



GIFT REVIEW

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 50/2024 Юбилейный выпуск

www.gift-review.ru



СОБЫТИЕ

GIFT Review: встречайте юбилейный выпуск!

ЛИКБЕЗ

«Питьевой» ликбез: как выбрать аксессуары для напитков

СТАТИСТИКА

Промоиндустрия-2023: цифры и факты

АКТУАЛЬНО

Мелочь, а приятно: HR-функции мерча



Елочные шары с ручной росписью от профессиональных художников
Качество частных мастеров — тиражи заводов

www.v-gifts.ru | 8 (800) 707-84-03 | contact@v-gifts.ru



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ
1912

«Культурный завтрак»

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ



ИМПЕРАТОРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»

КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЫ
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ДИЗАЙНАМ

www.russam.ru | 8 (812) 528 05 71 | 8 (960) 283 84 64



РЕКЛАМА



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ
1912

ИМПЕРАТОРСКИЙ
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»

КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЫ
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ДИЗАЙНАМ



8 (960) 283 84 64
8 (812) 528 05 71

www.russam.ru





Сковородки, кастрюли, ковши и сотейники,
изготовленные по инновационной технологии 3Ply.

Реклама



Компания **FineDesignGroup** — оптовый поставщик
и эксклюзивный дистрибьютор **Liberty Jones** в России.

+7 (495) 540-48-60 / для регионов 8 (800) 550-72-98 / www.finedesigngroup.ru

- 7** АКТУАЛЬНО
- 8** КОМПАНИЯ С ОБЛОЖКИ
VIVERE GIFTS: ГОТОВИМСЯ К НОВОМУ ГОДУ ЗАРАНЕЕ!
- 12** ЮВЕЛИРНЫЕ ПОДАРКИ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ЯРКИЕ ОБРАЗЫ
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ



- 16** АРОМАМАРКЕТИНГ
FAHRENHEIT 183: ЕГО ВЕЛИЧЕСТВО АРОМАТ
- 19** КОМПАНИЯ
SANAAN PRINTING: ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ
ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ
- 20** СЕГМЕНТ
STUDIO ANNA LIBER: АКТИВНОЕ ТВОРЧЕСТВО
ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА
- 22** ЛИКБЕЗ
«ПИТЬЕВОЙ» ЛИКБЕЗ: КАК ВЫБРАТЬ
АКСЕССУАРЫ ДЛЯ НАПИТКОВ



- 31** ТЕСТ-ДРАЙВ
«ОАЗИС»: ВЫБИРАЕМ ИДЕАЛЬНУЮ
ТЕРМОКРУЖКУ
- 32** ТЕКСТИЛЬ
STAN: КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ МЕРЧ
- 34** НАГЛЯДНЫЙ ПРИМЕР
STAN: ЭНЦИКЛОПЕДИЯ БЕЙСБОЛКИ
- 36** ТЕКСТИЛЬ
MODERN: ТРЕНДЫ ПРОМОТЕКСТИЛЯ
ВЕСНА-ЛЕТО 2024



- 38** ТЕКСТИЛЬ
БРЕНД ОДЕЖДЫ «ИРИНА ВАРТАНЯН»:
БЛИЖЕ К КОРНЯМ
- 39** ТЕКСТИЛЬ
«КОСМОС СЕВЕРА»: КОСМОС
ВНУТРИ КАЖДОГО
- 40** СОБЫТИЕ
GIFT REVIEW: ВСТРЕЧАЙТЕ
ЮБИЛЕЙНЫЙ ВЫПУСК!



- 46** СТАТИСТИКА
ПРОМОИНДУСТРИЯ-2023:
ЦИФРЫ И ФАКТЫ
- 56** АКТУАЛЬНО
МЕЛОЧЬ, А ПРИЯТНО:
HR-ФУНКЦИИ МЕРЧА
- 58** СТАТИСТИКА
ВЕСЕННЕ-ЛЕТНИЕ ПОДАРКИ 2024
- 66** ВЫСТАВКИ
«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»: УСПЕХ ОНЛАЙН



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
№ 50/2024
Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Анна Михайлова
Отдел рекламы: Анна Михайлова
Дизайн и верстка: Марина Ескина

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.

-5%*
по промокоду: ЭкроBOX24/7

на подарочные наборы
ручной работы

БЕСПЛАТНО ДИЗАЙН
ДОСТАВКА ПО РОССИИ

* при заказе от 30 штук
промокод действует до 15.08.2024

+7(495) 147-17-00
catfox.ru

info@catfox.ru
+7(977) 899-877-0

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

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

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

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

С Днем рождения 8 марта

23 февраля С Днём Победы

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

VIVERE GIFTS: ГОТОВИМСЯ К НОВОМУ ГОДУ ЗАРАНЕЕ!

Многие представители бизнеса знают, что именно весной уже стоит задуматься о корпоративных подарках к Новому году. Такой подход позволит избежать ненужной суеты и при этом получить по-настоящему впечатляющий результат. «Готовь сани летом!» – это не просто слова, если вам нужны елочные игрушки ручной работы. В компании Vivere Gifts рассказали о преимуществах заблаговременного заказа новогодних украшений премиум-качества.

Мастерская елочных игрушек Vivere Gifts начинает подготовку к следующему новому году уже с февраля. Это необходимо для того, чтобы в полном объеме изготовить тиражи для существующих и потенциальных заказчиков.

Кроме того, корпоративные новогодние шары с росписью ручной работы нужны для обеспечения складского наличия.

Таким образом, если клиенту требуются эксклюзивные елочные украшения с художественной росписью, оптимальным вариантом станет оформление заказа весной или летом.



Когда наступит «горячий» предновогодний сезон, шансов заказать индивидуально разработанные елочные шары будет все меньше, но вы все еще сможете приобрести готовые изделия с возможностью их брендирования вашим логотипом.

И не забывайте, что в спокойной обстановке гораздо приятнее обсуждать все подробности макета и при необходимости дополнительно кастомизировать продукцию.

Vivere Gifts

8 (800) 707-84-03

<https://v-gifts.ru> contact@v-gifts.ru



ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ
ДЛЯ ЛЮБОГО ПОВОДА



iLUXESHOP.RU
8(800)101-22-01

«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ЯРКИЕ ОБРАЗЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Мы продолжаем серию статей о легендарном российском предприятии – Императорском ювелирном доме «Русские Самоцветы», чья история восходит к далекому 1912 году. В наше время компания изготавливает корпоративные и индивидуальные ювелирные изделия, обеспечивая полный цикл производства – от создания эскиза до воплощения в драгоценных материалах. Стремление бренда к совершенству завоевало мировое признание и обогатило компанию коллекцией из более чем 250 наград и дипломов. В этой статье мы сделали подборку удивительных новинок от «Русских Самоцветов», которые станут не только роскошным подарком для самых значимых людей, но и привлекут внимание к сохранению культурного наследия.

САМОВАР ИЗ СЕРЕБРА «ДРАКОН»

В год Деревянного дракона, к Китайскому Новому году мастера Императорского ювелирного дома «Русские Самоцветы» изготовили настоящий шедевр – симбиоз русской и восточной культур – самовар из чистого серебра «Дракон».

В китайской традиции мифическое животное символизирует власть, благородство, честь, удачу и могущество, а дерево считается элементом роста, успеха и развития.

Этот самовар для напитков – апофеоз эмалево-филигранной техники, которая является визитной карточкой «Русских Самоцветов». Таким образом ювелиры демонстрируют не только умелое использование реалистичных и абстрактных техник, но и воплощают в драгоценном металле гармонию между Востоком и Западом.

Цветная эмаль, расписанная вручную, создает живописный визуальный образ и потрясающую игру цвета. Благодаря своему неповторимому дизайну самовар «Дракон» станет украшением любого интерьера, подчеркивая вкус и статус своего владельца. А уникальный вращающийся механизм превратит ваше застолье в изысканное торжество.

Самовар «Дракон» прекрасно сочетается и с другими изделиями Ювелирного дома, например, с подстаканником и чайной серебряной ложкой с изображением дракона.



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ
1912

«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: предметы интерьера, столовое серебро, изделия с государственной символикой. Все они могут быть украшены логотипом или монограммой – объемными или с гравировкой.



КОЛЛЕКЦИЯ СЕРЕБРЯНЫХ ЛОЖЕК «КУЛЬТУРНЫЙ ЗАВТРАК»

В 2023 году Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы» получил специальный приз на конкурсе «Новая культура сувениров» за «создание изделия, отражающего культурный код Санкт-Петербурга».

Уникальный петербургский сувенир – серия ложек из серебра, покрытых яркой эмалью, с изображениями достопримечательностей города и строками русских поэтов. Этот практичный подарок позволит каждый день вспоминать лучшие моменты и эмоции, пережитые в Северной столице. А стихи пробудят интерес к творчеству литераторов, чье наследие неразрывно связано с городом на Неве.

Каждое изделие создано вручную, снабжено сертификатом и поставляется в индивидуальной упаковке из картона с ложементом. Вы можете собрать собственный неповторимый набор ложек с символами Петербурга. Возможно изготовление футляра в вашем корпоративном стиле. Комплект станет оригинальным презентом для туриста, коллекционера или зарубежного бизнес-партнера.

БОКАЛЫ ИЗ КОЛЛЕКЦИИ «МИР СИБИРИ»

Бокалы с изображениями диких животных выполнены из серебра в технологии ротационной вытяжки. Картины на изделиях выложены мастерами вручную в технике филигрании и покрыты горячей эмалью.

Филигрань и горячая эмаль – это виды старейшего ювелирного искусства, которые встречались еще в культуре Месопотамии и Древнего Египта. Затем технологию переняли скифы и первые ювелиры Древней Руси. Тема русского народного промысла легла в основу многих художественных произведений, в том числе эти образы воспевали в своих изделиях П. Овчинникова, И. Сазикова, К. Фаберже в XIX веке. На производстве «Русских Самоцветов» мастера продолжают опираться на традиции прошлого, умело сочетая их с современными тенденциями. В истории бренда эта технология применяется более 70 лет.

Бокалы из коллекции «Мир Сибири» станут солидным памятным подарком для руководителя, охотника, рыбака, туриста.



«Русские Самоцветы» могут изготовить 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 и собственное отлаженное 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

ДРАГОЦЕННЫЕ ПОДАРКИ, КОТОРЫЕ ВДОХНОВЛЯЮТ



INCRUA — это бренд, рожденный из стремления создавать драгоценные подарки и украшения, которые вдохновляют. Союз природных камней из частных коллекций и человеческого гения.



Плато ручной работы из ювелирной смолы инкрустированы природными минералами.



Арт-объекты из эксклюзивных и редких природных минералов коллекционного качества.



Срезы природного бразильского агата — изысканный аксессуар для дома и офиса.



+7 951 051 51 15
info@incrua.ru

Реклама

MORWOOD

КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ МОРЁНОГО ДУБА ВОЗРАСТОМ 2000 ЛЕТ

MORWOOD — это не просто бренд, это символ благородства и внутренней силы, воплощение тысячелетней культуры и энергии. Мы выбрали морёный дуб — уникальный материал, который в себе сочетает силу земли и энергию времени.



Старейшая настольная игра, выполненная из морёного дуба, — выбор настоящих лидеров.



Премиальные ручки ручной работы станут подарком, который вдохновит на принятие самых смелых решений.



Настольный набор из морёного дуба включает в себя предметы, ежедневно используемые в любом офисе.



+7 951 051 51 15
info@incrua.ru

Реклама

FAHRENHEIT 183: ЕГО ВЕЛИЧЕСТВО АРОМАТ

Современный визуальный маркетинг переполнил окружающее нас пространство настолько, что стандартная реклама становится все менее эффективной. Многие PR-специалисты и не подозревают, что аромат – сильнейший инструмент воздействия на аудиторию. В этой статье мы познакомим читателей с ароматической продукцией от бренда FAHRENHEIT 183, которая поможет решить множество бизнес-задач.

«Кто владеет запахом, тот владеет сердцами людей»

(Патрик Зюскинд, «Парфюмер»)

Аромат – это мощный волшебник. В отличие от другой информации, поступающей от органов чувств, он направляется напрямую в лимбическую систему мозга, отвечающую за эмоции, сны и память. Люди не могут не поддаться приятно-му и знаковому аромату, ведь он – брат дыхания.

Команда FAHRENHEIT 183 прекрасно знакома с современными тенденциями и предлагает готовые решения для вашего бизнеса:

- ароматические свечи,
- аромадиффузоры,
- автопарфюм.



АРОМАТЫ ИСПОЛЗУЮТСЯ В СЕНСОРНОМ МАРКЕТИНГЕ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ВАЖНЫХ ЦЕЛЕЙ, ТАКИХ КАК:

- влияние на эмоции клиентов,
- увеличение узнаваемости бренда,
- повышение лояльности покупателей.

Ароматные корпоративные подарки для клиентов, сотрудников и партнеров обеспечат длительный контакт с вашим брендом и никого не оставят равнодушным. Исходя из ваших запросов, мы поможем в выборе аромата и формата продукта. Подберем оптимальный вариант упаковки, в том числе подарочной, и предложим подходящий способ доставки.

Наши ароматы изготовлены из премиальных материалов Европы, США, России и уже завоевали сердца покупателей на маркетплейсах. Каждая единица продукции проходит жесткий контроль качества. Мы разработали собственные идеальные рецептуры для свечей и диффузоров, благодаря которым все продукты отлично отдают аромат и создают особое настроение.

«FAHRENHEIT 183» – это один из немногих брендов, который имеет сертификат соответствия стандартам экологической безопасности. Все продукты гипоаллергенны, имеют веганский состав и не тестировались на животных. Ароматы соответствуют высоким стандартам IFRA.



Сотрудничество с FAHRENHEIT 183 – это легко, надежно и доступно. Мы сопровождаем наших клиентов на каждом этапе сотрудничества и четко соблюдаем дедлайны.

FAHRENHEIT 183

+7 (915) 476-59-06 fahrenheit183@mail.ru
<https://fahrenheit183.ru>



FAHRENHEIT 183

INHALE YOUR MOMENTS



Дарите не просто свечи,
а эмоции и воспоминания

**Дизайнерские свечи
Атмосферные ароматы**

www.fahrenheit183.ru
fahrenheit183@mail.ru
+7-915-476-59-06

МО, г. Лобня, ул. Жирохова 5, оф.262



Напишите нам

26-28 МАРТА 2025

МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР



МЕЖДУНАРОДНЫЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ САЛОН

ИГРУШЕК И ИГР, ТОВАРОВ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА И КАНЦЕЛЯРИИ

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ  CHRISTMASBOX PODARKI



50 000+ toys-SKU
для торговых сетей
и маркетплейсов

Организатор:
ГРУППА КОМПАНИЙ
MAYER



www.igrushka-market.ru

Место проведения:



Реклама

CANAAN PRINTING: ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ

Компания Dongguan Canaan Printing Co., Ltd. (Китай) более 15 лет является профессиональным производителем следующих видов продукции на современном западном оборудовании:

- поздравительные открытки,
- подарочные пакеты,
- календари,
- книги,
- ежедневники,
- наклейки,
- 3D-открытки,
- конверты для денег.



Высокие стандарты качества и передовая культура производства позволили нам работать с мировыми лидерами индустрии. Мы обеспечиваем высочайший уровень контроля качества. Годы успешной работы дали возможность нашей фабрике накопить экспертизу не только в производстве изделий, но и в клиентской работе.

Dongguan Canaan Printing Co., Ltd. – ваш надежный партнер.

Mike.air@canaanprint.com
vol1703

STUDIO ANNA LIBER: АКТИВНОЕ ТВОРЧЕСТВО ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Новый растущий тренд в ивент-индустрии – интерактивные творческие мастер-классы и тимбилдинги. Эти мероприятия отлично подходят для работы с сотрудниками и выстраивания внутренних коммуникаций, а также позволяют каждому проявить креативность и лучшие качества. Studio Anna Liber представляет несколько самых ярких решений данных задач.

ТВОРЧЕСКИЕ ТИМБИЛДИНГИ

Корпоративный тимбилдинг в игровой форме поможет наладить коммуникацию между сотрудниками, создать атмосферу доверия и взаимопонимания.

- **Арт-тимбилдинг «Составная картина».** Обеспечит слаженное взаимодействие участников, научит выстраивать стратегию действий в стрессовых ситуациях с переменными вводными данными. Грамотно продуманная интеграция упражнений поможет решить множество внутрикорпоративных задач. Данная активность станет ярким финалом тренинга на коммуникацию и кросс-функциональное взаимодействие.

- **Актерский тимбилдинг «Импровизация».** Не только мягко выводит из зоны комфорта, но и раскрывает личные качества коллег, раскрепощает. Отличный способ преодолеть боязнь публичных выступлений, проявить эмоциональную гибкость.



МАСТЕР-КЛАССЫ БИЗНЕС-ФОРМАТА

Если глубокая проработка внутрикорпоративных задач не является вашей целью, то хорошим решением для коллективной активности будут творческие мастер-классы в бизнес-формате. Подобренные профессионалами и качественно организованные, они станут ярким дополнением к корпоративному мероприятию или, наоборот, его центральным сюжетом. В результате вы добьетесь не только большей вовлеченности сотрудников, но и роста их лояльности к компании.

Вот несколько топовых трендов этого летнего сезона:

- **создание флорариума** в круглой или полигональной вазе. Такой творческий мастер-класс отлично подойдет для открытой площадки;
- **роспись футболок или сумок-шоперов**, которые можно брендировать как заранее, так и трафаретами на самом мероприятии;
- **изготовление соевых свечей** в кокосовой скорлупе или баночке, оформленной в корпоративном стиле заказчика;
- **роспись касок** – отлично подойдет для корпоратива по случаю Дня строителя.



Также существует множество других вариантов, которые менеджеры компании Studio Anna Liber предложат в зависимости от целей и пожеланий заказчика.

Studio Anna Liber

<https://mk-art.ru> <https://liberann.ru> 8 (800) 707-84-02 contact@liberann.ru

«ПИТЬЕВОЙ» ЛИКБЕЗ: КАК ВЫБРАТЬ АКСЕССУАРЫ ДЛЯ НАПИТКОВ

Впереди лето – сезон пикников, прогулок, походов и путешествий, а значит, разнообразные емкости для напитков будут особенно востребованы. Кроме того, многие люди сейчас стараются вести более экологичный образ жизни: покупать меньше пластиковой упаковки, приходить в кофейню со своей кружкой или брать напитки из дома. Поэтому дарить аксессуары для питья – отличная идея: они всегда будут под рукой, напоминая о вашем бренде. Благодаря обилию материалов, функций и дизайнов почти всегда можно выбрать модель, подходящую для конкретной компании, праздника или события. В нашем «питьевом» ликбезе собрана самая важная информация, которую необходимо учитывать при заказе таких бизнес-подарков.

Нашими экспертами стали:

- руководитель группы коммуникаций компании «Проект 111» **Алия Кешишьян,**
- старший продакт-менеджер группы компаний «Оазис» **Константин Мелентьев,**
- генеральный директор и основатель компании FineDesignGroup **Александра Хлопушина,**
- руководитель компании «Нью-Тон» **Ольга Колтунчик,**
- руководитель проджект-отдела компании «ПРОМОСУВЕНИР.РФ» **Софья Базылева,**
- генеральный директор компании ECOCUPS **Эмилия Абдулманова.**

«Софья Базылева, руководитель проджект-отдела компании «ПРОМОСУВЕНИР.РФ»: «В последнее время наблюдается рост спроса на емкости для питья. По данным Специализированного института рекламы (ASI, США), 9 из 10 покупателей имеют бутылку или термос с брендингом рекламодателя. Другое исследование от Международной ассоциации промопродукции (PPAI, США) показало, что 72% потребителей особенно ценят качество продукта, и именно это влияет на репутацию бренда».



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

Общее название этой категории мерча на английском языке звучит как drinkware, в переводе – «посуда для напитков». Однако в нашем случае в данный список не попадает стеклянная, керамическая и другая посуда, которая используется стационарно (дома, в офисе, в ресторане), потому что под drinkware подразумеваются портативные модели, предназначенные для того, чтобы брать их с собой.

Все емкости для питья можно условно разделить на две большие группы: для холодных и горячих напитков. К первым относятся бутылки для воды (в них также можно наливать лимонад, холодный чай, морс и т.д.), ко вторым – разнообразные термосы и термокружки.



Фото: ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

Термопосуда – это аксессуары для питья, которые могут удерживать температуру напитков в течение длительного времени благодаря специальным материалам и конструкции (двойные стенки, дополнительная изоляция и т.д.).

Виды термопосуды:

- **термосы** – часто с крышкой, которую можно использовать как чашку, защищающей горлышко и/или отверстие для питья;
- **термокружки (термостаканы)** – крышка имеет отверстие для питья, в отличие от термоса;
- **термобутылки** – их форма больше похожа на бутылку, чем на термос: узкое горлышко, сужающаяся конструкция.

Термос – изолированная емкость, используемая для хранения и транспортировки горячих или холодных напитков. Обычно имеет двойные стенки из нержавеющей стали или другого материала, разделенные вакуумом, что позволяет сохранять нужную температуру длительное время. Термосы бывают разных размеров и форм – от компактных моделей для одного человека до больших емкостей для семьи или группы.

Термокружка – разновидность термоса, предназначенная для удобного употребления напитков в повседневной жизни. Такие кружки могут быть изготовлены из различных материалов, включая нержавеющую сталь, пластик или даже керамику. Хорошее изделие должно иметь высокие изоляционные параметры, то есть сохранять тепло в течение пяти часов, а холод – еще дольше. Термокружка обычно имеет цилиндрическую форму и крышку, которая плотно закрывается, предотвращая утечку жидкости и сохраняя температуру напитка. Также часто встречаются модели, похожие на обычную кружку, но с двойными стенками.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

Спортивная бутылка предназначена для использования во время занятий спортом или физических упражнений. Она обычно имеет прочный корпус с удобной крышкой или клапаном для питья; изготавливается из прочных и легких материалов, таких как пластик (часто с добавлением полипропилена или полиэтилена высокой плотности). Многие спортивные бутылки имеют эргономичную форму, которая обеспечивает удобное удержание в руке, даже когда вы находитесь в движении.

ФОРМЫ И РАЗМЕРЫ

Большинство бутылок для холодных напитков, как правило, имеют схожую конструкцию: корпус из стекла, пластика или металла, дополненный герметичной крышкой. Емкости для горячих напитков куда более разнообразны: чаще всего встречаются термосы, стаканы и кружки, а также гибридные и нестандартные модели (например, термосы с широким горлом или складные силиконовые кружки).



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

«Александра Хлопушина, генеральный директор и основатель компании FineDesignGroup: «Емкости для горячих напитков в качестве бизнес-подарков более универсальны: большинство людей пьют чай или кофе ежедневно. Бутылки для воды больше подходят для теплого сезона, а также могут стать отличным мерчем на спортивных мероприятиях – корпоративных турнирах, спартакиадах, тимбилдингах».

Лучше всего держат температуру модели с двойными стенками, особенно вакуумные (то есть те, где откачан воздух из пространства между внешней и внутренней стенкой). В такой емкости напиток не остывает и не нагревается часами, а внешние стенки при этом остаются прохладными и не обжигают руки. Вакуумными бывают термосы и некоторые модели кружек – в описании так и пишут: «вакуумный» или «с двойными стенками». Они идеально подходят для того, чтобы брать с собой напитки в дорогу.

Вместимость бутылок для воды может варьироваться от нескольких десятков миллилитров до нескольких литров в зависимости от назначения и предпочтений пользователя. Бывают модели со специальными отсеками для фруктов, льда или мяты.

Самые распространенные объемы термосуды – **300 мл и 500 мл**, но есть и большие – **0,7 л**.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Материал, из которого изготовлены бутылка, кружка или термос, – один из важнейших критериев выбора: он влияет на внешний вид, теплопроводность, безопасность, эксплуатационные характеристики и удобство использования.

Нержавеющая пищевая сталь – самый универсальный, прочный и легкий в уходе материал. Он не впитывает запахи и служит годами, хотя со временем может покрыться налетом от чая или кофе. Впрочем, его легко удалить жесткой губкой.



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

При заказе бутылок для воды материал изготовления имеет первостепенное значение для выбора модели. Маркировки **BPA free** (для тритана и пластика), **18/8** (для нержавеющей стали) означают, что бутылки безопасны для здоровья и сертифицированы.



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

Стаканы и кружки без двойных стенок тоже часто встречаются в ассортименте магазинов и оптовых поставщиков. Они хуже держат температуру, зато отлично подходят для офиса – например, чтобы налить кофе из кофемашины и выпить через пару минут, когда он немного остынет, или взять с собой на небольшую прогулку в обеденный перерыв.

Идеальная термкружка – та, которую легко держать одной рукой. Некоторые изделия имеют специальные противоскользящие вставки. Если кружку предполагается использовать в автомобиле, она должна помещаться в автодержатель.

Эмилия Абдулманова, генеральный директор компании ECOCUPS: «Существует движение за отказ от одноразовых стаканчиков в пользу многоразовых альтернатив – под названием *My cup, please*. Так, многие кафе предоставляют скидку 5-10%, если вы попросите налить кофе в свою кружку».

SUS 304/AISI 304 – марка пищевой нержавеющей стали, которая чаще всего используется для создания термосов. **SUS 304** – ее японское обозначение, в США это **AISI 304**, в России – **08X18H10 по ГОСТ**.



Фото: ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

Пластик – очень популярный материал, имеющий множество вариантов расцветок, достаточную прочность и почти неограниченные возможности для дизайна – например, пластиковые поверхности идеально подходят для нанесения корпоративной символики.

Ольга Колтунчик, руководитель компании «Нью-Тон»: «Пластиковые бутылки легкие и прочные, стеклянные не влияют на вкус воды, аксессуары из нержавеющей стали сохраняют температуру, алюминиевые бутылки легкие и долговечные».



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

Экоматериалы. Это относительно новый вид сырья, который состоит из измельченных растительных компонентов (кофейной гущи, соломы или шелухи зерновых культур), смешанных со специальным связующим составом. В результате получается легкий и прочный материал, который впоследствии легко переработать – например, отправить в компост. Кружки из экоматериалов отлично подойдут, если нужно подчеркнуть нацеленность компании на устойчивое развитие.

Эмилия Абдулманова, генеральный директор компании ECOCUPS: «Яркий пример использования экологических материалов в термосуде – стаканы от английского бренда Ecoffee Cup. Они изготовлены из натурального бамбукового волокна, смолы и кукурузного крахмала, не содержат пластика и других вредных добавок, подходят для горячих напитков и могут использоваться при температуре до 100 C°».



Фото: «ПРОМОСУВЕНИРРФ», <https://promosouvenir.ru>

Стекло. Из него изготавливают в основном термкружки, и это выглядит очень красиво – особенно модели с двойными стенками. Боросиликатное стекло легко выдерживает высокие температуры, не впитывает запахи и абсолютно инертно. Но главный недостаток стеклянных кружек – это, конечно, хрупкость. Отчасти проблему можно решить с помощью чехла или защитного кольца, но все-таки лучше использовать стеклянные аксессуары в щадящих условиях.

Натуральные материалы. Чаще всего это бамбук или акация: эти виды древесины очень плотные и практически не впитывают влагу. Из них делают крышки для кружек или используют для декорирования металлических термосов. Но, несмотря на прочность, аксессуары из природных материалов все-таки требуют деликатного обращения: например, их нельзя мыть в посудомоечной машине и надолго оставлять влажными.



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

Силикон. Как правило, его используют для изготовления защитных колец и уплотнителей на крышках, но иногда встречаются и полностью силиконовые кружки. Большинство таких моделей складные: их легко превратить в плоскую «шайбу», которая поместится даже в небольшую сумочку. Недосток силикона в том, что он легко впитывает запахи и со временем изнашивается на местах сгиба. К преимуществам относится его термостойкость – этот материал выдерживает температуру до 220 С°, поэтому посуда из силикона подходит как для холодных, так и горячих напитков, также ее можно использовать в микроволновых печах.

Основные фактуры покрытия термопосуды: **матовое** (актуально для пластика и стекла), **порошковое** (краской по металлу, рельефное), **софт-тач** (прорезиненное), **полированное**.



Фото: ECOCUPS, <https://ecocups.pro>

КОНСТРУКЦИЯ И ДЕТАЛИ

Термобутылка состоит из следующих элементов:

- **пробка** – как правило, завинчивающаяся, с силиконовым уплотнителем внутри для герметичности;
- **горлышко** может быть широким, если термopосуда предназначена как для холодных, так и для горячих напитков. Оно позволяет засыпать внутрь лед, но при этом уменьшает время, в течение которого напиток сохраняет свою температуру. Поэтому у термосов, кстати, горлышко узкое, а у термокружек температура напитка теряется быстрее, чем у термосов и термобутылок;
- **двойные стенки из нержавеющей стали:** внутренняя чаще всего изготовлена из стали марки SUS 304, внешняя – из пищевой стали SUS 201;
- **вакуум между стенками;**
- **медная изоляция** – дополнительный слой, выстилающий снаружи внешнюю стенку внутренней колбы. Он не дает напитку потерять температуру;
- **на дне** может быть мягкая или резиновая наклейка для более мягкой «посадки».

«Константин Мелентьев, старший продакт-менеджер ГК «Оазис»: «Универсальное правило: чем больше объем термоса, тем дольше сохраняется температура напитка. Так, термос объемом 1 литр может держать температуру до 50 часов».



«Нью-Тон», <https://new-ton.org>

У термоса строение немного отличается:

- **крышка**, защищающая отверстие для питья. Часто ее можно использовать как кружку;
- **дополнительный клапан** для отверстия для питья, защищающий внутреннюю колбу от потери температуры;
- **ситечко** (опционально, обычно съемное);
- **датчик температуры и дисплей на крышке** (опционально).



Фото: ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ PORTOBELLO

Portobello®

Корпоративный мерч и бизнес-подарки
для решения ваших коммуникационных задач
portobello.ru

Термокружка имеет принципиально иное строение:

- **крышка** с отверстием для питья;
- **клапан**, закрывающий отверстие для питья (может быть на кнопке или в форме слайдера);
- **собственно термокружка** с двойными стенками.



ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

Возможны и другие **дополнительные детали**: наружная пластиковая стенка; петелька для подвешивания; наружная съемная колба, выступающая в роли стакана; кнопка с поворотом на 360° на крышке, позволяющая выливать воду под любым углом, не отвинчивая крышку; у термокружек может быть блокиратор, который не дает случайно нажать кнопку внутри сумки.



ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

Крышки термосуды делятся на два вида: одни держатся на месте за счет силиконового уплотнителя, другие – за счет резьбы. Крышки с силиконовым уплотнителем не герметичны: такие кружки подходят, например, для прогулок или использования в подстаканнике автомобиля. А вот кружку или термос с резьбовой крышкой можно спокойно положить в сумку или рюкзак, не переживая, что напиток разольется.



Фото: «ПРОМОСУВЕНИР.РФ», <https://promosouvenir.ru>

БРЕНДИРОВАНИЕ

Обратите внимание на новинку нанесения – **круговую прозрачную УФ-печать на матовых бутылках**, которую можно использовать для стекла и пластика, прозрачных и цветных моделей. «Вау-эффект» обеспечен при комбинировании с печатью OREO, когда картинку видно и внутри, и снаружи. Результат – выборочно прозрачные элементы на матовом стекле или пластике.

Особенность **круговой УФ-печать OREO** заключается в том, что печать снаружи и изнутри бутылки может быть разной: вместо белой подложки вы видите изображение, если смотрите на внутреннюю сторону бутылки.

Еще один **круговой метод печати – трафаретная**; она создает одноцветное изображение, ее главное преимущество – в скорости нанесения и размере изображения. Если нужно быстро запечатать большой тираж термосов или бутылок (неважно, из пластика или металла), присмотритесь к этому способу.



ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

Новые возможности нанесения также дает **UVRL – круговая УФ-печать с лаком**, осуществляемая с помощью цифровой печатной машины Cyslops C1. UVRL обеспечивает четкий бесшовный стык изображения, высокую скорость, имеет выраженную рельефность и справляется не только с предметами правильной цилиндрической формы, но и с формой конуса.

Для металлических емкостей самым долговечным и стильным способом брендинга будет **лазерная гравировка**.



«Проект 111», <https://gifts.ru>

СОВЕТЫ И ЛАЙФХАКИ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

Стоит помнить, что для горячих напитков подходят далеко не все виды пластика, поэтому при заказе подарков важно обращать внимание на маркировку товара. Например, ПЭТ (его маркируют цифрой «1») может деформироваться от горячего напитка, а ПВХ (цифра «3») при нагреве выделяет вредные вещества. А вот полипропилен (цифра «5») прекрасно выдерживает высокую температуру и даже нагрев в микроволновой печи. Большинство пластиковых термокружек и бутылок не следует использовать с горячей водой и тем более кипятком, но тритан и полипропилен можно.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

Термосуду с УФ-печатью, гравировкой, тампопечатью нельзя мыть в посудомоечной машине: под действием направленной струи воды с сильным напором изображение стирается.

Мыть посуду после напитков с содержанием молока нужно сразу и тщательно – остатки молока скисают очень быстро, превращаясь в пленки и хлопья, особенно в пробках и крышках.



Фото: ECO CUPS, <https://ecocups.pro>

При заваривании чая или кофе подождите первые пару минут и потом закрывайте термокружку, так как пар под давлением накопится и может деформировать пластиковые детали. Кроме того, при открывании термокружки велик риск обжечь лицо паром.



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

⚠ Обращайте внимание на герметичность термокружек и бутылок. Выбирайте модели, которые можно положить в сумку или рюкзак и не беспокоиться, что напиток прольется.

⚠ После мойки сушите всю посуду для питья горлышком вверх – для циркуляции воздуха.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

⚠ Отдавайте предпочтение надежным поставщикам. Работа с недобросовестными компаниями может привести к задержкам в поставках, непредвиденным дополнительным расходам и получению некачественной продукции.

⚠ Избегайте низкокачественных материалов. Это ведет к быстрому износу или деформации емкости, а также к возможным проблемам с безопасностью пищевых продуктов. Убедитесь, что выбранные емкости соответствуют всем необходимым стандартам качества и безопасности.



Фото: FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

⚠ При заказе большого тиража всегда можно получить существенные скидки от производителя, поэтому рассмотрите возможность объединения заказов с коллегами.

⚠ Выбирайте нестандартный дизайн или формы емкостей для привлечения внимания клиентов и создания уникального образа вашего бренда.

⚠ Особое внимание стоит обратить на бережную транспортировку термопосуды: позаботьтесь об обязательной маркировке «хрупкое». ✎GR



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

Благодарим за помощь в подготовке материала:

«Проект 111», <https://gifts.ru>

ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

FineDesignGroup, <https://finedesigngroup.ru>

«Нью-Тон», <https://new-ton.org>

«ПРОМОСУВЕНИР.РФ», <https://promosouvenir.ru>

ECOCUPS, <https://ecocups.pro>

«ОАЗИС»: ВЫБИРАЕМ ИДЕАЛЬНУЮ ТЕРМОКРУЖКУ



Константин Мелентьев

В новой рубрике «Тест-драйв» наши эксперты рассказывают об интересных новинках и флагманских продуктах промостроиндустрии, уделяя особое внимание их техническим и пользовательским характеристикам. Сегодня Константин Мелентьев, старший продакт-менеджер группы компаний «Оазис», представил обзор премиальных вакуумных термокружек. Устраивайтесь поудобнее, испытания на прочность начинаются!

Pick-Up – вакуумная термокружка с керамическим покрытием, 650 мл

Признаемся честно: да, мы ее роняли и кидали, и не всегда специально, для тест-драйва, – во время наших путешествий в рамках Oasis Тура и Экспро чего только не случается! Тем не менее кружка более чем в порядке: керамика не трескается, по краю, где спаиваются внешняя и внутренняя колбы, тоже не ломается.

Качество Asobu – канадского бренда посуды для питья – не подвергается сомнению: только сертифицированные материалы, интересный дизайн и нестандартные конструкторские решения.

Докладываем по керамическому слою: керамика внутри – гладкая, цвета крем-брюле, поэтому мыть ее легко и приятно: в большинстве случаев можно обойтись струей воды под высоким напором, а застарелый кофейный налет легко стереть губкой с капелькой моющего средства. Запахов, насколько мы заметили, не остается – после ночи настаивания кофе в кружке можно спокойно пить зеленый чай, наслаждаясь его тонким ароматом.

Внутренняя часть крышки – с минимумом выступающих элементов, чтобы было проще мыть. Крышка герметично прилегает к колбе, а клапан защищает от остывания и проливания напитков.

Изначально термокружка задумывалась как «стационарная» и предназначалась для автомобилей, но и в офисе она тоже будет уместна. Нижняя часть изделия специально имеет меньший радиус по сравнению с верхней: это позволяет поместить Pick-Up в большую часть автомобильных держателей.



Bravo – вакуумная термокружка с индикатором и медной изоляцией, 400 мл

Bravo – термокружка от бренда Waterline, СТМ каталога Oasis. В этой модели мы решили основную проблему термокружек с датчиком, сделав возможной замену батареи: теперь не придется расставаться с любимым аксессуаром из-за того, что экран больше не показывает температуру напитка.

Измерения температуры встроенным датчиком и градусником весьма близки друг к другу, для наиболее точного результата советуем ненадолго перевернуть термокружку, чтобы жидкость прилила к сенсору, расположенному в крышке.

Bravo с нами далеко не первый месяц, но пока что менять батарейку нужды не было, пользовались предустановленной. Стандарт батарейки – CR2, найти ее можно в любом крупном магазине техники или на маркетплейсах.

ГК «Оазис»
+7 (495) 150-12-12 <https://oasiscatalog.com>

STAN: КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ МЕРЧ

Наверное, каждый человек хоть раз в жизни посещал отраслевую выставку, конференцию или другое профессиональное мероприятие. вспомните, какие из полученных там рекламных материалов вы храните до сих пор и почему? Какие функции выполняют эти товары? Эксперты компании STAN, лидера российского рынка брендированного текстиля, подготовили несколько ответов на эти вопросы.

Повышение узнаваемости и формирование позитивного восприятия бренда

Мерч может использоваться для проведения промо-акций, участия в выставках и других мероприятиях, где сильное присутствие бренда имеет решающее значение, – качественный мерч, дополненный креативным дизайном, с большой вероятностью останется в жизни потребителя и будет напоминать о вашей компании долгое время.

Привлечение новых и удержание существующих клиентов

Мерч помогает выстроить прочные связи и за рамками бизнес-встреч и мероприятий. Другими словами, он позволяет деловым отношениям продолжаться и в неформальной обстановке, после завершения коммуникации с клиентом или партнером.



Дополнительный источник дохода

Часто люди приобретают брендированные товары, чтобы выразить свою поддержку и лояльность определенному бренду. Используя качественную продукцию с элементами фирменной айдентики, компании создают устойчивую связь со своей аудиторией и приобретают настоящих амбассадоров.

Мерч – осязаемое напоминание о вашей компании. Это не просто вещь с логотипом, а уникальный продукт, наделенный смыслами и ценностями, которые отражают философию бренда. Мерч должен быть не просто предметом для продажи, а символом принадлежности к определенному сообществу, выражением стиля и индивидуальности.



Рекламный канал

Мерч – незаменимый рекламный носитель. Какое бы изделие вы ни выбрали, оно будет транслировать информацию о вашем бренде, вопрос лишь в охвате. Никто не сможет «закрыть» брендированный продукт или перелистнуть его на следующую страницу – вы охватите более широкую аудиторию и вызовете интерес у потенциальных клиентов.

Укрепление взаимоотношений с аудиторией

Мерч – это товары с высоко воспринимаемой ценностью, напоминающие получателям об уважении, заботе и благодарности от вашего бренда. Конечно, речь идет не только о клиентах: промпродукты также идеальны в качестве памятных подарков партнерам или призов для отличившихся сотрудников. Кроме того, фирменный мерч – важный элемент корпоративной культуры: он способен сплотить команду, а также добавить более профессиональный оттенок встречам с клиентами, присутствию на отраслевых выставках или выступлениям на конференциях.

Для многих получателей определяющими факторами использования брендированного товара являются его функциональность, качество исполнения и уникальный дизайн – чем точнее соблюдены эти условия, тем дольше будет жизненный цикл продукта.

Команда профессионалов STAN разбирается во всех нюансах производства эффективных мерч-коллекций, поэтому предлагает своим клиентам комплексный подход к созданию уникального продукта. Выбирая STAN, вы получите текстиль отличного качества, который решит задачи по повышению узнаваемости и формированию комьюнити вашего бренда.

STANь ярче! Выбирай STAN!

STAN

Вся Россия: 8 (800) 555-53-05

Екатеринбург: 8 (343) 226-00-72

Москва: 8 (499) 705-705-6

www.stan.su

STAN: ЭНЦИКЛОПЕДИЯ

Бейсболка – уникальный аксессуар, способный стильно завершить любой образ и решить множество маркетинговых задач вашего бренда. Важные нюансы, известные лишь профессионалам, могут существенно влиять на конечный результат и эффективность заказанной продукции. Именно поэтому мы решили подготовить мини-справочник по этим изделиям. Авторами нашего специализированного обзора стали эксперты STAN, одной из первых компаний на Урале, открывшей собственное производство бейсболок премиального качества.



Клинья – один из ключевых элементов бейсболки. Количество клиньев у разных моделей может отличаться, предлагая разные варианты формы и посадки бейсболки, определяя условия для нанесения.

Хольнитен – та самая декоративная заклепка на куполе бейсболки. Хольнитен позволяет надежно закрепить клинья, обеспечивая безупречный вид изделия.

Наиболее востребованные модели бейсболок – **пятиклиннка, шестиклиннка и snapback**.

Пятиклиннки проще в изготовлении и, благодаря отсутствию центрального шва на лобовой панели, более удобны с точки зрения нанесения.

Шестиклиннки – самый популярный выбор потребителей: модель хорошо сидит и держит форму, однако в процессе персонализации требует большего внимания и мастерства.

Snapback отличается наличием прямого козырька и культовым силуэтом. Эти изделия могут быть выполнены как из шести, так и из пяти клиньев.



Клинья – наиболее распространенный выбор для расположения персонализации. При брендировании можно использовать различные методы, такие как вышивка, печать, шеврон и другие. Напоминаем, персонализация в крае дает больше возможностей для креативных решений. Экспериментируйте с различными способами брендирования клиньев, чтобы создать индивидуальный стиль, который будет отражать уникальность и оригинальность вашего бренда.

Если обращаться к надежному производителю, то каждая бейсболка может проходить до 27 швейных и 6 отделочных операций.

БЕЙСБОЛКИ

Бейсболки продолжают пользоваться высоким спросом и занимают особое место среди головных уборов. Классический силуэт, минималистичный дизайн и натуральные материалы – основные критерии, на которые стоит обратить внимание при выборе этого аксессуара в 2024 году.

Лаконичные модели универсальны и хорошо сочетаются с различными стилями одежды. Однако не стоит забывать и о тренде на персонализацию – бейсболка способна подчеркнуть индивидуальный характер, уникальный стиль и креативный подход.

Для изготовления бейсболок используются материалы высокой плотности: 100% хлопок, полиэстер и ткани смешанного состава. Натуральные и смешанные материалы идеально подойдут для промо- и имиджевых ивентов, синтетические – для спортивных мероприятий.



Люверсы обеспечивают вентиляцию, поддерживая комфортный микроклимат внутри изделия. Люверсы бывают металлические и обшивные, в некоторых моделях их функцию выполняет сетка, заменяющая задние клинья.



Застежки бывают нескольких видов: металлические, пластиковые и застежки-липучки. Основные варианты персонализации: брендированный хлястик и лазерная гравировка на металлической застежке при персонализации в крае. Помните, что на готовом изделии гравировка не применяется.

Козырек – основополагающая деталь бейсболки. Помимо того, что козырьки могут быть прямыми или изогнутыми, они также отличаются по типу отделки: без отделки, с контрастным окаймлением или «сэндвич», состоящий из нескольких слоев.

При разработке макета стоит помнить, что козырек обладает широким полем для нанесения, а персонализация в крае (на этапе сборки изделия) предполагает больше возможностей для реализации вашего дизайна.



STANь ярче! Выбирай STAN!

STAN

Вся Россия: 8 (800) 555-53-05

Екатеринбург: 8 (343) 226-00-72

Москва: 8 (499) 705-705-6

www.stan.su

MODERN: ТРЕНДЫ ПРОМОТЕКСТИЛЯ ВЕСНА-ЛЕТО 2024

В 2024 году мы наблюдаем тенденцию к самовыражению через одежду и аксессуары, что воплощается в тематических надписях и принтах на текстиле, чехлах для смартфонов, браслетах и многом другом. Это нашло отражение и в рекламно-сувенирной индустрии – растет спрос на мерч, который позволяет воссоздавать самые креативные идеи как начинающих брендов, так и известных корпораций. В данной статье мы рассмотрим тренды в промотекстиле весенне-летнего сезона 2024 года. А помогут нам в этом опыт и экспертное мнение группы компаний MODERN, которая с 1993 года создает стильную, элегантную и современную одежду, используя передовые технологии и выполняя даже крупные заказы в рекордно короткие сроки.

ПРОМОТЕКСТИЛЬ – ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Промотекстиль – это предметы одежды или головные уборы, которые используются для рекламы или популяризации бренда. Например, это может быть футболка с логотипом компании или сумка с названием нового продукта, который вот-вот выйдет. Применение текстильного мерча играет ключевую роль в формировании бренда, увеличении узнаваемости и повышении лояльности клиентов.



ГРУППА КОМПАНИЙ MODERN

- Поставляет продукцию на выгодных условиях мелким и крупным оптом – от 1 штуки до 1 миллиона готовых изделий из постоянного наличия на складе.
- Постоянно радует клиентов новинками, каждый год увеличивая ассортимент на 100 и более позиций.
- Знает все о высококачественной одежде и ежедневно применяет свой опыт для развития брендов – более 100 000 выполненных заказов на готовые и персонализированные изделия за 30 лет работы.
- Собственное швейное производство с вязальным, красильным и раскройным цехами. А также крупнейшее печатное производство в России.

ВНИМАНИЮ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ

ГК MODERN имеет партнерскую сеть, состоящую из более чем 500 профессиональных участников рекламного рынка, и предлагает программу сотрудничества для рекламных агентств, например, специальные условия приобретения изделий, работу с заказами в личном кабинете, обширную линейку продукции New Gen (без указания ТМ производителя) и т.д.

MODERN

+7 (495) 775-28-10
info@modern-it.ru
<https://modern-it.ru>



ТРЕНДЫ ВЕСНА-ЛЕТО 2024

Модные модели. В новом весенне-летнем сезоне набирают популярность универсальные модели: футболки, поло, толстовки, свитшоты и др. Их можно использовать для повседневной носки, прогулок и различных физических активностей. Многие компании не придерживаются строгого дресс-кода и будут рады видеть сотрудников в фирменной, удобной и стильной одежде.

Трендовые цвета. Весна-лето 2024 года – время ярких и сочных расцветок. Старайтесь выбирать светло-желтые, оранжевые или лиловые оттенки. Отлично будет смотреться палитра изумрудно-зеленых и лазурных вариантов. Также не помешает взять на вооружение насыщенно-красные (кирпичные) и апельсиновые тона. Среди белых – в тренде кипельно-белый и бриллиантовый белый.

Принты и графика. Важную роль в промотекстиле играют оригинальные принты и яркая графика. Геометрические

узоры, фотопечать и абстрактные композиции придадут вашей продукции неповторимый стиль.

Материалы. В моде легкие, дышащие и устойчивые к износу ткани.

Способы брендинга. При всей любви к насыщенным цветам важно помнить о минимализме. Поэтому для брендинга текстильных изделий вы можете, например, выбрать печать логотипа в углу или по центру футболки либо особый дизайн в фирменном стиле – на одном или двух рукавах толстовки. Еще одно интересное решение – нанести общий командный слоган на козырек или клинья бейсболки.

Применяя новейшие тенденции и технологии, вы создадите запоминающийся образ вашего бренда, спортивного соревнования или бизнес-мероприятия на весну-лето 2024 года. Такой мерч отлично подойдет как для сотрудников, так и для клиентов.



БРЕНД ОДЕЖДЫ «ИРИНА ВАРТАНЯН»: БЛИЖЕ К КОРНЯМ

GIFT Review продолжает освещать интересный сегмент промоиндустрии – эксклюзивные подарки от локальных российских производителей. Заказывая такие изделия, вы получаете штучные неповторимые вещи с национальным колоритом, в которые вложены душа и мастерство. Сегодня мы расскажем о бренде одежды «Ирина Вартанян». В ассортименте компании вы найдете текстиль и аксессуары с авторскими принтами, вдохновленными традиционными народными промыслами Русского Севера.

Бренд «Ирина Вартанян» – премиальная торговая марка авторской дизайнерской одежды Ирины Титовой, чьи коллекции передают красоту суровой северной природы и глубокий смысл народного искусства.

В основе принтов лежит мезенская роспись. Источником вдохновения для Ирины стала старинная расписная прялка, которая бережно передавалась из поколения в поколение как семейная реликвия. В роду Ирины были мастерицы, с давних времен шившие качественные вещи для людей из русской глубинки. Сама Ирина с детства впитала любовь к созданию одежды и интересовалась историей национально-го костюма. Закончив московский Институт индустрии моды, Ирина основала собственный бренд текстиля.

Мезенская (палашельская) роспись становится все более узнаваемой. Она является одним из символов Архангельской области. Популяризация «красных коней» в России и мире вызывает интерес к этому труднодоступному краю, его истории и людям, народному быту и культуре.

Ирина Титова, создательница бренда: «Одежда, которую я разрабатываю, приобщает к национальной культуре, нашим корням, истокам, истории традиционной одежды Русского Севера. При этом я постоянно изучаю современные тенденции моды, которые находят отражение в моих коллекциях. Наша дизайнерская одежда – это красивые и удобные вещи со смыслом, заряженные на удачу, поскольку каждый рисунок вышивки – это символ».

Коллекции включают в себя модные, стильные вещи, которые украшаются вышивками по мотивам росписей Архангельской области. Кони, жар-птицы, каргопольский земледельческий календарь-месяцеслов – символы счастья и благополучия, передаваемые через вышитые вручную узоры. Часть работ выполняется машиной вышивкой. Тщательно отобранные натуральные и экологичные ткани позволяют ощутить комфорт и красоту авторской одежды мирового класса.



Бренд одежды «Ирина Вартанян»
vk.com/irina_vartanyan +7 (921) 810-84-16

«КОСМОС СЕВЕРА»: КОСМОС ВНУТРИ КАЖДОГО



Елена Комиссарова

И снова об эксклюзивном мерче от самобытных российских производителей. На этот раз в фокусе внимания GIFT Review архангельский бренд авторских платков «Космос Севера», принты которых передают удивительную энергетику северной природы. Такой платок – это не только стильный аксессуар, но и уникальный, запоминающийся, яркий деловой подарок.

«Космос Севера» – молодой сувенирный бренд, созданный в Архангельске в мае 2023 года в содружестве двух творческих людей: дизайнера и художника **Елены Комиссаровой**, творящей под ником Lenkomsolo, и **Елены Кузнецовой**, стилиста-аналитика и имиджмейкера. Мы не просто создаем продукцию, а воплощаем в изделиях северные традиции и красоту под девизом «Для влюбленных в Север. Космос внутри каждого».

Принты на платках – северные пейзажи, написанные с натуры. Это наши, всем известные достопримечательности: Малые Карелы, Кенозерье, Лопшеньга и другие места Архангельска и области.

Абстрактные работы серии «Космос» написаны в состоянии медитации под звуки живых музыкальных инструментов, в том числе колокола. Они несут в себе положительную энергетику, наполнены светом и радостью.



Платки представлены в трех размерах: 50, 70 и 90 см, что позволяет носить их в разных вариациях. В производстве мы используем шелк «Армани» (высококачественный полиэстер) с красивым благородным блеском, хорошо драпируемый и мало мнущийся.

Каждое изделие поставляется в индивидуальной подарочной упаковке, в которую вложено послание-пожелание от авторов бренда.

АВТОРСКИЕ ПЛАТКИ «КОСМОС СЕВЕРА» – ЭТО:

- стильный аксессуар;
- яркий сувенир;
- идеальный подарок;
- приятные эмоции;
- разные виды носки;
- качественный материал;
- презентабельная упаковка.



ДОСТАВКА ПО ВСЕЙ РОССИИ.
 Возможен индивидуальный заказ: сроки и цены оговариваются отдельно и зависят от сложности рисунка и объема заказа.

«Космос Севера»
 +7 (960) 018-13-15

https://vk.com/kosmos_severa
<https://vk.com/designelena>



GIFT REVIEW: ВСТРЕЧАЙТЕ ЮБИЛЕЙНЫЙ ВЫПУСК!

Как вы уже догадались, этот номер – особенный, **50-й!** Мы решили рассказать об основных вехах в истории журнала, планах на будущее, а также привести отклики наших постоянных экспертов, друзей и партнеров. Давайте вспомним, с чего все начиналось и как менялось, какую пользу GIFT Review приносит участникам промоиндустрии, какими яркими и удачными проектами, публикациями, встречами и событиями мы по праву можем гордиться. Принимаем поздравления!

НЕМНОГО ИСТОРИИ

Первый выпуск GIFT Review вышел в марте 2011 года. Мы начинали как b2b-издание, освещающее оптово-розничный рынок подарков: предметы интерьера, посуду, сувениры. Поэтому нашими основными читателями тогда являлись представители офлайн- и онлайн-магазинов, различных торговых точек, ритейлеры, дистрибьюторы. Пилотный номер мы посвятили теме франчайзинга, а на обложке красовалась реклама известной сети магазинов домашнего декора и аксессуаров «Красный Куб».



Первые выпуски GIFT Review были по максимуму ориентированы на аналитику, очень насыщены текстовыми материалами, а вот фотографий на страницах журнала тогда было маловато. С тех пор многое изменилось: мы стараемся радовать наших читателей и интересными, профессиональными текстами – редакционными и рекламными, и множеством ярких, привлекающих внимание фото. Ведь лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать, правда?

«**Антон Верт, владелец мерч-компании vertcomm:** «GIFT Review – это классика. Промоиндустрия и этот журнал уже давно ассоциируются друг с другом и идут в тесной связке. В каждом номере можно найти что-то новое, полезное, практичное; ознакомиться с актуальными трендами, идеями, кейсами, в том числе от первых лиц нашей отрасли. Команда vertcomm регулярно принимает участие в редакционных материалах и дает экспертные комментарии – от текущего состояния рынка и конкретных ситуаций до более детальных обсуждений и мнений: о стикерпаках, приветственных наборах, товарах из категории «Дом и уют» и многом другом. Это дает возможность вынырнуть из «оперативки», из жизни «от сезона до сезона», оглянуться, осознать, закрепить результат и поделиться им. GIFT Review – это партнерство win-win (англ. букв.: «выиграть/выиграть») – принцип принятия решений, где в выигрыше остаются все участники процесса. – Прим. ред.]. Я лично не могу не отметить доверие, оказанное мне редакцией: на протяжении многих лет я в качестве внештатного корреспондента посещал выставки в Милане, Дюссельдорфе, Франкфурте, Гонконге. Редакционные задания превращались в богатые фотоматериалами и описаниями многостраничные статьи и обзоры, которые давали представление о мировых трендах, новинках и идеях. Это существенно обогатило как мой личный, так и профессиональный опыт. Искренне желаю изданию и редакции новых выпусков – еще много раз по 50! Продолжайте быть классикой индустрии. **С юбилеем, GIFT Review!»**

Постепенно команда GIFT Review стала участвовать в различных отраслевых выставках, и на наш журнал стало подписываться все больше представителей рекламных агентств. Параллельно с этим в российской подарочно-сувенирной сфере ведущую роль стали играть интернет-маркетплейсы и крупные сетевые магазины, а небольшие розничные точки, наоборот, уходили с рынка. Мы понимали, что, в отличие от смежных сегментов, промоиндустрия – это «вечная тема»: компании всегда будут дарить подарки клиентам, сотрудникам, бизнес-партнерам. Поэтому было принято решение сделать основной темой журнала бизнес-сувениры, корпоративные подарки, мерч.

НЕ ТОЛЬКО ЖУРНАЛ

Изначально GIFT Review задумывался исключительно как печатное издание, но в дальнейшем в связи с бурным развитием интернета и электронной коммерции мы создали собственный онлайн-портал о бизнес-подарках и мерче www.gift-review.ru, где стали размещать актуальные новости и анонсы отраслевых мероприятий; разработали онлайн-версию журнала (с удобной интерактивной «листалкой», фото-, видеоматериалами и кликабельными контактами компаний); стали активно вести свои страницы в социальных сетях.

«**Алия Кешишьян, руководитель группы коммуникаций компании «Проект 111»:** «GIFT Review – удивительно полезный журнал, который сопровождает индустрию уже 13 лет. Наверное, его можно назвать настоящей энциклопедией рынка бизнес-подарков. Лично мне всегда приятно работать с редакцией журнала, запросы всегда по делу и на высоком журналистском уровне. Помню первый запрос от журнала, тогда для ответа пришлось связаться с продакт-менеджером в Гонконге, я много времени потратила на тот материал. И не успела я выдохнуть, как мне пришел запрос для нового номера. Тогда я поняла, что мы с вами плотно и надолго. Успехов и развития!»



НАША КОМАНДА

50 ВЫПУСК

АННА МИХАЙЛОВА
Выпускающий редактор.
Беззаветно любит буквы, коврики, слова, тексты. Ведет соцсети журнала, работает с экспертами, может согласовать несогласуемое.

АННА ПАСЕЧНИК
Главный редактор.
Генератор идей, бесменный вдохновитель и вечный двигатель проекта.

ПОЛИНА БОЙЦОВА
Менеджер «Сувенирной Точки».
Общается с участниками, знает все о бизнес-ивентах и их экспонентах. Главный популяризатор «в полях».

МАРИНА ЕСЬКИНА
Дизайнер и верстальщик.
Сделает божественно красивый макет даже из воздуха.

АРИНА ЛЕТОВА
Контент-менеджер.
Виртуозно наполняет наш онлайн-портал, отвечает за информационные рассылки.

ЕЛЕНА ПАСЕЧНИК
Ведущий менеджер «Сувенирной Точки».
Работает с заказчиками, модераторует видеоконференции, собирает и анализирует статистику мероприятий.

ЕЛЕНА ВИРАХОВСКАЯ
Выставочный менеджер.
Мастер дружеской беседы. Договорится с каждым и найдет любой контакт.

СЕРГЕЙ АВЕРИН
Главный по логистике и заездам на выставке.
Стремительность, выносливость, энергичность – 10 из 10.



«Эльвира Юсупова, директор типографии «Юкард»: «Я сама регулярно читаю журнал, а менеджеры знакомятся на его страницах с новинками, интересными идеями и актуальными трендами рынка. GIFT Review – это полезно и интересно, а еще очень выгодно. Яркий пример: журнал лежал на моем рабочем столе, и клиент решил его полистать, пока ждал меня. Когда я вернулась, он уже выбрал идею новогодних календарей и корпоративных сувениров и даже предпочтительный метод нанесения!»»



«Дарима Шарапова, контент-менеджер ГК «Оазис»: «Нам очень нравится работать с GIFT Review – быстрая обратная связь, понимающая редакторская коллегия, интересные и всегда актуальные темы выпусков, помогающие нашим экспертам раскрыть свой потенциал. Не менее интересно и немного волнительно каждый раз получать свежий номер журнала, читать свежие новости индустрии, дискутировать со спикерами и, конечно же, наслаждаться высоким качеством печати и верстки «физической» версии. Желаем журналу долгих лет жизни и интересных статей, новых рубрик и расширения!»»

ных выставках и мероприятиях, а также в шоу-румах ведущих поставщиков. Суммарно наша аудитория насчитывает более 10 тысяч адресатов! Среди них:

- корпоративные заказчики (компании различного профиля деятельности, регулярно ищущие и приобретающие подарки партнерам, клиентам, руководителям, сотрудникам и т.д.);
- специалисты подарочно-сувенирного рынка (оптовые компании, дистрибьюторы, импортеры, производители, магазины и сети специализированных розничных магазинов, производители сопутствующих товаров, дизайнеры интерьеров);
- рекламные и ивент-агентства.

На данный момент мы уже несколько лет предлагаем клиентам комплексное продвижение, сочетающие в себе преимущества печатной и онлайн-прессы, отраслевого интернет-портала, электронных рассылок, размещения в соцсетях, участия в выставках и других бизнес-мероприятиях. Несмотря на устоявшееся мнение, что сейчас более эффективен интернет, печатная версия издания не теряет своей популярности, и этому есть несколько объяснений:

- «бумажный» журнал служит дольше – он лежит на рабочем столе или стойке ресепшн, к нему обращаются не один раз, показывая клиентам и партнерам;
- в регионах люди зачастую привыкли к «старому доброму» формату печатной прессы;
- многие лучше воспринимают что-то «вещественное», нежели цифровое: в наш век электронных технологий, как это ни парадоксально, растет тяга к материальным рекламносителям;
- подписка на печатную версию у нас платная (хотя стоимость символическая – 750 рублей в год за три номера журнала) – а ведь, как известно, люди больше ценят то, за что заплатили. Таким образом, мы точно отсекаем всех незаинтересованных – остается только активное «ядро» заказчиков бизнес-подарков и мерча, которые действительно пользуются журналом;
- на отраслевых выставках, где собирается концентрированная аудитория, печатная версия издания просто необходима – участники и посетители с удовольствием берут журналы и оформляют бесплатную электронную подписку.

Сейчас GIFT Review распространяется посредством почтовой и электронной рассылок по подписчикам, на профиль-

«Анна Либер, CEO компаний Vivere Gifs и Studio Anna Liber: «С GIFT Review мы работаем, кажется, с первого дня существования нашего бренда. Мы всегда четко выстраиваем маркетинговую стратегию популяризации и узнаваемости компании, проводим анализ рекламных возможностей и оцениваем рентабельность. Конечно же, первым делом мы натолкнулись на журнал, который присутствует буквально на всех отраслевых выставках. Копнув чуть глубже, поняли – это то, что мы искали: гляцевый журнал с большим тиражом распространения и портал с хорошими показателями посещаемости.»

Как результат – мы уже четвертый год публикуемся на страницах GIFT Review. Начинали с небольших полос, перешли на развороты, а в этом выпуске вы можете наблюдать нас на обложке, а также в ежемесячных статьях на сайте. В этом году мы делаем публикации сразу по двум проектам – елочным шарам с ручной росписью и организации творческих корпоративных мероприятий. Думаю, комментарии тут излишни. С коллективом журнала очень комфортно работать, сотрудники всегда идут навстречу. Отдельно хочу отметить работу выпускающего редактора Анны Михайловой. И главное – GIFT Review отлично поддерживает узнаваемость бренда, к нам приходят клиенты, которые видели нас год, два или три назад на страницах глянца. Коллеги, хочу сказать вам искреннее спасибо за профессионализм, с которым сейчас не так часто можно столкнуться, и за то, что вы делаете!»

РАБОТА РЕДАКЦИИ

Подготовка каждого выпуска журнала – это очень кропотливый и долгий процесс, состоящий из нескольких этапов, таких как сбор информации, редакция, корректура, дизайн и верстка, согласование готовых материалов с экспертами и рекламодателями, вычитка, предпечатная подготовка. Мы тратим много сил и времени для того, чтобы тексты на страницах журнала были безупречно грамотными и соответствовали стандартам и стилистике бизнес-журналистики. Также пристальное внимание уделяется фактологической выверенности текстов, приведенных цитат, цифр аналитики и статистики.

В последние годы мы значительно расширили количество рубрик журнала, включив сюда такие разделы, как «Аналитика», «Статистика», «Дискуссия», «Ликбез», «Фоторепортаж», «Социальный проект», «Тест-драйв», «Наглядный пример», «От первого лица».

Все наши рекламодатели, помимо основной публикации, получают множество бесплатных дополнительных опций, а именно:

- размещение в электронной версии журнала;
- статью в разделе «Публикации компаний» на нашем сайте;
- включение материала в еженедельные новостные рассылки на период от трех месяцев;
- посты на основе опубликованного материала на официальных страницах журнала в соцсетях, а также репосты в профильных группах и сообществах (тематика – подарки, сувениры, мерч, реклама, маркетинг, PR, ивент-индустрия, экология, дизайн и декор, HoReCa);



- распространение рекламных материалов компании (листовок, визиток, буклетов, каталогов) на наших стендах в рамках отраслевых выставок. А мы участвуем практически во всех подобных мероприятиях – об этом более подробно расскажем ниже.

Все эти возможности, безусловно, создают синергетический эффект и увеличивают окупаемость рекламы, размещенной в GIFT Review.

«Елена Босова, директор по развитию компании «ПРОМО-СУВЕНИР.РФ»: «GIFT Review – это не просто издание, а настоящий лидер в своей сфере, который умело сочетает профессионализм, креативность и инновации. Ваша работа важна для многих компаний, которые стремятся продвигать свой бренд и укреплять связи с клиентами через оригинальные и запоминающиеся сувениры. Мы ценим ваше трудолюбие, энергию и преданность делу. Пусть каждый выпуск журнала становится новым этапом в вашем развитии и вдохновляет на еще более яркие и успешные проекты. Будьте сильны и творчески продуктивны!»

Всегда с большим нетерпением ждем свежие выпуски: из них мы узнаем о последних тенденциях в мире деловых подарков, а также черпаем вдохновение для новых проектов. Также хочется отметить присутствие журнала на главных отраслевых выставках и в офисах крупных партнеров. Это, несомненно, свидетельствует о прочной репутации надежного и авторитетного источника информации в сфере промосувениров и корпоративных подарков».



Фото: Софья Базылева – лицо с обложки 47 выпуска GIFT Review на выставке «Содружество».

«Команда ТМ «Адьютант»: «Поздравляем GIFT Review с юбилейным 50-м выпуском! Журнал стал неотъемлемой частью индустрии подарков благодаря своему профессионализму и авторитетности. С первого выпуска до юбилейного номера издание собирает обзоры и материалы о самых актуальных трендах и оригинальных идеях в сфере промо-сувениров и мерча. Объединяя производителей, дистрибьюторов и потребителей вокруг общего интереса к уникальным предложениям на рынке подарков, GIFT Review способствует развитию нашей отрасли. Желаем вам новых ярких идей, больших тиражей, невероятных успехов и продолжения уникального творческого пути. Пусть ваш журнал никогда не теряет актуальности и находит больше читателей и поклонников. Благодарим вас за мастерство, отзывчивость и все, что вы делаете для индустрии мерча.»

«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»

Используя многолетний опыт участия в ведущих отечественных и зарубежных выставках, знание рынка и его игроков, накопив солидную базу контактов, мы решили выйти за рамки бизнес-периодики и в 2022 году создали «Сувенирную Точку» www.gift-meet.ru. Это инновационная онлайн-платформа, которая объединяет поставщиков и заказчиков сувенирной продукции и помогает им находить партнеров и клиентов, не выходя из офиса.

Сейчас мы наблюдаем приятный и эффективный симбиоз двух проектов: заказчики промо-продукции, участвующие в «Сувенирной Точке», становятся подписчиками журнала GIFT Review, и наоборот.

Вполне возможно, что в будущем мы воплотим в жизнь идею проведения собственных бизнес-мероприятий в офлайн-формате.



«Евгения Маврина, главный специалист по маркетингу ООО «СЭТранс»: «Искренне рада поздравить GIFT Review с юбилейным 50-м выпуском! Эта цифра стала возможной благодаря творческому подходу к работе, энергии и профессионализму всей команды журнала. Особенно хочется отметить уникальный синтез традиционных и новых медиа, которого вам удалось достичь в рамках проекта. Ведь, с одной стороны, в сегодняшнем цифровом мире сохранить печатную версию журнала – это особое искусство, достойное уважения и восхищения. И в то же время стать пионерами онлайн-формата выставочных мероприятий и регулярно собирать на своей площадке отраслевое сообщество, быть катализаторами нетворкинга и профессионального взаимодействия между заказчиками и производителями сувенирной продукции – это проявление прогрессивного мышления, смелости и тонкой настройки на потребности своей аудитории. В GIFT Review я, как и многие мои коллеги, уже 13 лет нахожу информацию об актуальных трендах и новинках сувенирной индустрии, делюсь опытом и черпаю вдохновение. А знакомство с новыми поставщиками через GIFT Review – это надежная рекомендация и дополнительная гарантия добросовестности и высокого качества продукции. Желаю вашему коллективу ярких идей, неисчерпаемых тем, масштабных проектов и много новых выпусков журнала!»

«Анастасия Насосникова, руководитель выставки «Реклама»: «Мы поздравляем журнал GIFT Review с выходом юбилейного 50-го номера! Желаем нашему постоянному информационному партнеру процветания, благополучия, оставаться профессиональным изданием, которое обладает высоким доверием производителей и заказчиков сувенирного рынка.»



«Коллектив выставки Kids Russia & Licensing World Russia: «Мы с большим удовольствием поздравляем творческий коллектив редакции GIFT Review с выходом юбилейного 50-го номера! За годы успешной работы журнал стал для профессионалов нашего рынка популярным и важным отраслевым изданием, на страницах которого всегда можно найти много полезной и применимой на практике информации, узнать о последних новостях, трендах и новинках подарочно-сувенирной отрасли в России и за рубежом. Мы рады нашему многолетнему плодотворному сотрудничеству и желаем вам неиссякаемой творческой энергии, дальнейшего роста и процветания, новых интересных проектов, событий и горизонтов!»



ВЫСТАВКИ И МЕРОПРИЯТИЯ

Уже во втором выпуске журнала мы подробно осветили выставку подарков Gifts & Premium в Гонконге и на следующий же год получили от организаторов официальное приглашение посетить мероприятие лично. С этого момента началось наше тесное сотрудничество с организаторами различных выставок по всему миру: Советом по развитию торговли Гонконга (HKTDC) (Gifts & Premium и другие выставки), компанией Comasia Limited (Mega Show), крупнейшим выставочным оператором Европы Messe Frankfurt (Christmasworld, Ambiente), немецкой Messe Düsseldorf (PSI), итальянской Fieramilano (HOMI) и др.

Сначала мы работали в рамках этих проектов как представители специализированной прессы, а со временем стали также собирать группы российских байеров для посещения выставок по льготным спонсорским программам.

К российским отраслевым выставкам, в которых мы регулярно участвуем, относятся такие известные площадки, как:

- IPSA,
- Kids Russia & Licensing World Russia,
- ChristmasBox.Podarki,
- «Содружество»,
- «Реклама»,
- «Мир Детства»,
- Presentica,
- «Рекламный хаб Северной столицы».
- «Скрепка Экспо»,

Анна Михайлова

Команда GIFT Review благодарит всех друзей, информационных партнеров, экспертов, рекламодателей и участников «Сувенирной Точки» за сотрудничество, доверие, профессионализм и преданность делу. ОСТАВАЙТЕСЬ С НАМИ!

ПРОМОИНДУСТРИЯ-2023: ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Как обычно, в весеннем выпуске журнала мы подводим итоги прошедшего года. Какие новинки и хиты он нам принес? Что было в топе продаж высокого сувенирного сезона? Какие тенденции не потеряют своей актуальности и в текущем году? Обо всем этом нам рассказали ведущие игроки российского рекламно-сувенирного рынка.



АЛИЯ КЕШИШЬЯН, руководитель группы коммуникаций компании «Проект 111»
<https://gifts.ru>

СТАТИСТИКА ПРОДАЖ 2023

«Проект 111» ежегодно делится своей годовой статистикой с партнерами и всей индустрией. Как ведущий поставщик, мы видим, что наши данные максимально отражают ситуацию на рынке и помогают компаниям отрасли в аналитике и работе.

2023 год показал самый высокий рост за последнее десятилетие – как в денежном, так и в товарном выражениях. Оборот «Проекта 111» в деньгах превысил 8 млрд рублей (с НДС) с динамикой +38,7% к прошлому году. И это не поправка на инфляцию. Такой же рост (+36%) наблюдается в количестве отгруженных товаров: за 2023 год произведено более 36 миллионов единиц мерча. Мы много лет сопоставляем нашу статистику с общероссийской и можем предположить, что произошел настоящий взлет мерч-индустрии.

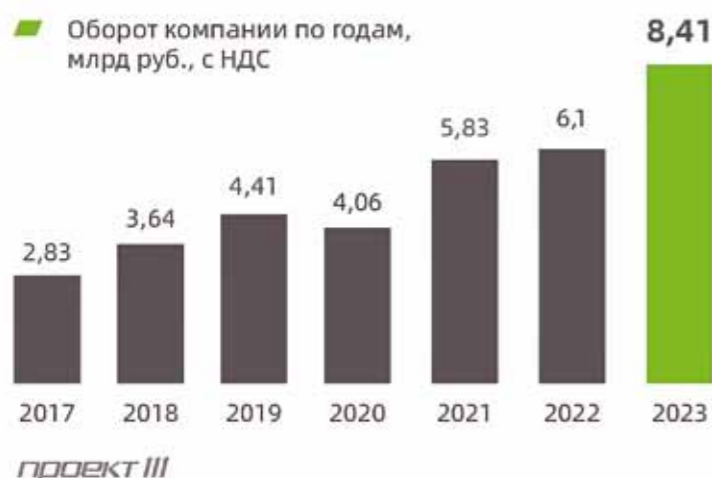
ХИТЫ ПРОДАЖ 2023

В 2023 году кардинальных изменений в спросе на товарные группы не наблюдалось. Лидеры по долям в общем обороте – товары из следующих категорий: «Текстиль (одежда)», «Активный отдых», «Печатная продукция», «Электроника» и «Сумки». При этом прилично растет спрос: например, по сравнению с 2022 годом одежды заказывали на 37% больше. А чемпионами по динамике роста стали товары из категорий «Сумки» (+51%), «Упаковка» (+48%) и «Активный отдых» (+42%).

В 2023 году много внимания уделялось кастомизации и заказной продукции: вязались пледы, варежки и свитеры на заказ, создавались шоколадные и другие адвент-календари. В мерче наблюдался новый тренд – брендрование фурнитуры: лейблов, лент, пулеров, строп и прочих дополнительных элементов. В целом брендрование выходит на новый уровень и переформатируется в кастомизацию.



СТАТИСТИКА ПО ГОДОВОМУ ОБОРОТУ «ПРОЕКТА 111», 2017-2023



БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

Настоящее смещение произошло в векторе сезонности по товарным группам. Доля новогоднего ассортимента (символы года, елочные игрушки, свечи и т.д.) стала незначительной (1%). В качестве новогодних подарков выбирали те же позиции, что и в течение года: мерч-сеты из одежды и аксессуаров, деловые наборы с ежедневником, гаджеты и электронику. Поэтому лидеры продаж в высокий сезон совпадали с общегодовыми: холщовые сумки, футболки, рюкзаки, ежедневники и внешние аккумуляторы.

ТРЕНДЫ 2023

Много внимания уделялось кастомизации и заказной продукции: вязались пледы, варежки и свитеры на заказ, создавались шоколадные и другие адвент-календари. В мерче наблюдался новый тренд – брендрование фурнитуры: лейблов, лент, пулеров, строп и прочих дополнительных элементов. В целом брендрование выходит на новый уровень и переформатируется в кастомизацию.



Статистика по долям товарных категорий в общем обороте «Проекта 111», 2023

Текстиль	20%
Активный отдых	11%
Печатная продукция	10%
Электроника и компьютерные аксессуары	10%
Сумки	9%
Кухня, посуда	6%
Упаковка	6%
Письменные принадлежности	5%
Зонты	4%
Гаджеты	3%
Вязаные изделия	3%
Личные аксессуары	2%
Домашний текстиль	1%
Новый год	1%
Прочее	9%

Доля новогоднего ассортимента стала незначительной (1%). В качестве новогодних подарков клиенты выбирали те же позиции, что и в течение года: мерч-сеты из одежды и аксессуаров, деловые наборы с ежедневником, гаджеты и электронику.





СТАС МАКАРОВ, бренд-директор ГК «Оазис»
<https://oasiscatalog.com>

СТАТИСТИКА ПРОДАЖ 2023

Мы не имеем секретов от наших партнеров, поэтому с марта 2024 года все наши дилеры имеют доступ к аналитике ГК «Оазис» в режиме реального времени в личном кабинете. Прошлый год был очень плодотворным для нас: +30% к объему новинок в РРЦ, +17% к объему новинок в штуках, объем склада увеличился на 86%.

ХИТЫ ПРОДАЖ 2023

В целом структура спроса за последние три года не сильно изменилась. Как обычно, в топе одежда, посуда для питья, гаджеты, сумки и рюкзаки, а также классические промокатегории – ручки, ежедневники, блокноты, кружки. Они обеспечили более 80% денежного роста в 2023 году.

Прошедший год был одним из самых успешных для компании с точки зрения финансовых и операционных показателей. Выручка в рублях выросла более чем на 50%, превзойдя наши прогнозы. Благодаря развитию партнерства с испанским брендом Roly, а также расширению предложения категорий в целом, доля продаж одежды выросла на 5 процентных пунктов.

Наши собственные торговые марки, такие как Evolt, Master of Wine, US Basic, Savio, roq, Qjet, Letterton показали отличный рост – в среднем +65% по отношению к прошлому году.



В топ-5 по росту продаж в 2023 году вошли футболки, толстовки, шоперы, бутылки и рюкзаки.



БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

К новогоднему сезону 2023/24 мы разработали новую линейку аромадиффузоров под собственной маркой Kiapa, включающую в себя восемь разнообразных ароматов для дома. Эта коллекция показала отличные результаты продаж не только под Новый год, но и в период «гендерных» праздников.

Также хороший отклик нашло предложение товаров для кулинарного творчества – наборов для выпечки пряничного домика, приготовления имбирных пряников и горячего шоколада.



По итогам высокого сувенирного сезона 2023 в топ-5 вошли городской рюкзак, шопер из смеси хлопка и полиэстера, термос, органайзер с зарядкой и набор для барбекю.

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ И ИМПОРТНОЕ

Основную массу предложения по-прежнему составляет продукция из Юго-Восточной Азии, но мы продолжаем увеличивать количество товаров, произведенных в России. Не забываем и про европейские товары: например, с начала 2024 года мы стали официальным дистрибьютором известного итальянского бренда кожаных аксессуаров Piquadro.



ТРЕНДЫ 2023

Налицо внимание к новым видам нанесения, нестандартным местам для печати, к чему мы не могли оставаться равнодушными, поэтому ввели несколько новых позиций для заказа: пришивной патч для рюкзаков VIP-сегмента, полноцветный пришивной лейбл, ярлык, вшиваемый в шов шопера, глиттер (блестки) и объемную (пуфф) печать на текстиле – специально для достижения «вау-эффекта».



ОЛЬГА КОЛТУНЧИК, руководитель компании «Нью-Тон»
<https://new-ton.org>

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ В 2023 ГОДУ

В целом отмечалось увеличение общего объема продаж корпоративных подарков относительно 2022 года, однако наблюдались и некоторые изменения по отдельным товарным группам.

Во-первых, значительно снизился спрос на товары, связанные с «цветом года» по версии Pantone. Такие подарки хоть и вызвали некоторый интерес у клиентов, но конкретные запросы по ним приходили не так часто, если сравнивать с предыдущими периодами.

Во-вторых, произошло небольшое снижение спроса на стандартные приветственные наборы, включающие в себя брендированные ручку, блокнот и пакет. Это может быть связано с усилением конкуренции на рынке, что вынуждает компании искать более оригинальные варианты для привлечения внимания сотрудников.

Повышенный же спрос наблюдался на инновационные и уникальные товары, которые выделялись из общей массы стандартных подарков.

ХИТЫ ПРОДАЖ 2023

Ощутимую долю на рынке корпоративных подарков в 2023 году по-прежнему занимал текстиль (в нашей компании – около 40% от всех заказов). Спросом пользовались все категории: футболки, поло, жилетки, ветровки, джемперы и т.д.



В отличие от предыдущего сезона, одним из хитов 2023 года стали колонки. Что очень интересно, так как уже несколько лет эти гаджеты не попадали в топы продаж. Возможно, это связано с увеличением спроса на технологичные подарки, способные создавать атмосферу веселья и развлечения: таким образом, компания-даритель ассоциируется с чем-то приятным, радостным, праздничным.



Клиенты стали более заинтересованы в уникальном и индивидуальном мерче, который отражает корпоративную культуру и ценности компании. Это могли быть специально разработанные под заказ продукты, предметы с возможностью добавления персональной надписи, а также привычные подарочные решения, но в необычных формах исполнения, с нетипичными материалами и дополнительными функциями.

Заказывали всё: от легких шляпок в качестве промо для мероприятий до теплых пледов для уютных домашних вечеров. При этом были популярны и недорогие варианты, и продукция известных брендов премиум-сегмента: Cacharel, Malfini, Beechfield, JRC и др.

Одним из прорывов 2023 года можно считать эстетичные и функциональные аксессуары для кухни – разделочные доски, наборы для сыра, аксессуары для вина, чайные пары, наборы для закусок. Например, несколько фаворитов покупателей – сланцевые декоративные подносы, бамбуковые столики для завтраков, акриловые бокалы, пневматические штопоры.

Среди традиционных корпоративных подарков, сохраняющих популярность, были термкружки. И это неудивительно, ведь они уже много лет являются одними из самых эффективных носителей информации о компании.

Не утратили своей актуальности различные ежедневники и блокноты. Как и в 2022 году, упор делался на качество и необычное исполнение. В тренде удобные дополнительные функции, переработанные или натуральные материалы.



БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

Наблюдался значительный рост продаж текстильной продукции, включая жилеты и куртки, что связано с повышенным спросом на функциональную одежду, которая может использоваться как в повседневной жизни, так и во время активного отдыха.

Также отмечалось увеличение спроса на головные уборы, а именно на кепки. Это может быть обусловлено как повышением популярности активного образа жизни, так и растущим трендом использования корпоративной символики в одежде.

В отличие от предыдущего сезона, одним из хитов 2023 года стали колонки. Что очень интересно, так как уже несколько лет эти гаджеты не попадали в топы продаж. Возможно, это связано с увеличением спроса на технологичные подарки, способные создавать атмосферу веселья и развлечения: таким образом, компания-даритель ассоциируется с чем-то приятным, радостным, праздничным.

Еще из интересного: в топ-5 товаров высокого сувенирного сезона 2023 года вошли рулетки. Можно ли назвать этот товар интересным и нестандартным подарком – вряд ли. Но вот практичным и функциональным – несомненно.

В 2023 году наблюдался рост интереса к такому новогоднему декору, как зеркальные домики и светящиеся фонтаны. Эти украшения становились ярким акцентом и прекрасным способом украсить дом или офис к наступлению праздника.

Адвент-календарь – еще один хит продаж к Новому году. Складские остатки таяли буквально на глазах. Такой выбор отражает стремление компаний не только порадовать своих партнеров и сотрудников, но и создать для них особую теплую атмосферу.

ТРЕНДЫ 2023

Первый тренд – увеличение потребности в персонализированных подарках. Клиенты стали более заинтересованы в уникальном и индивидуальном мерче, который отражает корпоративную культуру и ценности компании. Это могли быть специально разработанные под заказ продукты, предметы с возможностью добавления персональной надписи, а также привычные подарочные решения, но в необычных формах исполнения, с нетипичными материалами и дополнительными функциями, которые вызывают положительные эмоции и запоминаются на долгое время.

Еще одной значимой тенденцией стал повышенный спрос на экопродукцию. Компании все чаще выбирали мерч, изготовленный из натуральных материалов, таких как бамбук или органический хлопок, изделия с пометкой RPET или варианты подарков, способствующие уменьшению использования пластика в повседневной жизни.



ЕКАТЕРИНА МЕДВЕДЬ, генеральный директор компании vertcomm

<https://vertcomm.ru>

ХИТЫ ПРОДАЖ 2023

В 2023 году, как и прежде, лидирующие позиции в мире мерча и корпоративных подарков удерживал текстиль – от худи до пончо-пледа. Интерес заказчиков к подобной продукции постоянно растет, так как появляется множество новых вариантов ее изготовления и брендинга. Кроме того, большое влияние на клиентские предпочтения оказывает модная индустрия.

На втором месте нашего хит-парада – сумки и шоперы, а также многочисленные рюкзаки, поясные сумки, хлопковые мешочки индивидуального производства. Множество вариантов персонализации делают эти изделия уникальными и востребованными среди клиентов.

Коферы, термосы, кружки отлично дополняют любые наборы, поэтому в нашем рейтинге они занимают третье место. В 2023 году посуду дарили вместе со сладкими перекусами, дрипами кофе, чаем, орехами и даже полезными фруктами.

Зарядные станции, переносные аккумуляторы, беспроводные наушники – маст-хэв в IT-паках и не только. Широкий функционал электроники позволяет встраивать ее и в наборы новичка, и в премиальные подарки партнерам. Всевозможные гаджеты, по сравнению с 2022 годом, интересуют клиентов все больше. Рост спроса связан с меняющимися тенденциями жизни городского человека: переносные аккумуляторы, беспроводные наушники становятся лучшими спутниками каждого из нас.

Что касается снижения спроса, менее популярными стали съедобные подарки. Возможно, это связано с желанием людей заботиться о себе и осознанно потреблять продукты питания.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

На первом месте – шоперы и футболки. Эти позиции были наиболее популярны в заказах клиентов: для приветственных наборов, как мерч для ивентов и конференций, а также в качестве подарков сотрудникам и партнерам.



Всевозможные гаджеты, по сравнению с 2022 годом, интересуют клиентов все больше. Широкий функционал электроники позволяет встраивать ее и в наборы новичка, и в премиальные подарки партнерам.



Второе место занимают шоперы и рюкзаки. Эти товары неизменно востребованы, а в сезоне 2023 данная категория еще и сильно расширила границы: появились шоперы из переработанных материалов, рюкзаки из экокожи, пошивные сумки со светоотражающим кантом, вязанные авоськи.

На третьей строчке нашего хит-парада продаж – коферы и термосы. Они все так же актуальны и уместны в любом наборе, как и в сезоне 2022 года.

Что касается визуальной составляющей бизнес-подарков, логотипы перестали пестрить, на смену логомании пришли простые, монохромные и минималистичные принты, которые позволяют красиво и стильно рассказать о бренде.

На четвертом месте – блокноты с индивидуально проработанными листами. Это может быть планер с графами расписания дня и заметками для созвонов с коллегами или же блокнот с «разговорником», в котором есть все необходимые аббревиатуры для работы.

Замыкает наш топ-5 приветственный набор. Бренды стали уделять больше внимания такому важному и ответственному подарку, который с первого дня работы нового сотрудника способен поддержать и сделать его частью команды.



АННА ШЛЕЕНКОВА, руководитель отдела маркетинга компании STAN
<https://stan.su>

ХИТЫ ПРОДАЖ 2023

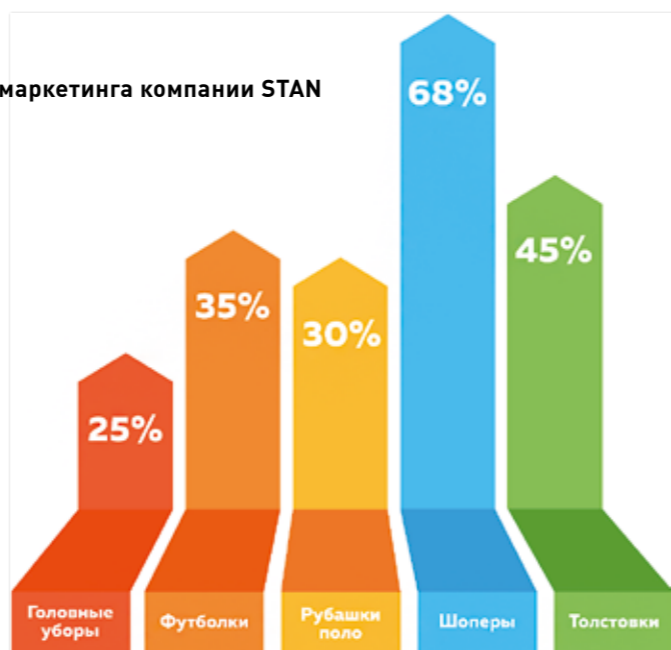
Значительный прирост показала категория шоперов и сумок. Это обусловлено тем, что шоперы являются незаменимым элементом мерч-коллекций любого бренда, а компании, которые заботятся об окружающей среде, вызывают все больше доверия у аудитории. В чем же секрет оглушительного успеха шоперов? Их ключевые преимущества – простота и лаконичность кроя, вместительность и универсальность в использовании. Уникальный аксессуар идеален в качестве пляжной сумки или сумки для йоги, а также предлагает широкие возможности для брендирования. Шопер часто используется для размещения логотипов и дизайна бренда, что делает его эффективным инструментом маркетинга и продвижения.



Самыми популярными корпоративными новогодними подарками стали всевозможные вязаные изделия – шарфы, варежки, пледы. Также пользовались спросом худи, термосы, рюкзаки, аккумуляторы, колонки, полезные перекусы и цитрусы, кофе и чай, увлажнители с аромамаслами и товары для дома.

ТРЕНДЫ 2023

Тренд на экологичность, появившийся уже достаточно давно, часто реализовывался в проектах наших клиентов в 2023 году: это проявлялось не только в акценте на натуральных материалах, но и во внимании к общей концепции подарков. Много позиций было индивидуального производства: настольные игры, пазлы, текстиль, полиграфия. Это новый виток развития сферы мерча, где каждый клиент стремится создать что-то уникальное, непохожее на то, что было ранее. Что касается визуальной составляющей бизнес-подарков, логотипы перестали пестрить, на смену логомании пришли простые, монохромные и минималистичные принты, которые позволяют красиво и стильно рассказать о бренде.



В чем секрет оглушительного успеха шоперов? Их ключевые преимущества – простота и лаконичность кроя, вместительность и универсальность в использовании. Уникальный аксессуар идеален в качестве пляжной сумки или сумки для йоги, а также предлагает широкие возможности для брендирования. Шопер часто используется для размещения логотипов и дизайна бренда, что делает его эффективным инструментом маркетинга и продвижения.

Второе место по приросту занимает категория толстовок и худи. Как и в сегменте футболок, это обусловлено прежде всего тенденциями из ритейла – стиль casual (от англ.: «повседневный»). – Прим. ред.) останется с нами на долгие годы, а рынок промо- и мерч-продукции тесно связан с трендами розницы. Инфлюенсеры активно носят и рекламируют коллекции любимых брендов. Все больше компаний открывают свои мерч-шопы, разрабатывают уникальные корпоративные подарки сотрудникам и привлекают лояльную аудиторию через качественную продукцию со своим логотипом.

После открытия STAN собственного производства бейсболок эта категория также показала солидный прирост в 2023 году. Многие компании хотят видеть не простую бейсболку с обычным нанесением, а уникальный персонализированный продукт, способный выгодно подчеркнуть ценности и уникальность бренда. Заказчики все чаще обращаются с индивидуальными заказами и делают печать в крое, 3D-вышивку и персонализацию фурнитуры.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

Наряду с худи, футболками и бейсболками особенной популярностью пользовались плед-сумки. Они были персонализированы вышивкой, благодаря чему получался отличный памятный подарок, который показывал, что каждый сотрудник важен для компании.



В 2023 году отмечался высокий спрос на худи и футболки актуального кроя, дополненные ярким креативным дизайном. Например, худи с интересными вышивками или комбинированными технологиями нанесения, а также футболки с оригинальными графическими элементами.

ТРЕНДЫ 2023

Интерес потребителей и компаний к продукции с креативным дизайном и уникальными элементами айдентики продолжил расти, что сохранится и в 2024 году.

Еще одним трендом стало стремление к сочетанию комфорта и стиля. Мы отметили высокий спрос на худи и футболки актуального кроя, дополненные ярким креативным дизайном. Например, худи с интересными вышивками или комбинированными технологиями нанесения, а также футболки с оригинальными графическими элементами.

Тенденция использования экологичных материалов также сохранится в новом сезоне, поэтому льняной шопер – это абсолютный маст-хэв в любой коллекции, он станет яркой, завершающей образ деталью на любом мероприятии.

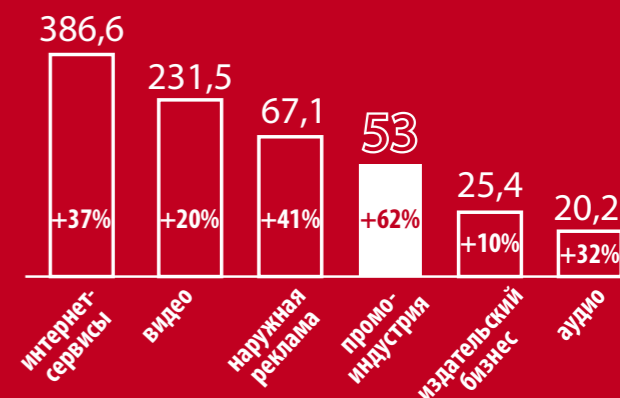
По оценкам АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России), 2023 год стал самым успешным за последние 15 лет для рекламного рынка РФ.

Суммарный объем рекламы составил почти 731 млрд рублей, что на 30% больше объема 2022 года.

Региональный рынок России по пяти основным медиасегментам (видео, аудио, издательский бизнес, наружная реклама и классические рекламоносители, интернет-сервисы) в 2023 году составил 106,6 млрд рублей, что больше показателей 2022 года на 24%.

Комитет по промоиндустрии АКАР оценил объем сегмента промпродукции в 2023 году в 53 млрд рублей, то есть рост составил 62% по сравнению с 2022 годом.

ОБЪЕМ РЕКЛАМНОГО РЫНКА ЗА 2023 ГОД
в млрд руб.



Прирост относительно 2022 года



ОЛЬГА ПЕРВАЯ, основатель и генеральный директор «Первой Сувенирной Компании»

<https://1souvenir.ru>

СТАТИСТИКА ПРОДАЖ 2023

Продажи относительно 2022 года заметно выросли. Этому способствовали новые тренды в стратегиях компаний-заказчиков и появление множества новинок на рынке. Например, в 2023 году мы разработали более 30 коллекций мерча для наших клиентов.

БЕСТСЕЛЛЕРЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2023

В список лидеров вошли: ежедневники, ручки; свитшоты, худи, толстовки; пледы; внешние аккумуляторы.

К новогодним праздникам компании в основном выбирали подарочные наборы, наполненные смыслом и функциональностью. Например, для компании «МайРест» (управляющая ресторанами Rostic's) мы подготовили масштабный мерч-проект в фирменных цветах. Основная задача заключалась в создании такого набора, чтобы можно было миксовать все предметы между собой и создавать уникальные кастомизированные сетки, либо дарить предметы по отдельности. В состав набора вошли: термос, бутылка для воды, кофеварка, беспроводные наушники, обложка на паспорт, блокнот, бамбуковые подставки для телефона и планшета, съедобные новогодние подарки и открытки, шапка, шарф и перчатки.

ОТЕЧЕСТВЕННОЕ И ИМПОРТНОЕ

Конечно, большая часть рынка принадлежит продукции из Китая, но мы также активно взаимодействуем с европейскими поставщиками. С ними работать сейчас сложнее из-за нарушения сроков поставок, сложности в логистике, однако мы стараемся искать новые возможности и решения.

Активно наращиваем долю товаров российского производства. В этом году у наших заказчиков особенно популярно направление текстиля, поэтому мы развиваем сотрудничество с производителями худи и футболок, сами изготавливаем спортивные костюмы и другую спортивную одежду, делаем носки с логотипом, которые пользуются большим спросом.



В 2023 году в топе продаж оказались электроника (14,8%), одежда (11,9%), ежедневники и блокноты (11,5%), сумки и рюкзаки (8,8%), зонты (8,8%). Также спросом пользовались термopосуда (5,4%), футболки и поло (4,9%).



Помимо одежды, в России стали создавать много изделий из дерева, стекла и бумаги. В этом году большой процент продаж пришелся на различную полиграфическую продукцию: кубарики, блокноты с креативным дизайном, блоки для записей и индивидуальные ежедневники.

ТРЕНДЫ 2023

В 2023 году компании интересовались созданием своего мерча и мерч-шопов. Бизнес не просто следует моде, а стремится выражать ценности и идеи через мерч. Особенно был заметен рост спроса на мерч для сотрудников, что говорит об изменении подхода к взаимодействию внутри компаний, о новых способах привлечения талантов и развитии HR-брендов в целом. Также компании уделяли больше внимания качеству товаров, выбирали актуальный крой, трендовые цвета. Можно смело сказать, что тенденции из модного мира адаптируются и отражаются на промоиндустрии. **GR**



17 - 18 СЕНТЯБРЯ 2024

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР», МОСКВА

IPSA

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА БРЕНДИРОВАННЫХ СУВЕНИРОВ, МЕРЧА И КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ

Организатор:



WWW.IPSA.RU

ООО «ЭВР» · РЕКЛАМА

МЕЛОЧЬ, А ПРИЯТНО: HR-ФУНКЦИИ МЕРЧА



Владимир Мазур

Дефицит кадров в России приобретает угрожающие масштабы, приблизившись к пяти миллионам человек. Поэтому к вечному вопросу работодателя «Где найти квалифицированного специалиста?» добавился не менее актуальный – «Как удержать ценного сотрудника?». Оказывается, есть много стимулов, которые хотя и не играют решающей роли, но хорошо работают в категории «мелочь, а приятно». Один из них – внутренний мерч, то есть брендированные товары и предметы, созданные специально для персонала. Об HR-функциях такой продукции нам подробно рассказал Владимир Мазур, CEO компании Portobello.

Казалось бы, секрет лояльности сотрудников прост: зарплата «в рынке», адекватные условия труда, система льгот и поощрений. Но и этого, оказывается, уже недостаточно. По данным авторитетной платформы BambooHR, около 15% офисных работников увольняются в первые полгода трудоустройства. На вопрос о причинах ухода чаще всего они отвечают: «Условия не соответствовали ожиданиям».

Так что же можно предложить ценным сотрудникам помимо пресловутых печенек и бесплатных абонементов в фитнес-зал? Людям всегда приятно получать от работодателя полезные мелочи: футболки, толстовки или бейсболки с логотипом компании, сумки, зонты, канцелярские товары, пледы – линейка мерча может быть самой разнообразной. Многие охотно носят брендированные вещи вне офиса, а это дополнительная реклама компании.

Несколько лет назад появилось понятие «приветственного набора» для сотрудника, который должен помочь новичку как можно быстрее и комфортнее влиться в рабочий коллектив. Здесь тоже полезен корпоративный мерч: в первый же день человека тепло встречают и дарят набор необходимых вещей – от канцтоваров и брендированных кружек до флеш-накопителей и справочных материалов, помогающих быстрее понять специфику будущей работы.

Внутрикорпоративный мерч может иметь бесконечное количество «фишек», которые находят отклик в душе сотрудников. Например, сегодня в тренде экологичность, поэтому многие компании делают акцент на «зеленом» менеджменте и использовании предметов из вторичных материалов – брендированных авторучек, блокнотов, сумок, брелоков

Сегодня в тренде экологичность, поэтому многие компании делают акцент на «зеленом» менеджменте и использовании предметов из вторичных материалов – брендированных авторучек, блокнотов, сумок, брелоков и прочего.



и прочего. Темами для мерча могут стать любые востребованные обществом активности – забота о животных, благотворительность, безопасность, инклюзивная среда. Кстати, один из первых удачных кейсов в российском мерче – коллаборация «Яндекс.Такси» и основателя архитектурного бюро Crosby Studios Гарри Нуриева, которые совместно выпустили линию одежды, посвященной безопасности поездок. А стремление к инклюзивности нашло отражение в проекте «Простые вещи»: в локальных мастерских мерч производят люди с ментальными особенностями.



Темами для мерча могут стать любые востребованные обществом активности – забота о животных, благотворительность, безопасность, инклюзивная среда.

Среди удачных мерч-кейсов последних лет – лимитированная линейка часов «Капсула», посвященная мегапопулярной видеоигре Atomic Heart, косметика и аксессуары от Tasty Coffee, кроссовки от Puma в коллаборации с «Союзмультфильмом» и многое другое. Своеобразный партнерский рекорд поставил российский бренд одежды «ТВОЕ», сумевший привлечь на свою сторону аниме «Наруто», Disney, AliExpress, «Яндекс.Музыку» и даже Третьяковскую галерею.

В последнее время набирают популярность внутрикорпоративные мерч-магазины: человек получает баллы за реализованные проекты, а затем обменивает их на красивый и полезный мерч. Конечно, это скорее игра, но она стимулирует сотрудников, добавляя дух веселой соревновательности.

Идеальный корпоративный подарок сочетает в себе сразу несколько важных аспектов. Он должен быть качественным, чтобы избежать эффекта «ожидание/реальность»; эффективным, чтобы решать маркетинговые и имиджевые задачи компании; и практичным, чтобы его можно было использовать на постоянной основе.

Остается лишь добавить, что в мерче, как и в других маркетинговых стратегиях, есть удачные и неудачные кейсы. Классические примеры провальных решений: книги, косметика, средства гигиены, бижутерия – в общем, вещи, требующие индивидуального выбора. А вот футболки, канцтовары, внешние накопители, сумки, посуда всегда пользуются популярностью.

Отсюда главный совет специалистов: заказывайте мерч у специализированных компаний либо деликатно опрашивайте сотрудников об их предпочтениях. Только в этом случае мелочь будет действительно приятной.

Текст и фото: Portobello, <https://portobello.ru>



ВЕСЕННЕ-ЛЕТНИЕ ПОДАРКИ 2024

Всеми любимые праздники 23 Февраля и 8 Марта уже позади, а вот лето все ближе. Мы побеседовали с крупными поставщиками и представителями рекламных агентств и выяснили, какие бизнес-подарки пользовались особым спросом весной этого года и каковы прогнозы на летний сезон.



ОЛЬГА КОЛТУНИЧ, РУКОВОДИТЕЛЬ КОМПАНИИ «НЬЮ-ТОН»

<https://new-ton.org>

ХИТЫ И НОВИНКИ ВЕСНЫ 2024

Одной из самых востребованных категорий к «гендерным» праздникам стал текстиль. Особой популярностью пользовались теплые худи и базовые футболки. Схожих запросов практически не было: очень сильно разнились предпочитаемые бренды, плотность изделий, цвета, крой, вырез воротника, способы брендирования и т.д. Но все это объединяла одна идея – выбирался такой подарок, который с удовольствием будут носить в повседневной жизни.

Также наблюдался спрос на мягкие пледы – для создания уютной атмосферы в домах сотрудников и сотрудниц.

Как и в прошлые годы, в топе продаж к весенним праздникам были различные аксессуары для приготовления и подачи напитков: например, сланцевые подносы и подставки, наборы для приготовления коктейлей, заварочные чайники.

Колонки и «умные» часы с инновационными функциями и стильным дизайном тоже стали популярным выбором.

А вообще заказывали самые разные товары: и фляги в форме губ, и инструменты, и грелки, и гаджеты, и много оригинальных наборов.

ТРЕНДЫ ВЕСНА/ЛЕТО 2024

Электроника останется одним из ключевых трендов в корпоративных подарках. Инновационные гаджеты, такие как беспроводные наушники или «умные» приборы для дома и офиса, облегчат повседневные задачи и обязательно порауют ваших клиентов и партнеров.



К новинкам весны 2024 можно отнести креативные органайзеры, помогающие организовать рабочее пространство эффективно и стильно.



Кроме того, компании все чаще стараются проявить заботу о благополучии своих сотрудников, поэтому подарки, способствующие улучшению физического и эмоционального состояния, будут в тренде. К такому мерчу можно отнести **наборы для релаксации и медитации или спортивные аксессуары.**

Левитирующие предметы также привлекут многих заказчиков. Это необычные подарки, которые позволяют выделиться среди конкурентов.

Светящиеся товары, например, рамки для фотографий или светодиодные настольные лампы, будут популярным выбором. Они создадут атмосферу уюта и добавят креативности в рабочее пространство.

Экосувениры, выполненные из натуральных и переработанных материалов, также не сдадут лидирующих позиций.

В сезон весенних праздников 2024 наблюдался повышенный интерес к универсальным подаркам, которые порадуют как мужчин, так и женщин. Единственное, что могло отличаться, – это цвет товара. Например, если выбирали худи, для мужчин заказывали более темные оттенки, для женщин – что-то пудровое и нежное.



АННА НИКОЛЕНКО, руководитель отдела маркетинга компании Arnika gifts design

<https://arnika-gifts.com>

ХИТЫ И НОВИНКИ ВЕСНЫ 2024

На «гендерные» праздники все реже запрашивают отдельный мерч. Чаще всего наши клиенты предпочитают дарить подарки из базового ассортимента или обходятся текстовыми поздравлениями.

Однако есть и моменты, которые можно выделить. В этом году особой популярностью к 8 Марта пользовались худи, пробки для шампанского, шарфы, посуда, сумки, шоколадные конфеты, пледы. К 23 Февраля – подставки для телефона, зажигалки, термостаканы, худи, автопринадлежности, спортивные полотенца. Для сравнения: в 2023 году в весеннем сезоне для женщин больше всего заказывали сладости, пледы, антистрессы, свечи, чай, косметички, кружки, зонты, наборы посуды. А для мужчин – ланчбоксы, мелкую технику, кружки, спортивные шейкеры, корзины с алкоголем, термостаканы.

Мы отметили еще один интересный момент – общий стиль запросов клиентов. Люди стали более осознанно подходить к подбору мерча, они используют профессиональные термины и четко понимают, что им нужно. Такой взвешенный партнерский подход ускоряет сроки выполнения заказов и делает работу обоюдно приятнее.

ТРЕНДЫ ВЕСНА/ЛЕТО 2024

Поло, худи и все товары с приставкой «термо» будут запрашиваться ежемесячно, как и в прошлом году. Помимо этого мы делаем ставку на мерч, связанный с отдыхом, путешествиями и прогулками. К весне уже выходят подборки с зонтами, дождевиками и ветровками. Летом в топе продаж будут сумки, одежда из легких тканей и посуда.

Люди стали более осознанно подходить к подбору мерча, они используют профессиональные термины при формировании запроса и четко понимают, что им нужно. Такой взвешенный партнерский подход ускоряет сроки выполнения заказов и делает работу обоюдно приятнее.





ЕКАТЕРИНА МЕДВЕДЬ, генеральный директор компании vertcomm

<https://vertcomm.ru>

ХИТЫ И НОВИНКИ ВЕСНЫ 2024

С каждым годом празднование 23 Февраля и 8 Марта все больше переходит в новый формат, и мерч продумывают как унисекс-подарки, которые вручают в один день как мужчинам, так и женщинам.

В этом году, анализируя собственные и партнерские проекты, мы выявили, что популярными позициями для «гендерных» праздников стали всеми любимые носки с паттерном и копирайтингом, уходовые кремы с брендингом, разного вида стикеры с уникальным дизайном, чай или кофе с термосом или кофером и съедобным мерчем.

Однако стоит отметить, что некоторые компании придерживаются традиционного разделения и дарят тематические наборы: например, мужчинам – мерч-пак для похода в баню (рюкзак с шапочкой, рукавицей и ковриком внутри), а женщинам – маски для сна и обложки для документов.

По сравнению с весенними праздниками 2023, фокус с «просто подарка» перешел на детальную проработку концепции, смысла, потенциальной пользы для получателя. При соответствующем подходе даже стандартные носки могут стать концептуальным мерчем, транслирующим особенную идею. Другой пример – кейс к 8 Марта с проработкой индивидуальных переводных татуировок с креативным дизайном и смысловым копирайтингом. Такой подарок не только оставляет «след», но и обращает внимание на важные социальные повестки, которые хотел бы «подсветить» бренд.



С каждым годом празднование 23 Февраля и 8 Марта все больше переходит в новый формат, и мерч продумывают как унисекс-подарки, которые вручают в один день как мужчинам, так и женщинам.



ТРЕНДЫ ВЕСНА/ЛЕТО 2024

Несомненным и неизменным останется тренд на **экологичность и осознанное потребление**: в моде будут эконаборы с товарами из переработанных и биоразлагаемых материалов, многоцветные изделия.

Особое место сейчас занимают **смысловые подарки** с детальной проработкой концепции и фокусом на персонализации: именные коферы, разнообразные стикеры с уникальным дизайном. Мерч становится не просто сувениром, но и красиво говорит о бренде, цепляет нестандартной идеей и доходчиво доносит ценности. Компании стремятся выделить как сотрудника во внутрикорпоративной культуре, так и себя на фоне конкурентов.

По-прежнему в моде **технологичность и инновации**: функциональные гаджеты, аккумуляторы, беспроводные наушники, колонки, зарядные станции. Таких товаров становится все больше, и каждый из них помогает как в рабочей рутине, так и вне офиса.

Забота о здоровье сотрудников – также один из основных трендов весенне-летнего сезона 2024. Компании реализуют проекты с контейнерами для правильного питания, бутылками с индикатором потребления воды, наборами для йоги и спорта, увлажнителями воздуха.



Фокус с «просто подарка» перешел на детальную проработку концепции, смысла, потенциальной пользы для получателя. При соответствующем подходе даже стандартные носки могут стать концептуальным мерчем, транслирующим особенную идею. Другой пример – кейс к 8 Марта с проработкой индивидуальных переводных татуировок с креативным дизайном и смысловым копирайтингом.



31-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

«Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы»

21–24 октября 2024

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
павильон «Форум»

Организатор

65 ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке

АКАР АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Под патронатом

ТТЛ РФ



Реклама 12+

www.reklama-expo.ru





ЕЛЕНА БОСОВА, директор по развитию компании «ПРОМОСУВЕНИР.РФ»

<https://promosouvenir.ru>

ХИТЫ И НОВИНКИ ВЕСНЫ 2024

В этом году особой популярностью среди наших клиентов на «гендерные» праздники пользовались универсальные и необходимые в быту предметы. Например, в топе подарочных решений для мужчин были наборы с аккумуляторными держателями для телефонов, органайзеры для электроники и проводов, качественные термосы и бутылки для питья. По-прежнему на пике популярности остается комфортный текстиль: в моде удобный оверсайз, футболки и просто уютные вещи.

Для милых дам одним из самых популярных направлений остаются подарки для красоты и ухода за собой: всевозможные наборы с косметическими средствами, увлажнители воздуха, косметички, диффузоры, ароматические свечи. Уже традиционными стали различные тематические наборы с чаем или кофе.

При заказе подарков на первый план выходят такие критерии, как качество продукции, ее внешний вид и несомненное внимание к деталям. Клиенты все чаще выбирают тактильно приятные сувениры с покрытием софт-тач, товары из натуральных материалов, аксессуары актуальных форм и цветов.

ТРЕНДЫ ВЕСНА/ЛЕТО 2024

Главным трендом весенне-летнего сезона 2024 будет **поддержание комфорта как в офисе, так и дома**: для этой цели прекрасно подойдут портативные блендеры, пауэрбанки, пледы, настольные лампы с беспроводными зарядками.

«**Главным трендом весенне-летнего сезона 2024 станет поддержание комфорта как в офисе, так и дома: для этой цели прекрасно подойдут портативные блендеры, пауэрбанки, пледы, настольные лампы с беспроводными зарядками. Неизменным останется рост спроса на текстиль и аксессуары для активного отдыха – шоперы, летнюю одежду, зонты, рюкзаки и термобутылки.**»



Неизменным останется рост спроса на **текстиль и аксессуары для активного отдыха** – шоперы, летнюю одежду, зонты, рюкзаки и термобутылки.

Кроме того, в этом году наши дизайнеры будут более активно сотрудничать с нейросетями для выбора концепций при создании визуальной составляющей мерча.



АННА ОВЧЕНКОВА, генеральный директор «Агентства Анны Овченковой»

<https://ovchenkova.ru>

ХИТЫ И НОВИНКИ ВЕСНЫ 2024

К 23 Февраля наши клиенты в этом году выбирали строгие, лаконичные и практичные подарки – наборы инструментов, мультитулы, термостаканы, фонарики, наборы для барбекю и сетки для путешествий. Все больше внимания заказчики обращали на подачу и упаковку подарка. Даже если в составе подарка только один предмет, например, мультитул, то он должен быть упакован в брендированную подарочную коробку с ложементом.

В качестве подарков на 8 Марта заказывали нежные и красивые наборы с ароматодиффузорами, свечами, сухоцветами, посудой (конфетницами, чайными парами, досками для подачи) и, конечно, сладостями. Все чаще весной становятся популярны открытки с сухоцветами.

К новинкам весны 2024 можно отнести большие классные сумки для инструментов в качестве подарков мужчинам, а также конфетницы, полные сладостей, в красивых шляпных коробках – для женщин.

В последнее время мы получаем все больше запросов на эксклюзивность, подарки ручной работы и эффектную подачу. Заказчики хотят не только дарить что-то качественное и нужное, они стремятся вызывать удивление и восторг. Поэтому мы стараемся разрабатывать не просто качественные и стильные наборы, а делать их необычными, концептуальными и эффектными, включать в подарки изделия индивидуальных мастеров и новинки рынка.



«**Мы получаем все больше запросов на эксклюзивность, подарки ручной работы и эффектную подачу. Заказчики хотят не только дарить что-то качественное и нужное, они стремятся вызывать удивление и восторг. Поэтому мы стараемся разрабатывать не просто качественные и стильные наборы, а делать их необычными, концептуальными и эффектными, включать в подарки изделия индивидуальных мастеров и новинки рынка.**»



«СВЕТЛАНА РЕМИЗОВА, генеральный директор рекламного агентства «Аструм», <https://astrum.gifts>: «К весенним праздникам 2024 заказывали наборы для барбекю и вазы для цветов. Также для наших клиентов мы разработали красивые сетки с подсвечниками и столовыми свечами. Что касается прогнозов на летний период, то особым спросом будет пользоваться одежда – футболки и худи».



«ГЛЕБ БЕРЕЗИН, руководитель компании «Кухня Подарков», www.кухня-подарков.рф: «В этом году к 8 Марта традиционно были востребованы подарочные наборы с конфетами, пряниками, чаем, цветами. На 23 Февраля дарили полезные подарки – банные наборы, сетки для шашлыков, мультитулы. В летнем сезоне в топе продаж окажутся винные столики, сырные наборы, настольные игры».



Licensing Summit
Москва

МОСКОВСКИЙ ЛИЦЕНЗИОННЫЙ САММИТ

Встреча на высшем уровне специалистов в сфере лицензирования брендов

5 сентября 2024

КОРЕЙСКИЙ КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР
МОСКВА, УЛ. АРБАТ, 24, 3-4 ЭТАЖ



«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»: УСПЕХ ОНЛАЙН

Мы продолжаем рассказывать читателям о «Сувенирной Точке» – инновационном отраслевом проекте журнала GIFT Review, успешно стартовавшем в 2022 году. Это онлайн-центр закупок сувенирной продукции в формате индивидуальных переговоров между поставщиками и заказчиками бизнес-подарков, промотоваров, мерча. В этой статье мы собрали статистику прошедшей сессии мероприятия, поделились планами на будущее и, конечно, привели отзывы участников.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

«Сувенирная Точка» прошла с 29 января по 9 февраля 2024 года. В ней приняли участие 48 поставщиков и 143 заказчика. Для последних оно, как всегда, было бесплатным.

Некоторые компании выступали сразу в двух ролях – и как поставщики, и как заказчики. Они предлагали свою продукцию, параллельно находясь в поиске монопроизводителей для расширения собственного ассортимента.

Около 45% всех представленных на площадке компаний принимало участие в мероприятии повторно.

Хотя сессия проводилась в преддверии весеннего сезона, многие компании искали сувенирную продукцию и мерч не только к 23 Февраля и 8 Марта, но и на перспективу: к профессиональным праздникам и к Новому 2025 году.

Поставщики предлагали практически весь спектр бизнес-подарков: ювелирную и наградную продукцию, ароматизаторы, товары для дома, мерч и промотекстиль, аксессуары из натуральной кожи, игры и игрушки, гастрономические презенты, подарочные наборы, экопродукцию и многое другое.

Среди заказчиков присутствовали компании из самых разных отраслей, таких как нефтегазовый рынок, металлургия, химическая и медицинская промышленность, электроника, строительство, банковская сфера, агропромышленный комплекс и т.д.

Помимо конечных заказчиков, в списке были и рекламные агентства – их доля составила около 20%.

ПОСТАВЩИКИ-2024: ООО «Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы», Волгореченский ювелирный завод «Русское серебро», Diamond-Gift, «Нью-Тон», Avalonica, Dichshop.ru, «Минский часовой завод», Часовой завод «Ника», «РПК «Пи-Ай-Ви», Промосуvenir.рф, BoomGift, «Сибирский кедр», GoodZont, INCRUA, «Колумб Ру», «Атрибутика», «Лого 77» и другие.

В мероприятии также бесплатно приняли участие благотворительные организации: социальный маркетплейс «Москва – добрый город» и компания BuySocial.



ЗАКАЗЧИКИ-2024: АО «НК «Нефтиса», «Банк БКФ», «Реалист Банк», «Норвик Банк», KERAMA MARAZZI, ТМ «ЕРМОЛИНО», ООО «Агростратегия», ОАО «Металлист», ООО «Торговый Дом «Югнефтемаш», АО «Судостроительный завод «Вымпел», АО «Боровичский комбинат огнеупоров», ООО «Востокцемент», «Сыктывкарский фанерный завод», ООО «Компания ИНВЕРСИЯ», АО «Апатит», «Стерлитамакский нефтехимический завод», АО «Омутнинский металлургический завод», ФГУП КП «Кремлевский», МГТУ «Станкин», ФБУН ЦНИИ Эпидемиологии Роспотребнадзора, ПО «Мик-Изол», ООО «ТД «ХИММЕД», ООО «ТД «Русская Броня», АО «Трубодеталь», СПК «ПромОборудование», АО «ОЗНА-Измерительные системы», ООО «Фармстандарт-Медтехника», АО «Миасский завод медицинского оборудования», ОАО «Уралтрубпром», АО «Сухоложский огнеупорный завод», АО «Досчатинский завод медицинского оборудования», АО «Русполимет», ООО «Система», ГК «Станко», НАОМ (Национальная ассоциация организаторов мероприятий), Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС», ООО «Аструм», «Дари-маркет» и многие другие.

ГЕОГРАФИЯ УЧАСТНИКОВ

МОСКВА И МО: 53 компании.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: 8 компаний.

Другие города: 82 компании (и это неудивительно, ведь дистанционный формат позволяет значительно сэкономить на командировочных и прочих расходах, а также очень удобен для компаний, находящихся в разных часовых поясах).

НОВОЕ И ИНТЕРЕСНОЕ

Как и в прошлый раз, раздел «Сообщения» пользовался большой популярностью, участники вели активную переписку. Мы наблюдаем постоянно растущий тренд на общение в чате, цифры говорят сами за себя: в 2022 году количество сообщений от заказчиков составляло чуть более 700, осенью 2023 года эта цифра выросла в 2 раза (1429 сообщений), а в 2024 году заказчики написали почти 2000 сообщений. Что касается поставщиков, осенью 2023 года количество их сообщений равнялось 5000, ну а сейчас это более 8000!

Мы будем и дальше развивать этот канал коммуникации на платформе, к сентябрьской сессии «Сувенирной Точки» мы добавим удобные и востребованные функции редактирования и удаления сообщений.

Еще из новшеств: специально к зимней сессии «Сувенирной Точки» мы создали сообщества в WhatsApp для информирования и технической поддержки участников. Заказчики и поставщики получали важные уведомления в режиме реального времени, разъяснения по технической части работы платформы, а также советы и подсказки по ходу мероприятия.

Отдельно хочется отметить, что количество компаний-«молчунов», проявляющих нулевую активность, сокращается с каждой сессией: в этот раз данный показатель составил всего 20% – снижение в два раза по сравнению с июлем 2022 года, когда состоялась пилотное мероприятие.

К сентябрю 2024 мы планируем набрать около 200 заказчиков для еще большей эффективности проекта.



ОТЗЫВЫ ПОСТАВЩИКОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ*

Часовой завод «Ника»: «Очень удобный онлайн-формат – как в плане общения с потенциальными клиентами, так и в плане деловой переписки. Оптимальные длительность и время проведения мероприятия. Большинство заказчиков нацелены на продуктивный предметный диалог. Соотношение «цена – качество», работа платформы – все устраивает».

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви»: «Формат, время, длительность мероприятия – 5 из 5. Очень удобный раздел обмена сообщениями, общались с потенциальными клиентами в основном через чат. Нам удалось достичь конкретных договоренностей о заказе продукции, и мы сразу забронировали участие в следующей сессии «Сувенирной Точки».

GoodZont: «Очень подходящие формат и время проведения мероприятия, особенно с учетом того, что многие компании находятся в разных часовых поясах. В проекте было представлено много крупных компаний с заранее сформированными бюджетами на корпоративные подарки, в принципе, участие в мероприятии может окупиться с одного заказа. В техническом плане все отлично, очень удобный раздел «Сообщения», общались в основном здесь. Скорее всего, примем участие в сентябрьской сессии «Сувенирной Точки».

ООО «НП Сибирская ореховая компания» (экофабрика «Сибирский кедр»): «Онлайн-формат вполне устраивает, время и длительность проведения – тоже. На платформе представлено достаточное количество заказчиков. Надеемся, что к новогоднему сезону 2025 получим заказы от потенциальных клиентов, с которыми познакомимся на «Сувенирной Точке». Из технических усовершенствований: хотелось бы добавить функции редактирования и удаления сообщений в чате».

ООО «Колумб Ру»: «Формат мероприятия очень удобный, время проведения – подходящее, длительность – оптимальная. Соотношение «цена – качество» устроило. Мы получили конкретные запросы на продукцию от заказчиков, а также проводили переговоры с ознакомительной целью, на перспективу. Коммуникация в основном велась через раздел «Сообщения». Из пожеланий: хотелось бы, чтобы в карточке компании при нажатии кнопки «Написать сообщение» открывалось не маленькое окошко, а раздел «Сообщения». Некоторым компаниям нужно писать несколько раз, чтобы получить отклик, поэтому при работе важно видеть историю переписки. Скорее всего, мы примем участие и в сентябрьской сессии «Сувенирной Точки».

ООО «Юкендлз Компани»: «Отличные формат и длительность мероприятия. Соотношение «цена – качество» – 5 из 5. Мы провели большое количество онлайн-встреч, также активно переписывались в чате, многих заинтересовали, с некоторыми компаниями уже договорились о заказах. Хотелось отметить удобную и оперативную связь с потенциальными клиентами через раздел «Сообщения». Пожелание: хотелось бы видеть еще больше заказчиков на платформе, в идеале около 250 компаний. Мы обязательно примем участие в будущей сессии «Сувенирной Точки».

BoomGift: «Удобный формат мероприятия, компании-заказчики подобраны в достаточном количестве для комфортного ведения переговоров. Удалось достичь предварительных договоренностей о заказе продукции. Соотношение «цена – качество» – 10 из 10. В техническом плане все хорошо, нареканий нет. Возможно, будем участвовать и в следующей сессии «Сувенирной Точки».

*По состоянию на февраль 2024 г.



КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ:

Свяжитесь с нами по телефонам:

+7 (985) 997-01-54

+7 (495) 587-15-69

в WhatsApp:

+7 (910) 427-81-48

+7 (926) 581-16-43

по электронной почте:

для заказчиков – info@gift-meet.ru

(участие БЕСПЛАТНОЕ),

для поставщиков –

manager@gift-meet.ru.



ОТЗЫВЫ ЗАКАЗЧИКОВ*

«Дари-маркет»: «Удобный удаленный формат мероприятия, который позволяет не отвлекаться от рабочих процессов. Оптимальные длительность и время проведения – накануне значимых праздников, что дало нам возможность расширить ассортимент благодаря сотрудничеству с новыми партнерами. Мы сразу нашли четырех поставщиков, с которыми договорились о поставках сувенирной продукции: на данный момент заключено два агентских договора, еще два в процессе оформления. Очень порадовало разнообразие подарочных решений, представленных на платформе. Отдельно хочется отметить индивидуальный и гибкий подход поставщиков, оперативное предоставление информации по бренду и продукции, профессионализм в организационно-юридических вопросах, открытость для сотрудничества».

ООО «МТ Машинери»: «Онлайн-формат, длительность и время проведения мероприятия вполне устроили. Достаточное количество поставщиков с разнообразной продукцией. Мы планируем использовать контакты, полученные на «Сувенирной Точке», для заказа сувениров и мерча к весенней отраслевой выставке, к новому сезону 2025, а также к нашему профессиональному празднику – Дню машиностроителя. Из пожеланий: хотелось бы иметь возможность сохранять переписку и файлы из нее».

ООО «Компания ИНВЕРСИЯ»: «Удобный и понятный формат, время проведения – самое подходящее для тех, кто «готовит сани летом»: можно спокойно ознакомиться с предложениями поставщиков и начать подготовку к будущему Новому году. Времени на переговоры вполне хватило, очень понравилось то, что доступ к платформе сохраняется в течение месяца после завершения основной сессии. Мы уже отметили несколько интересных вариантов подарочных решений и в данный момент находимся в диалоге с производителями. Из пожеланий – хочется видеть больше новинок и представителей среднего ценового сегмента. Что касается технической стороны работы платформы – все удобно, интуитивно понятно, никаких нареканий нет».

ООО «МГМ»: «Онлайн-формат и продолжительность сессии нам подошли. Мы получили от поставщиков достаточное количество предложений бизнес-подарков. В будущем хочется увидеть на платформе больше производителей сувенирной продукции по индивидуальному проекту из металла, дерева, пластика».

ООО «Торговый Дом «Югнефтемаш»: «Все понравилось: удаленный формат, время проведения, длительность мероприятия, количество поставщиков и разнообразие представленной продукции. Мы выбрали несколько поставщиков на перспективу, чуть позже обязательно заключим договоры о поставках сувенирной продукции».

*По состоянию на февраль 2024 г.



2 - 13 сентября 2024

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 видеопереговоры о заказе бизнес-подарков в удобное время.

Участие для заказчиков БЕСПЛАТНОЕ!

Подробнее на сайте www.gift-meet.ru

«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»

WWW.GIFT-MEET.RU

+7 (916) 572-30-14, +7 (985) 997-01-54, ☎ +7 (910) 427-81-48

info@gift-meet.ru www.gift-meet.ru



Мир Детства



29-я международная выставка
«Индустрия детских товаров»

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

www.mirdetstva-expo.ru

24–27
СЕНТЯБРЯ
2024



Реклама
12+

20-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
ПОДАРКОВ, СУВЕНИРОВ, НОВОГОДНЕЙ, РОЖДЕСТВЕНСКОЙ
И ПРАЗДНИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

CHRISTMASBOX PODARKI

26–28 марта 2025

Москва | ЦВК «Экспоцентр»

100 000+ SKU
в одном месте в одно время

Организатор:
ГРУППА КОМПАНИЙ
MAYER



www.christmasbox.ru

Место проведения:
ЭКСПОЦЕНТР
МОСКВА

**Arnika
gifts
design**

*Создаем уникальные
концепции
бизнес-подарков*

ВАШ БРЕНД ЗАПОМНЯТ



Выделяем личного менеджера



Создаем мерч с «0» и брендируем продукцию каталога



Изготавливаем бизнес-подарки под ключ



+7 (495) 023-81-13

arnika-gifts.com