрать небольшую наклейку. Часто делают фирменный шубер на коробку: например, если на очках уже есть логотип производителя, а на кобрендинг клиент не согласен. Если к очкам прилагается футляр, то на нем можно сделать термотрансфер и полноцветное нанесение логотипа. А на чехлах прекрасно будет выглядеть шелкография.



КЕЙСЫ

- Летом 2020 года, в самый разгар пандемии и самоизоляции, одна российская компания заказала большую партию разноцветных солнцезащитных очков для подарков. Казалось бы, зачем? Ведь люди тогда практически не выходили на улицу, не говоря уже о запрете на массовые мероприятия. Но на самом деле это оказалось классной концепцией подарка, которая сработала на 100%. Для получателей это стало не только проявлением заботы и поддержки в трудные времена от компании-дарителя, но и возможностью видеть мир ярче, получить столь необходимые положительные эмоции.
- Разноцветные безоправные очки неоднократно заказывали швейные производства, дополняя ими свои коллекции одежды и мерча.
- Одно из подразделений Национального банка Республики Беларусь однажды приобрело очки для проведения тимбилдинга, когда команды сотрудников надо было разделить по цветам. Было ярко и весело!
- Сеть соляриев закупала цветные очки для раздачи своим посетителям, после чего уровень лояльности к компании заметно повысился.
- И наконец, мы сами, сотрудники «Нью-Тона», с удовольствием пользуемся нашими разноцветными очками, берем их в качестве мерча на все мероприятия в России и Беларуси. Можно даже сказать, что эти очки стали нашей визитной карточкой.

«Нью-Тон»
+375 (33) 607-00-05 +7 (915) 648-85-09 zakaz@new-ton.org www.new-ton.org

ПРОСТЫЕ ВЕЩИ В НОРМАЛЬНОМ МЕСТЕ

В этот раз в рамках постоянной рубрики «Социальный проект» мы расскажем о сети инклюзивных мастерских «Простые вещи». Здесь изготавливают корпоративные сувениры и подарки с персонализацией и упаковкой, мерч с фирменной айдентикой, а также предметы интерьера для оформления офисов, кафе, пространств для бизнес-мероприятий.

«Простые вещи» – это семь мастерских в Санкт-Петербурге, в которых люди с ментальными особенностями работают вместе с профессиональными мастерами и волонтерами. Проект включает в себя керамическую, столярную, швейную, графическую, кулинарную, цветочную мастерские, а также арт-студию. Здесь создают красивые и качественные вещи: керамическую посуду, текстиль, деревянные изделия, мебель, аксессуары, джемы и карамель.

Все мастерские с 2022 года располагаются в «Нормальном месте», что по соседству с «Севкабель Портом» – современным общественным пространством на территории бывшего завода.

КЕРАМИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ

В керамической мастерской «Простые вещи» делают эстетичную и очень фотогеничную посуду – чашки, тарелки, миски, стаканы «Красота», фирменные кружки «с пальцем», а также мыльницы (продавались также в магазине Lush) и стильные кашпо для растений, которыми занимается соседняя цветочная мастерская.

Изделия лепят из глины или отливают в форму из шликера, окрашивают, обжигают. В производстве не используется гончарный круг, так как для работы на нем нужно долго учиться, да и сам процесс гораздо сложнее по сравнению с лепкой вручную и заливкой.











КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

В инклюзивных мастерских делают вещи не только для штучной продажи в магазинах, но и выполняют крупные корпоративные заказы для известных брендов и компаний. Например, перед новым 2023 годом «Простые вещи» собрали 5000 подарочных наборов для Сбербанка.

Для кофейни Verle в Санкт-Петербурге мастерские разработали высокий стакан под дрип-пакеты, который продается вместе с пакетами кофе, оформленными графикой мастеров.

Специально для сети ювелирных магазинов «585* Золотой» в столярной мастерской изготовили подставки для колец – деревянные конусы с логотипом компании для праздничных подарочных боксов.

«Простые вещи» также выполняли заказы для «Газпрома», «Москвариума», Dell, Lush, сети ТРЦ «МЕГА», интернет-сервиса Avito и нескольких крупных логистических компаний.

ЦВЕТОЧНАЯ МАСТЕРСКАЯ

У цветочной мастерской две цели: обучение мастеров навыкам ухода за растениями и продажа товаров и услуг по озеленению. Здесь занимаются пересадкой и восстановлением комнатных растений, а также озеленением пространств (например, библиотеки им. Маяковского). К каждому растению прилагается инструкция по уходу, а также доступ в чат поддержки «зеленых». Мастерская работает с весны 2022 года, у нее есть свои магазины – в «Нормальном месте» и в инклюзивном кафе «Огурцы».





ШВЕЙНАЯ МАСТЕРСКАЯ

Холщовые сумки с авторскими вышивками, свитшоты, баффы, мешочки, футболки, а также флажки, украшающие квартиры, кафе и рестораны, делают в швейной мастерской.

День в швейной мастерской начинается с повторения правил работы и специальных упражнений для пальцев, так как здесь требуются навыки мелкой моторики. Большинство мастеров заняты преимущественно ручным трудом: складывают ткань, отрезают торчащие нитки на изделиях, нарезают бирки, делают заготовки шнурков, чертят и кроят по лекалам, проглаживают ткани и готовые изделия. Некоторые мастера занимаются свободным творчеством, например, вышивкой.

КАК СДЕЛАТЬ КОРПОРАТИВНЫЙ ЗАКАЗ В «ПРОСТЫХ ВЕЩАХ»

1. Напишите, какое изделие или набор вы хотите заказать, а также укажите пожелания по срокам исполнения.

2. В течение двух дней мы пришлем вам фото продукции и каталог иллюстраций с подробным описанием.

3. Наш дизайнер поможет вам выбрать подходящие модели и дизайн изделий. Если у вас есть готовая тема для оформления подарков, мы пришлем несколько эскизов на выбор.

4. Вы принимаете окончательное решение, вносите предоплату 50%, и мы начинаем работу.

5. В установленный срок заказ будет готов. Вы оплачиваете оставшиеся 50%, забираете подарки и радуете клиентов, сотрудников и бизнес-партнеров.









СТОЛЯРНАЯ МАСТЕРСКАЯ

В столярной мастерской работают с разными породами дерева, изготавливают разделочные доски, миски, подставки для телефонов, скалки, рамки для постеров и красивые игрушки. Здесь работают мастера, готовые к шуму на производстве и повышенным требованиям к технике безопасности, то есть люди с более предсказуемым поведением, хорошей концентрацией внимания и координацией движений.

Два года назад ведущие мастерских вместе с мастерами запустили в производство мебельную коллекцию: столики, «ушастые» тумбы, японские табуретки и лестницу для одежды «Не залазь».

Кроме заказов для бизнес-партнеров и интернет-магазина, сотрудники столярной мастерской работают по запросам инклюзивного кафе «Огурцы» и других мастерских.

КУЛИНАРНАЯ МАСТЕРСКАЯ

В кулинарной мастерской варят апельсиновый и клюквенный джемы и соленую карамель для кафе и корпоративных заказов, а также готовят вегетарианские обеды для сотрудников и гостей «Нормального места». Под руководством шеф-повара мастера выбирают рецепты, составляют список продуктов и готовят обеды из трех блюд. Каждый будний день за первые три часа кулинарная мастерская выполняет объем работы маленького ресторана. Мастерская периодически участвует в ярмарках и фестивалях.









АРТ-СТУДИЯ

У арт-студии, в отличие от других мастерских, нет производственных задач: ее деятельность направлена исключительно на развитие творческого потенциала художников. Тут они ищут новые формы и смыслы, создают авторские проекты, участвуют в выставках и аукционах. Например, мастера арт-студии «Простых вещей» представляли свои работы на выставке «Поймать большую рыбу» в Русском музее. Это дает художникам возможность включаться в социальную жизнь, встречаться с другими людьми, ощущать собственную ценность.

СОТРУДНИЧАЯ С «ПРОСТЫМИ ВЕЩАМИ», ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ:

- качественные подарки со смыслом;
- уникальную сувенирную продукцию, выполненную с использованием айдентики компании;
- широкую ассортиментную линейку – от единичных подарков до больших пакетных предложений;
- реализацию социальной миссии компании без дополнительных временных и материальных затрат;
- поддержание образа социально ответственной компании и информационный повод для PR-продвижения.

ГРАФИЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ

Здесь трудятся художники, рисующие по определенному техническому заданию или на свободную тему. Дизайнер переносит их работы на тиражную продукцию. Так появляются бутылки, алюминиевые кружки, раскраски, открытки, наклейки, переводные тату, а также принты для сумок и футболок. Здесь же можно заказать дизайн фирменного стиля компании для корпоративных подарков.

Графическая мастерская выделяется среди других особым уклоном в творчество. Кроме непосредственно производства продукции, у «Простых вещей» есть цель дать мастерам больше возможностей для самовыражения. Ведущие помогают им замечать свои сильные стороны и лучше узнавать себя. GR





В этом году у инклюзивных мастерских «Простые вещи» первый юбилей – 5 лет! Поздравить их можно, поддержав донатом на сайте **www.prostieveschi.ru** или заказав в подарок любое изделие мастерских – в интернет-магазине **www.shop.prostieveschi.ru** или в офлайн-магазине в «Нормальном месте» по адресу: г. Санкт-Петербург, Кожевенная линия, 34А.

«Простые вещи»
da@prostieveschi.ru www.prostieveschi.ru

www.Flowers-Expo.ru



Место проведения:
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Главное событие года для вашего бизнеса

Цветы ЭКСПО

September 12-14
2023 Сентябрь

FLOWERS EXPO
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
INTERNATIONAL EXHIBITION

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЦВЕТОВ, РАСТЕНИЙ, ТЕХНИКИ
И ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ЦВЕТОВОДСТВА
И ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА

THE INTERNATIONAL
EXHIBITION ON FLORICULTURE
& GREEN INDUSTRY

Реклама

«МОЙ БИЗНЕС»: ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

GIFT Review уже не раз писал о локальных российских компаниях, получивших господдержку от Агентства регионального развития, Центра услуг «Мой бизнес». Сегодня мы решили подробнее рассказать о том, какие безвозмездные услуги для предпринимателей предлагает эта организация и как ими воспользоваться. Уверены, эта информация будет очень полезна для многих поставщиков и производителей корпоративных подарков и промопродукции.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА

Уже два год подряд на базе Агентства регионального развития, Центра услуг «Мой бизнес» реализуется бесплатная услуга для предпринимателей – «PR для бизнеса». В рамках нее любая компания может получить в течение года одну медиаактивность в СМИ: интернет-публикацию в популярном издании, телесюжет на региональном ТВ, интервью в глянце.

«Мы исходим из потребностей конкретного бизнеса, поэтому не диктуем предпринимателям, в каких изданиях размещаться, а даем возможность выбрать площадку, наиболее подходящую для их целевой аудитории и задач рекламной кампании. Наши специалисты консультируют бизнесменов по специфике изданий и помогают выбрать лучший вариант. В этом году у нас новый федеральный партнер, журнал GIFT Review, который будет интересен для местных производителей, предлагающих подарки и сувенирную продукцию», – прокомментировал генеральный директор Агентства регионального развития Максим Заборский.

Для того, чтобы подать заявку на получение услуги, необходимо обратиться в Агентство регионального развития по телефону 8 (800) 100-70-00 или написать на электронную почту office@msp29.ru. Важно быть зарегистрированным предпринимателем в Архангельской области и не иметь стоп-факторов.

Агентство регионального развития оказывает более 300 услуг для бизнеса, остановимся подробнее на самых востребованных.

СЕРТИФИКАЦИЯ ПРОДУКЦИИ

С помощью партнеров Агентство осуществляет оформление и регистрацию деклараций о соответствии продукции в Едином государственном реестре Росаккредитации.

Сертификат соответствия на продукцию, полученный в добровольном порядке, предоставляет владельцу весомое преимущество перед конкурентами в виде документального подтверждения качества и безопасности его продукта. Также он дает возможность участия в крупных коммерческих тендерах и государственных закупках.

Отметим, что получить его на реализуемый товар может как продавец, так и производитель продукции. Последний вправе сертифицировать не только выпускаемые изделия, но и само производство, а также систему менеджмента качества (СМК), технические условия (ТУ) или персонал.

РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Обратившись в Агентство, предприниматель получит официальный охранный документ – свидетельство, подтверждающее исключительные права на товарный знак. Документ действует на всей территории России в течение 10 лет с последующей пролонгацией. Свидетельство позволит защититься от судебных исков внезапных правообладателей, получить монополию на свой товарный знак, выйти на новые каналы продаж и тем самым повысить доверие к компании и самому товару. Товарный знак также будет полезен при запуске своей франшизы.

СОЗДАНИЕ ФИНАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ

Такой документ необходим для формирования бизнес-плана и правильного старта с наименьшими потерями.

«ДЕШЕВЫЕ» ДЕНЬГИ

В Архангельской области действует льготное кредитование. В Фонде МКК «Развитие» можно взять займ по ставке









от 3,75% на 2 года с льготным периодом. Это значит, что у предпринимателя будет 3-4 месяца для раскрутки фирмы и настройки бизнес-процессов.

МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ И VK РАСШИРЯЮТ ПОДДЕРЖКУ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Предприниматели Архангельской области смогут удвоить бюджет на продвижение на платформе «VK Реклама». Основная цель программы: помочь бизнесменам по всей стране научиться развивать свое дело в интернете с помощью современных цифровых инструментов.

ЛЬГОТЫ ДЛЯ РЕЗИДЕНТОВ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РФ

Это новый вид государственной поддержки, распространяющийся на всю территорию Арктической зоны. Резиденты АЗРФ, разработавшие проект от одного миллиона рублей капитальных затрат, на срок до 10 лет могут получить серьезное снижение налоговых ставок, а также уменьшение страховых взносов до 75%.

23 000 БОНУСОВ НА ПРОДВИЖЕНИЕ В OZON

Вы еще не продаете свои товары на Ozon? Получите бесплатно бонусы для продвижения своей продукции и помощь персонального менеджера. Новую программу поддержки предпринимателей запустили с 1 февраля 2023 года Минэкономразвития России и Ozon на базе сети региональных государственных центров поддержки предпринимательства «Мой бизнес».

В рамках программы все новые продавцы получат 5 000 бонусных баллов (1 балл = 1 рубль), которые можно потратить на продвижение своих товаров на платформе. Баллы суммируются с 18 000 приветственных баллов, доступных автоматически для новых продавцов при регистрации на платформе Ozon с 25 января 2023 года. В итоге предприниматели получат баллы на продвижение, которых хватит примерно на 70 000 показов их рекламного объявления.

Кроме того, все участники акции получат бесплатные консультации от экспертов Ozon для первых продаж на маркетплейсе: специалисты не только помогут разобраться, как работает платформа, но и расскажут, как оформить привлекательные карточки товаров и запустить рекламную кампанию.

ПРОМОИНДУСТРИЯ

В Агентство регионального развития обращаются за поддержкой и предприниматели, занимающиеся подарочно-сувенирной продукцией. Они принимают участие в общероссийских и международных выставках, как, например, кукольных дел мастер Ирина Черепанова из Северодвинска. Она участвует в тринадцати выставках в год, три из которых полностью оплачиваются за счет государственной поддержки. Ирина начала активно сотрудничать с Агентством с начала пандемии, в частности, предпринимателю помогли выйти на экспорт. В связи с санкциями Ирина перепрофилировалась и стала больше работать на внутренний рынок, что позволило увеличить выручку на 50%.

Информационную поддержку в журнале GIFT Review получил Кирилл Телятьев, основатель бренда KIRWOOD (пишущие инструменты из дерева). Красное дерево, мореный дуб, карельская береза, амарант, венге – для своих ручек предприниматель из Архангельска подбирает интересные и необычные породы древесины. Он создает уникальные пишущие аксессуары – шариковые, перьевые ручки, роллеры и механические карандаши. В 2022 году он со своей продукцией принял участие в XII Международном форуме в Санкт-Петербурге «Арктика: настоящее и будущее».

Еще один пример – производитель деревянных игрушек «Мастерская «Белое море». Мастерская успешно участвовала в недавней выставке пиломатериалов и деревообрабатывающего оборудования – Dubai WoodShow в Дубае. Центр поддержки экспорта Архангельской области взял на себя расходы по аренде и застройке выставочной площади для коллективного стенда региона, оплате регистрационных сборов и услуг переводчика на выставке.

«На выставке были представлены поставщики пиломатериалов, изготовители мебели, производители сырья для деревообработки, представители машиностроительной отрасли. Мы с деревянными игрушками были одни, и это сыграло нам на руку: к нашей продукции проявляли большой интерес, все подходили, знакомились, делились контактами для дальнейшего сотрудничества. Теперь у нас очень обширная география новых заказов: от Африки до Хорватии! Большое спасибо Центру поддержки экспорта за такую возможность для развития нашей мастерской», – рассказала Екатерина Посеговская, руководитель компании.

АНО Архангельской области
«Агентство регионального развития»
8 (800) 100-70-00 office@msp29.ru #app29 www.msp29.ru

ПРОДАВАТЬ ОНЛАЙН: ВСЁ О МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Переход многих компаний из самых разных сфер бизнеса на интернет-маркетплейсы – тренд последних нескольких лет, и рекламно-сувенирный рынок не стал исключением. GIFT Review собрал мнения нескольких поставщиков и производителей корпоративных подарков и выяснил, что побудило их открыть новый канал продаж, какие плюсы и минусы работы на торговых онлайн-площадках они видят, как в целом оценивают свой опыт и какие прогнозы дают.

Маркетплейсы представляют собой цифровые платформы, которые помогают продавцам и покупателям связываться друг с другом, обеспечивая обмен товарами, услугами и платежами. За последние несколько лет электронная коммерция стала одной из самых выгодных и быстрорастущих отраслей в интернете.

ПЕРЕХОД НА МАРКЕТПЛЕЙСЫ

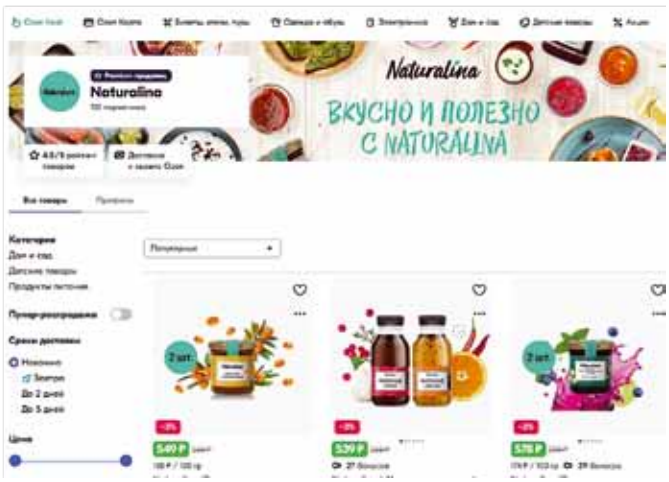
В первую очередь мы решили расспросить наших собеседников, когда и почему они решили открыть новый канал продаж. Как оказалось, многих к этому подтолкнула пандемия. **Марина Захарова, руководитель компании Dolce Style** (гастрономические подарки, сувениры и наборы), говорит об этом так: «Мы начали продажи на Wildberries в декабре 2020 года. В тот год был жесткий лимит с поставками на склады, в начале декабря у нас получилось зарезервировать место на московском складе на послезавтра. Первую партию продукции полностью раскупили за три дня, так как конкуренты распродали свой товар, и в какой-то момент наши подарки были единственными по запросу «глинтвейн». Почему начали продавать через маркетплейсы? Потому что наши специи для глинтвейна в мешочках – уникальный товар, которого нет у конкурентов, нам нужно было как-то выходить на розницу, и это был самый простой и быстрый способ».



Dolce Style, www.dolce-style.ru

Алексей Евченко, руководитель отдела развития продаж бренда Naturalina (съедобные подарки – варенья, джемы, соусы по уникальным рецептурам), вспоминает: «Во время пандемии, когда заказов в рекламной отрасли почти не стало, мы начали искать новые каналы продаж. Имея свое производство, мы не могли себе позволить просто ничего не делать, можно было потерять все, над чем трудились долгие годы. Из всех известных нам вариантов наиболее доступными площадками для торговли представлялись маркетплейсы. Самая простая регистрация поставщика была на Ozon, с него мы и начали».

Василий Похвалий, руководитель компании kRAst (бизнес-галантерея и подарки из натуральной кожи), рассказал, что они зарегистрировались и начали продажи на маркетплейсах также в 2020 году: «Люди стали больше доверять этим площадкам, чем отдельным сайтам. Товары при получении можно проверить и без проблем оформить возврат. Это и повлияло на наше решение открыть там свои онлайн-магазины».



Naturalina, www.naturalina.ru

По данным агентства диджитал-маркетинга «Ашманов и партнеры», около **46%** онлайн-покупателей при поиске информации о товарах перед оплатой в первую очередь заходят на маркетплейсы. Основная причина – возможность купить товар по сниженной цене. В **95%** случаев они остаются удовлетворены удобством поиска.

Среди причин интереса к маркетплейсам выделяют:

- наличие скидок, акций и подробной информации о товарах **– 23%;**
- возможность сравнивать цены **– 19%;**
- наличие отзывов и обзоров **– 19%;**
- удобство поиска и покупки на одном сайте **– 18%;**
- возможность выбирать товары разных продавцов **– 14%;**
- удобство доставки и возможность примерки **– 12%;**
- высокий уровень доверия к маркетплейсам **– 7%.**

ВЫБОР ПЛОЩАДКИ

Большинство сувенирных компаний продают свои товары на всем известных крупных маркетплейсах, таких как Ozon, Wildberries, «Яндекс.Маркет». Чуть меньшей популярностью пользуются AliExpress, KazanExpress, Avito, VK. Среди факторов, повлиявших на выбор, бизнесмены выделяют затраты на размещение (размер комиссий, стоимость продвижения товаров), количество потенциальных покупателей, удобство и простоту работы с конкретной площадкой.

«Книговод»: «Каждый маркетплейс имеет свои особенности, что делает работу на них уникальной. Например, многие платформы предъявляют специфические требования к размеру, весу и формату принимаемых товаров, а также к продавцам, чтобы они соответствовали стандартам качества и были надежными поставщиками. Некоторые маркетплейсы также могут являться гарантом безопасности и надежности заключенных сделок между покупателями и продавцами».

ПРЕИМУЩЕСТВА МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Марина Захарова (Dolce Style) к основным плюсам продаж через маркетплейсы относит большой трафик покупателей, возможность продавать товары в розницу без использования онлайн-касс и эквайринга, а также популяризацию своей продукции – нередко бывает так, что после розничных покупок на онлайн-площадках клиенты обращаются к производителю за оптовыми партиями продукции. По словам **Алексея Евченко (Naturalina),** «главный плюс маркетплейсов – это возможность быстрого старта. Для сравнения, чтобы начать продавать свою продукцию через федеральную торговую офлайн-сеть, уйдет от полугода и более. А на маркетплейсе это занимает минимальное время: создал личный кабинет, загрузил документы, создал карточки товаров – и уже можно начинать продажи». **Константин Хорышев («Книговод»)** считает главным преимуществом работы через онлайн-площадки доступ к большому числу потенциальных клиентов. «Вместо того, чтобы искать покупателей самостоятельно, вы можете положиться на алгоритмы маркетплейсов, которые сами приведут к вам клиентов. Кроме того, многие платформы предоставляют услуги собственных складов и транспортных компаний, что упрощает логистику, особенно для малого бизнеса», – коммментирует он.



«Книговод», www.книговод.com

Naturalina: «Важное преимущество маркетплейсов – возможность оперативно получить отзывы покупателей из первых уст. Мы часто тестируем там новинки, по комментариям сразу понятно, что нравится клиентам, а что надо изменить. Это сравнимо с живым диалогом с потребителем при дегустации продукции».



Naturalina, www.naturalina.ru

«Книговод»: «Одним из главных плюсов работы на маркетплейсах является возможность использовать уже готовые рынки вместо создания собственных. Это сокращает затраты времени и денег на рекламу своего бренда и продукции, а также позволяет быстро проверить спрос на товар и определить ценовую политику».



«Книговод», www.книговод.com

Как отмечают аналитики **«Ашманов и партнеры»,** женщины чаще, чем мужчины, интересуются отзывами на маркетплейсах **– 21%** и **15%** соответственно. Мужчины чаще, чем женщины, – возможностью сравнивать цены.

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Среди недостатков онлайн-ресурсов большинство производителей и поставщиков выделяют следующие факторы: постоянно меняющиеся алгоритмы продвижения товаров, высокие издержки на комиссии и логистику внутри площадки, платную регистрацию аккаунта на некоторых ресурсах, жесткую конкуренцию из-за большого количества компаний, предлагающих аналогичные товары по разным ценам. Кроме того, «в первые месяцы магазину нужно наработать рейтинг и получить отзывы, однако трудностями в прямом смысле это нельзя назвать, это скорее и есть специфика работы маркетплейсов», – отмечает **Василий Похвалий (kRAst).**

Говоря о трудностях, с которыми продавцы сталкиваются в начале работы на маркетплейсах, наши собеседники в первую очередь отметили специфическое ценообразование. Комментирует **Алексей Евченко (Naturalina):** «Обязательно учитывайте, что маркетплейсы удерживают средства от проданных товаров за логистику, хранение, обслуживание и т.д. Не забудьте также рассчитать процент скидки, которую вы можете дать на товар, иначе уйдете в минус. А без скидки ваш товар не будет продвигаться. Заложите в стоимость продукции расходы на рекламу и продвижение, а также процент брака». **Дмитрий Морозов, старший бренд-стратег компании Macaronika** (сладкие подарки, наборы пирожных) отмечает, что очень важно рассчитать необходимое количество товаров для отгрузки: «Если слишком много отгрузите, последуют дополнительные списания денег за хранение, а если слишком мало – позиция будет пустой, и товарная карточка упадет в ранжировании».



Macaronika, www.macaronika.ru

По оценкам аналитиков системного интегратора **«Газинформсервис»,** с начала 2022 года около **15-20%** компаний, продававших товары через собственные сайты, отказались от этого канала и стали размещаться на крупных маркетплейсах.

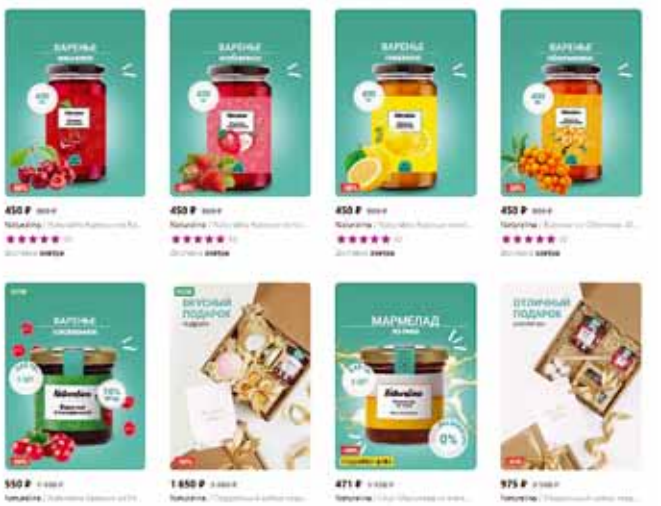
В 2022 году число продавцов на **Wildberries** выросло более чем вдвое, до более 1 млн, причем свыше **90%** – это представители малого и среднего бизнеса (МСБ), рассказали в пресс-службе маркетплейса.







kRAst, www.kra.st



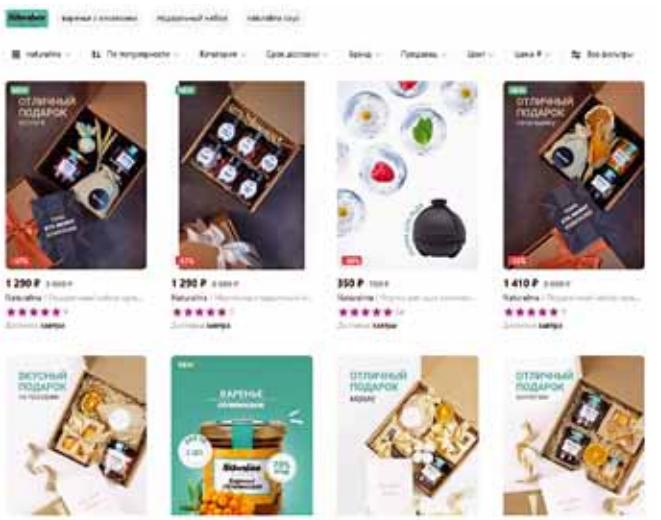
Naturalina, www.naturalina.ru

По данным **Media Instinct Group,** ежегодный рост аудитории у **«Яндекс.Маркета»** составляет около **20%.** Трафик на **«СберМегаМаркете»** с момента запуска сервиса вырос примерно на **23%.** За последние три года трафик на **Ozon** увеличился в **4,3 раза,** на **Wildberries –** в **3,8 раза.**

АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ

Мы спросили наших собеседников, как именно они выбирали товары для продажи на маркетплейсах, был ли это их привычный ассортимент в полном объеме или отдельные позиции, товарные группы. Мнения разделились: например, у компании **kRAst** на онлайн-площадках представлены только самые популярные позиции, в основном, кожаные обложки на паспорт, которые составляют около 20% от общего ассортимента. **Dolce Style** также продают лишь часть своей продукции – специи для глинтвейна наборами по две и пять штук, фирменные кружки с логотипами, несколько артикулов подарочных наборов и соли для ванн. А вот компания **Naturalina,** напротив, проявила принципиально иной подход и расширила свой ассортимент для продаж на маркетплейсах: «Ранее мы делали продукцию на заказ, у нас было очень много рецептур варенья с интересными и эксклюзивными вкусами. Но мы быстро поняли, что это очень узкая ниша потребительского спроса, поэтому сосредоточились на более массовом сегменте – обычном классическом варенье. Данная линейка быстро стала лидером продаж, а наши фьюжн-сочетания остались просто нашей визитной карточкой, прибыль мы получаем с простого и понятного всем продукта. Со временем к варенью добавились соусы, кетчупы, маринады и даже майонез. Предложение рождает спрос, поэтому не бойтесь затрагивать новые ниши и категории: чем шире ассортимент – тем больше продаж». **Macaronika** продает на Ozon двенадцать товаров из своего ассортимента. Представители компании делятся, что начали работу на маркетплейсе с уникальных позиций, которые не пересекались с федеральным ритейлом, но как только четко наладили ценовую политику во всех каналах сбыта, запустили линейку для ритейла и в онлайн. А на ассортимент компании **«Книговод»** в немалой степени повлияла семейная история руководителя, Константина Хорышева: «В моей семье увлечение предметами старины передается уже на протяжении шести поколений. Когда личная коллекция антикварных книг перевалила за две тысячи томов, я задумался о создании целой компании. Сегодня в наших онлайн-магазинах на маркетплейсах представлено не менее 500 уникальных изданий различных жанров и языков – от русского до латыни».

> **Naturalina: «Важный нюанс работы на маркетплейсах – это авторские права. Если вы продаете продукцию какого-то известного бренда, вам нужно получить официальное разрешение от правообладателя. Многие производители сами работают на этих площадках и могут заблокировать ваши товары, если такого разрешения у вас нет. Многие селлеры на этом обжигались».**



Naturalina, www.naturalina.ru



Dolce Style, www.dolce-style.ru



Macaronika, www.macaronika.ru



Dolce Style, www.dolce-style.ru

В **Media Instinct Group** подсчитали, что рекламная выручка маркетплейсов растет на **150-200%** в год. В **2022** году суммарно они заняли **10%** от сегмента диджитал в общем объеме российского медиарынка. Больше всех рекламную выручку нарастил **Ozon** – за девять месяцев **2022** года она составила **15,1 млрд руб.** На втором месте – **«Яндекс.Маркет»** с **1,6 млрд руб.** На других игроков рынка, включая **Wildberries, «СберМегаМаркет», «Магнит», «Самокат»,** в сумме пришлось около **7 млрд руб.** за тот же период.

ОПЫТ И ПРОГНОЗЫ

Большинство наших респондентов оценивают свой опыт продаж на маркетплейсах положительно.

Марина Захарова (Dolce Style) говорит, что компания «ежедневно показывает покупателям, что подарочный набор за 500-700 рублей может быть функциональным, презентабельным, красивым и доступным». Фирма готова наращивать объемы продаж на онлайн-площадках, однако планирует пересмотреть торговую матрицу и добавлять в ассортимент максимум 1-2 набора в год. По мнению **kRAst,** российские маркетплейсы стремительно развиваются. «Нужно следить за тенденциями и успевать удовлетворять спрос. Будем продолжать работать в этом направлении, увеличивать объемы предлагаемых товаров. Планируем значительно расширить ассортимент», **– делится Василий Похвалий. Алексей Евченко (Naturalina)** присоединяется к коллегам, отмечая, что благодаря маркетплейсам компания стала настоящим брендом, начала работать с большими тиражами продукции, расширила производство и открыла для себя новые категории товаров.



kRAst, www.kra.st



Naturalina, www.naturalina.ru

По данным аналитического агентства **Infoline,** по итогам 2022 года в топ-3 компаний в сегменте E-grocery вошли: **«СберМаркет»** с оборотом **103,5 млрд руб.** (сохранил первое место); **«ВкусВилл»,** поднявшийся с третьего на второе место, оборот вырос **76,5% – до 91,2 млрд руб.; «Самокат»** с ростом оборота на **94,4% – до 82,5 млрд руб.** Наибольшую динамику в 2022 году продемонстрировал **Delivery Club,** оборот которого вырос в **2,28 раза – до 30,7 млрд руб.,** а также **Wildberries** с ростом оборота **на 94,7%, до 57,2 млрд руб., и Ozon – с ростом на 91,9%, до 58,1 млрд руб.**

> «Книговод»: «Будущее торговли на маркетплейсах зависит от внедрения инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и блокчейн, а также от интеграции с другими социальными сетями и платформами. Эти меры повысят производительность торговых онлайн-площадок, сделают продажи и покупки более быстрыми и удобными, увеличат безопасность и прозрачность сделок».



«Книговод», www.книговод.com

Текст: Анна Михайлова

Благодарим за помощь в подготовке материала:

Dolce Style, www.dolce-style.ru
«Книговод», www.книговод.com
Naturalina, www.naturalina.ru
kRAst, www.kra.st
Macaronika, www.macaronika.ru

МИР ДЕТСТВА • MIR DETSTVA

Мир Де-ства

28-я международная выставка «Индустрия детских товаров»

26–29 СЕНТЯБРЯ 2023

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

www.mirdetstva-expo.ru



МИНПРОМТОРГ РОССИИ

ТПП РФ

ufi Approved International Event

ЭКСПОЦЕНТР

12+

Реклама

PSI 2023 – ОБРАТНО В РЕАЛЬНУЮ ЖИЗНЬ!



Антон Верт

С 10 по 12 января 2023 года в Дюссельдорфе (Германия) прошла международная выставка рекламной индустрии PSI. Мероприятие посетили более 10 тысяч гостей, а 487 экспонентов из 75 стран продемонстрировали все многообразие рынка – от визуальной и цифровой рекламы до подарочно-сувенирной продукции и мерча. О том, чем запомнилось это долгожданное и знаковое событие, рассказал спецкор GIFT Review Антон Верт, владелец мерч-компании vertcomm.

Осторожно, сейчас со страниц журнала может повеять давно забытым миксом ароматов свежей немецкой полиграфии, нетворкинга и ликера Killepitsch вперемешку с пенным Altbier. Ммм, прочувствовалось!

Итак, начнем. По идее и по факту PSI – главная выставка достижений промопродукции в Европе. Так вот, ее не было два года. Точнее, она была, но в онлайн-формате. Но все же очное общение намного эффективнее и приятнее. Все порядком истосковались по живому взаимодействию, поэтому выставка в этом году получилась очень уютной и камерной: площадь ее сократилась с четырех до двух залов, однако плотность застройки существенно выросла, нет пустующих пространств. Так что ходить – не переходить. Все очень концентрированно, плотно и интересно. Представлены как большие стенды «мейджеров» – ведущих компаний-каталогов со всей Европы, так и более скромные – крафтовых монопоставщиков.

Из интересного в целом: европейцы в этот раз удивили – то конфеты с минимальным объемом заказа (MOQ) 6000 штук предлагают, то гравировку 100 штук бутылок со стока в Европе со сроком поставки шесть недель. Словно не Дюссельдорф, а Шэньчжэнь или Гонконг.













Много готовой продукции. Каких-то суперновинок с вау-эффектом, наверное, нет. Но есть явные фавориты и бестселлеры:

1. Категория Upcycle (Прим. ред.: upcycle, upcycling – от англ. up (вверх) + cycle (цикл) – апсайкл, апсайклинг. Метод переработки, который превращает сырье в более ценный предмет, нежели он был до этого. По энергоэффективности и трудозатратам считается самым экологичным). Берут старый текстиль и кастомизируют его под клиента – пришивают логотип, красят носки, футболки и т.д.

2. Печать единым полотном на предметах сложной, многогранной формы.

3. Экологичные блокноты с примесью шерсти, хлопка и переработанных остатков от черешни, киви, лаванды и кофе.

4. Многоразовые блокноты, где можно стирать записи, сделанные специальным маркером. Тема хоть и не новая, но активно продается и пользуется популярностью.

5. Бутылки с фильтром для воды – по 110 евро. Явно что-то на богатом.

6. Брендированные носки. До сих пор в топе продаж, удивительно!

7. Найдены варианты печати очень высокого качества с фотографии на промопродукцию, например, на питьевые бутылочки.

Выставка PSI в этом году – это не про что-то новое. Скорее, она про восстановление традиций, чтобы вспомнить то, о чем мы подзабыли за годы пандемии. Про живые встречи и живое общение. И в таком камерном формате можно найти много нового, полезного, интересного.

Текст и фото: Антон Верт







31 МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

27-29 ФЕВРАЛЯ 2024



МОСКВА
КРОКУС ЭКСПО

КАНЦТОВАРЫ | ИГРУШКИ | СУВЕНИРЫ | ОБУЧЕНИЕ | ДОМ И ОФИС

Реклама

УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТ
УЗЭКСПОЦЕНТР

25/27 Мая '23

kids central asia

www.kidscentralasia.com



ЛУЧШАЯ ИНВЕСТИЦИЯ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Реклама

KIDS ◀ LICENSING ◀ STATIONERY

12–14 сентября 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

КОЛОМЕЕВ

Фабрика новогоднего настроения

ПРОИЗВОДСТВО ЁЛОЧНЫХ ИГРУШЕК ИЗ СТЕКЛА

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ШАРОВ С ЛОГОТИПОМ

www.kolomeev.ru
e-mail: info@kolomeev.ru
Тел.: +7 (495) 755-94-04



Реклама