



GIFT REVIEW

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ



№ 5(14)/2013
www.gift-review.ru

СЕКТОР
Оружие не к бою

ДИЗАЙН
Оригинальные песочные часы

ЛОГИСТИКА
Логистика по-уральски – оперативно и креативно

ТРЕНДЫ
Новогодние тренды 2013-2014

3venta
A Desire for Novelty

тел. +7 495 64 999 20,
e-mail: sales@3venta.com,
www.3venta.com

www.meb-expo.ru

12+

Определяем направления
Формируем тренды



Мебель

18–22
ноября
2013



25-я международная выставка
«Мебель, фурнитура и обивочные
материалы»

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Реклама



При поддержке:

• Министерства промышленности и торговли РФ

Под патронатом:

• Торгово-промышленной палаты РФ
• Правительства Москвы



 Ji-Lian®



- 3** **НОВИНКА**
- 8** **НОВОСТИ КОМПАНИЙ**
- 11** **АКТУАЛЬНО**
ЧАЙНЫЙ СУВЕНИР ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ СПОРТА
- 12** **ВЫСТАВКИ**
AMBIENTE 2014 СНОВА ЗАЙМЕТ ВСЕ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
- 14** **СЕКЦИОН**
«БУМБАРАМ»: РАБОТА НА ДВА ФРОНТА
- 18** **ФРАНЧАЙЗИНГ**
«ТОМАТ»: ОБРАЗЕЦ ДЛЯ ПОДРАЖАНИЯ
- 20** **АКТУАЛЬНО**
РЕВИЗИЯ GIFT REVIEW: МАГАЗИНЫ EXCLUSIVE DECOR
- 24** **БРЕНД**
СТРОГий КОНТРОЛЬ И ТОНКОЕ ИСКУССТВО PAPERBLANKS
- 28** **БРЕНД**
УНИКАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ СЕРЕБРА
- 30** **СЕКЦИОН**
ОРУЖИЕ НЕ К БОЮ
- 36** **АКТУАЛЬНО**
НАСТОЯЩИЙ МУЖСКОЙ ПОДАРОК
- 42** **ДИЗАЙН**
ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПЕСОЧНЫЕ ЧАСЫ
- 44** **ФОТОРЕПОРТАЖ**
ИСТОРИЯ ОДНОЙ РАБОТЫ
- 48** **ЛОГИСТИКА**
ПО-УРАЛЬСКИ – ОПЕРАТИВНО И КРЕАТИВНО
- 52** **ТРЕНДЫ**
НОВОГОДНИЕ ТРЕНДЫ 2013-2014
- 56** **ВЫСТАВКИ**
МАСЕФ: НОВАЯ ВЕРСИЯ, НОВАЯ МИССИЯ, НОВОЕ ИМЯ
- 58** **ВЫСТАВКИ**
ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКАМ МИРА
- 62** **ПУЛЬС РЫНКА**
САМЫЕ ЖЕЛАЕМЫЕ И САМЫЕ НЕЖЕЛАЕМЫЕ ПОДАРКИ К НОВОМУ 2014 ГОДУ

ЖУРНАЛ GIFT REVIEW РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ПО ПОДПИСКЕ, НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ВЫСТАВКАХ, А ТАКЖЕ В ШОУ-РУМАХ КРУПНЫХ ОПТОВЫХ КОМПАНИЙ:

ENS GROUP, оптовые поставки посуды, подарков и предметов интерьера российским и зарубежным дистрибьюторам.

141009 МО г. Мытищи, Ярославский проезд, владение 120Б, строение 2
(495) 500-41-01, 513-14-39, 513-13-99, 543-32-42, 741-38-32
Бесплатная линия: 8-800-777-41-01

www.ens-group.com

Представительства ENS GROUP в регионах:

Новосибирск – «Чудодом поставки»

633004, Бердск, ул. Химзаводская, 11/7. (383) 325-08-10
info@chudopostavki.ru www.chudopostavki.ru

Пятигорск – «Империя посуды»

Пятигорск, 3-й км Георгиевского шоссе, ТК «Привокзальный», магазин «Империя Посуды»
(8793) 31-36-38, 8-928-351-62-56

rita-imperiya@yandex.ru www.imperiya-posudy.ru

Курск – торговая сеть «Радуга»

305001, Курск, ул. Пионеров, д. 20. (4712) 54-89-03

bag.07@bk.ru www.adugakursk.ru

Челябинск – «Компания ТИС»

454038, Челябинск, ул. Строительная, д.11. (351) 735-39-10 / 35, +7-919-119-95-01
www.tis-group.net

АННА ЛАФАРГ, крупный оптовый поставщик посуды, предметов интерьера и подарков.

Москва, ул. 3-я Парковая, д. 41 а, офис ООО «Ал-Трейд». (495) 234-61-64, 965-16-01, 965-06-74

info@lafarg.aha.ru www.lafarg.ru

ПОЛНАЯ ЧАША, оптовая и розничная продажа: фарфор, керамика, эмалированная посуда, стекло, хрусталь известных мировых брендов.
Москва, Колодезный пер.3, стр.4. (495) 781-59-11
yarka99@rambler.ru www.yarka.ru

УРБАНИКА, один из ведущих поставщиков на российский рынок дизайнерских предметов интерьера и аксессуаров для дома из Европы и Америки, эксклюзивный дистрибьютор брендов Nextime, Moltex, Giannini, Caskata, Modern Twist и др.
Москва, ул. Вешних вод, д. 2Г, стр. 1. +7 (495) 988-18-29
info@urbanika.ru www.urbanika.ru

ФРАТЕЛИ, оптовые поставки постеров, репродукций картин, gobеленов, зеркал, ключниц.
Москва, Складской комплекс ППП УД Президента РФ, 2-й этаж.
Магистральная тулка, дом 7А, стр. №1, 2-й этаж.
(495) 788-52-88, (499) 256-84-82, (499) 259-20-85, (499) 256-33-93
www.fratelli.ru

ПОЛЕЗНЫЕ ПОДАРКИ, поставщик сувениров и подарков на всей территории России. С 1998 года занимается оптовыми поставками и снабжением розничных магазинов и оптовых организаций подарочной и сувенирной продукцией по доступным ценам.
Санкт-Петербург, пр. Обуховской обороны д.70, корп.2
(812) 380-76-82, 8-800-100-39-85
podarkispb@mail.ru www.podarkispb.ru

Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW можно совершенно бесплатно!

• На сайте в разделе «Подписка»
www.gift-review.ru/podpiska.html

• Или по телефону:
+7-495- 997-01-54



Журнал GIFT REVIEW

№ 5(14)/2013

Главный редактор: Анна Пасечник
editor@gift-review.ru

Выпускающий редактор: Дарья Балаева

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.: (495) 997-01-54

info@gift-review.ru

www.gift-review.ru

Тираж: 3000 экз.

Распространяется бесплатно.

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

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

Студия Макей - белорусский производитель авторских художественных изделий из натуральной кожи ручной работы.

- 20-летний опыт в производстве, высокое качество, ручная работа
- Производство эксклюзивных изделий по индивидуальным заказам, нанесение логотипа
- Низкие оптовые цены
- Представительство, оптовый склад и шоу-рум в Москве.

ООО «Студия Макей»
Москва,
Стромынский пер, д.6
(499) 951-04-72,
+7-929-99-888-71
makeystudio@makeystudio.com
www.makeystudio.com



ЗАО «Скопинская художественная керамика» выпускает широкий ассортимент изделий из керамики и шмота для оформления интерьеров, экстерьеров и использования в быту: керамическое кашпо, подставки, вазы, посуду, сувенирную продукцию, оправы для часов, изразцы для каминов и печей.

Фабрика принимает индивидуальные заказы по эскизам и фотографиям. Изготавливает изделия с эмблемой заказчика, с точным воспроизведением изображения и цвета.

Сегодня ЗАО «Скопинская художественная керамика» предлагает ассортимент новых разработок авторских изделий в лучших традициях российского гончарства, гармонично существующих в условиях современного рынка. Данные изделия выполнены вручную ведущими мастерами Скопинского гончарного промысла по старинным рецептам молочения глиняных изделий.

**Сделайте свой интерьер неповторимым!
Подарите достойные подарки близким!
Прикоснитесь к истокам старинного гончарного промысла!**



391800, Россия, Рязанская обл., г. Скопин, ул. Пушкина, д. 93
Тел./факс: (49156) 2-22-75; 2-11-50. Моб.: 8-920-967-55-57
skopin@keramika.ryazan.ru www.skopin-keramika.ru

КОМПАНИЯ «АКСО»
представляет ассортимент изделий с изображением Лошади – символа будущего 2014 года.

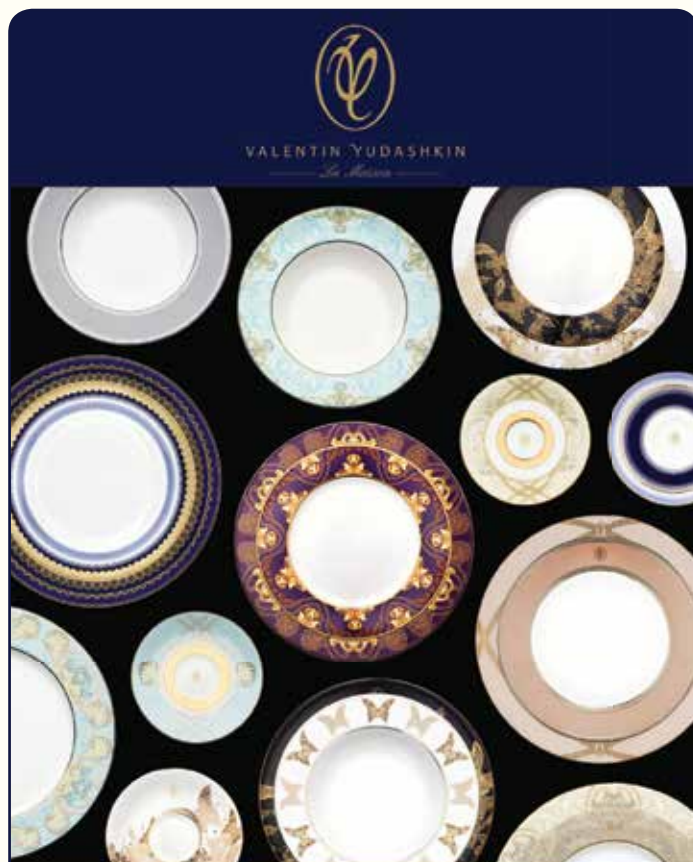
Заказы уже принимаются!
Более подробная информация на сайте www.akso.ru





Компания «АКСО»
+7-83171-52400, +7-83171-52628. info@akso.ru





Для оптовых покупателей: (495) 640-90-99
Сайт: lamaisonhome.com
Интернет-бутик: shop.lamaisonhome.com

Изысканные стилистические решения для
дома от всемирно известного дизайнера

GIFT REVIEW
Издательская группа «Гифт Ревью»

Юбилей компании?
Встреча с акционерами?
Отчетность перед инвесторами?
Выставки и конференции?
В поиске партнеров?
Подготовка к сделке?

Ответ один: КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ!

БРОШЮРА ЖУРНАЛ БЮЛЛЕТЕНЬ
ЖУРНАЛ СТЕНГАЗЕТА АЛЬМАНАХ БРОШЮРА
ГАЗЕТА ГАЗЕТА

ПРИНИМАЕМ ЗАКАЗЫ НА СОЗДАНИЕ
КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ:

- разработка издания с нуля
- подготовка профессиональных журналистских текстов
- верстка издания с учетом фирменного стиля компании
- сопровождение типографской печати издания

На ваш выбор: формат, бумага, цветность, периодичность, объем и тиражи.

www.gift-review.ru/corporate korporativ@gift-review.ru
(495) 997-01-54

Дулёвский Фарфор
Основан в 1832 году

Веселые лошадки –
Символ 2014 года, непременный атрибут
новогоднего праздника в каждом доме.

ПК «Дулёвский фарфор» производит широкий
ассортимент подарочной продукции: чайные,
кофейные, столовые сервизы, настенные
блюда и тарелки, скульптуру, вазы и прочие
предметы интерьера, а также осуществляет:

- разработку и нанесение на изделия
деколей заказчика, логотипов, эмблем,
слоганов;
- нанесение дарственных надписей
красками и золотом к памятным
датам и торжествам;
- индивидуальную высокохудожественную
ручную роспись изделий в единственном
экземпляре под заказ.

142670, г. Ликино-Дулёво, Орехово-Зуевский район, Московская область, ул. Ленина, д. 15.
тел./факс: 8 (496) 414-36-60, 414-03-79 (отдел маркетинга). market@dfz.ru, www.dulevo.ru

BasketBox
мастерская по упаковке подарков



Компания BasketBox специализируется на оформлении и эксклюзивной упаковке подарков частным лицам, статусной упаковке представителям крупного бизнеса, высокотиражной упаковке корпоративным клиентам. Материал, который мы используем в своих работах (корзины, коробки, ленты, ткани, декоры), тщательно отобран по качеству и декоративным достоинствам.

basketbox.ru sv@basketbox.ru +7(495)514-57-54
 г. Москва, ул. Малая Ордынка, д. 25

postermarket
 www.postermarket.ru

- Картины, постеры в рамах
- Модульные картины
- Картина на стекле
- Зеркала в рамах
- Часы
- Фоторамки



тел. (495) 646-17-22, info@postemarket.ru

**МАСТЕРСКАЯ
 ЗОЛОТЫХ
 ПОДАРКОВ**

**Сделайте Ваш подарок
 неповторимым!**

+7 495 649 09 39

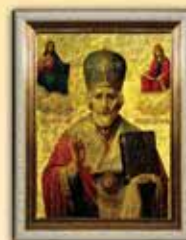
www.podarok-exclusive.ru

Уникальное предложение на российском рынке!
 Пришлите нам Вашу фотографию или логотип
 и получите картину, сделанную из чистого золота,
 или выберите любую из нашего каталога!



ПРЕИМУЩЕСТВА

- ✓ Каждая картина индивидуальна и неповторима
- ✓ Ручная работа
- ✓ Быстрое время изготовления
- ✓ Доставка осуществляется по всей России
- ✓ Изготовление возможно в любом количестве
- ✓ Гарантия уникальности Вашего подарка



ФРАНЧАЙЗИ КЛУБ

КлубФранчайзи.РФ



**БЕСПЛАТНАЯ
ОНЛАЙН
ПОДПИСКА**



- ❖ Актуальная информация о рынке франчайзинга в России
- ❖ Опыт предпринимателей, открывших бизнес по франшизам
- ❖ Полезные данные для ведения бизнеса
- ❖ Рассмотрение бизнес-концепций
- ❖ Интервью экспертов
- ❖ Приглашения на деловые мероприятия по франчайзингу

ВСЕ НОМЕРА ЖУРНАЛА НА САЙТЕ ПРОЕКТА

Лучший
подарок —
полезный
подарок!



OMEGA TOOL

+7 495 234 5092
omegatool.ru



Произведено
в Германии

info@muehle-shaving.ru
www.muehle-shaving.ru

Бритвенные
аксессуары
MÜHLE

Оригинальный
подарок
с ВАШИМ
ЛОГОТИПОМ



ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ СО СКЛАДА В МОСКВЕ



Небёсный фонарик желаний.

Легкая конструкция из бумаги
использует горячий воздух от
горючего элемента для своего
романтического полета на высоту
до 500 метров.

Запуск и полет «Небесного
фонарика желаний» несет
огромное количество
положительных эмоций и, по
легенде, желания, загаданные в
этот момент, обязательно
исполнятся.

«Небёсный фонарик желаний»
непременно станет одной из
изюминок в вашем клиентском
предложении, а красочная
упаковка и доступная цена будут
способствовать совершенно
импульсным покупкам в течение
всего года.

ООО «Мечты Сбываются»
г.Москва, ул.Пермская, д.11, стр.5
тел.(495)660-7395 www.me4ty.ru



ИНВЕСТИЦИИ В ОПЕРАТИВНОЕ
ЭТОГО МАГАЗИНА:
300 000р. «
10 СМАРТФОНОВ

КРАСИВЫЙ БИЗНЕС,
ПРИНОСЯЩИЙ
НЕ ТОЛЬКО ПРИБЫЛЬ,
НО И УДОВОЛЬСТВИЕ

ЭКСПЕТРО!

ЭКСПЕТРО!

ФРАНШИЗА ТРОГАТЕЛЬНЫХ ПОДАРКОВ!
ОТКРЫТЬ СВОЙ МАГАЗИН - ЧТО МОЖЕТ БЫТЬ ЛУЧШЕ ?

+7 495 7457573
+7 985 6403369

www.expetro.ru
skvorcova_a@expetro.ru

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

«АРТ-ХОЛДИНГ»: МУЖСКИЕ ПОДАРКИ ГОТОВЫ!



Брутальные герои и знаменитые мужские увлечения нашли отражение в новой линии подарков к 23 февраля, которую предлагает производственная компания «Арт-Холдинг».

Актуальный стиль и яркий образ в сочетании с максимальной функциональностью – именно эти задачи воплощают в себе неожиданные ансамбли из всевозможных аксессуаров для мужчин, стильно оформленные дизайнерами «Арт-Холдинга».

В основе каждого подарка – известный сюжет и популярный тренд. Солдатский юмор тоже имеет место, но обязательно – тонкий! Хотя при желании заказчика креативный отдел «Арт-Холдинга» сможет интеллектуально развить любые, даже самые смелые шутки.

Подарки предлагаются в разных ценовых нишах – начиная с категории «до 1000 рублей» и заканчивая «свыше 5000 рублей». Ведь при выборе подарков, пожалуй, как и в красоте, нет предела совершенству. А хорошо продуманный презент – красноречивое свидетельство добрых отношений.



«РУССКИЙ ЭЛИТНЫЙ ПОДАРОК»: НОВАЯ СЕРИЯ ПОДАРОЧНЫХ НАБОРОВ ДЛЯ ШАШЛЫКА



«Русский Элитный Подарок» представляет новую серию подарочных наборов для шашлыка. Впервые рукояти шампуров изготавливаются из высококачественной, стабилизированной карельской березы и не имеют аналогов среди данного вида продукции. Наборы возможно комплектовать и подобного вида ножами из дамасской стали. Рукояти шампуров выпускаются в двух вариантах: натурального цвета и тонированные, что придает им особую неповторимость и схожесть с природным камнем. Также к Новому году компания начала выпуск шампуров с литьем на рукояти в виде головы лошади. Наборы поставляются в кожаных кофарах ручной работы с росписью. Все изделия могут быть выполнены с индивидуальным нанесением (логотипы, дарственные надписи и т. п.).

ВКУСНЫЙ ПОДАРОК ЗА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ



Компания Premium Chocolate Products проводит акцию: до 31 декабря при оформлении первого заказа на наборы из фигурного бельгийского шоколада премиум-класса компания подготовила в качестве подарка новым партнерам по 1 килограмму отборного молочного шоколада Barry Callebaut.

Производство наборов занимает от 5 дней. Продукция производится со строгим соблюдением ГОСТа и непосредственно перед отгрузкой, поэтому она всегда свежая. Компания предлагает как готовые решения подарков, так и разрабатывает индивидуальные концепции под каждого клиента.



НОВИНКИ ОТ УРБАНИКИ: БОКАЛЫ И ВАЗЫ ИЗ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В преддверии праздников Урбаника презентует новые коллекции бокалов, декантеров и ваз из Великобритании. Роскошный современный дизайн, стильные формы, подчеркнутые спиралями цвета золота и платины или перламутром, яркое стекло, ручная работа и ручное дутье – традиционно высокое европейское качество, обернутое в подарочную упаковку.

Декантеры и стопки для бренди. Бокалы для вина, ликера, шампанского, martinis и ведерки для льда. Этот дизайнерский ассортимент призван создавать настроение и подчеркивать статус владельца, поэтому будет интересен не только в качестве «покупки для дома», но и в виде подарка на Новый год, свадьбу, боссу и др. Прозрачные вазы из переработанного стекла оценят сторонники экологических движений.

Выбор таких известных брендов, как The Four Seasons, The Dorchester Hotel, The George V Hotel Paris, Mandarin Oriental Hotels, The One & Only Resorts, Selfridges, Heals, John Lewis и др.



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ БОКАЛОВ В КОМПАНИИ «ИМПАКТ»



Группа компаний «Импакт» представляет коллекцию бокалов из выдувного стекла. Форма «Александра» была разработана чешскими дизайнерами специально для российских покупателей, в ней сочетаются красота и изящность простых линий. А декорация панто придает этим бокалам уникальный внешний вид. До конца 2013г. продукцию можно приобрести по специальной фиксированной цене.



**Пакеты бумажные
брендированные**

- Ручка (бумажная плоская)
- Цвет (белый, бурый)
- Размер (множество типоразмеров)
- Тираж (от 1000 шт.)
- Цена (от 7р.)



**Пакеты бумажные
брендированные**

- Ручка (бумажная крученая)
- Цвет (белый, бурый)
- Размер (множество типоразмеров)
- Тираж (от 1000 шт.)
- Цена (от 7р.)



**Пакеты бумажные
брендированные без ручек**

- Цвет (белый, бурый)
- Размер (множество типоразмеров)
- Тираж (от 2000 шт.)
- Цена (от 3 р.)



(495) 221-05-11
МИРУПАК
www.mirupac.ru
www.tdkraft.ru

тел/факс:
+7 (495) 221-05-11
109202 Россия, г. Москва, м. Авиамоторная.
ул.Басовская д16. пл.Карачарово, пл.Фрезер
e-mail: **mirupac@mail.ru**



ПЛЕЙСМЕТЫ

- Бумага (пергамент, крафт, микроотливная)
- Цвет (белый, бурый)
- Размер (множество типоразмеров)
- Тираж (от 5000шт.)
- Цена (от 1,5р.)



**Коробки
для Кейтеринга**

- Гофрокартон
- Цвет (белый, бурый)
- Размер (50X25X33)
- Тираж (от 500шт.)
- Цена (от 55р.)



Бумага упаковочная

- Крафт бумага
- Цвет бумаги (бурый, белый)
- Рисунок (разнообразный)
- Размер рулона (0,5X10м, 0,5X50м, 0,5X150м, 0,75X50м, 0,75X150м)
- Цена (от 8р. М.)



**Коробки с
самораздвигающимися
салфетками.**

- Печать (полноцвет)
- Размер (10*10/15*11*4,5)
- Тираж (от 1000р.)
- Цена (27р.)



ВОЗВРАЩЕНИЕ ХИТОВ ПРОДАЖ «ДЖИ-ЛИАН»

Ассортимент компании «Джи-Лиан» вновь пополнился самыми востребованными сериями посуды: «Глория», «Экле», «Экле голд», «Красное», «Желтое». Эти коллекции уже успели стать хитами продаж. Кроме того, компания готовит новинки в коллекциях 2013-2014 гг. Информация об этом ассортименте появится уже совсем скоро.

Компания «Джи-Лиан» представляет в России посуду из тонкостенного фарфора Fine Bone China и фарфора Fine Porcelain торговой марки Star Festival. Завод корпорации Yöng

Feng Yuan Industry CO., LTD, где производится эта продукция, был основан в 1982 г. Товары успешно экспортируются в США, Австралию, Европу, Южную Америку, Ближний Восток, Африку.



ДЕКОРАТИВНЫЕ ЦВЕТЫ ИЗ ФАРФОРА ОТ КОМПАНИИ NAROLEON



ООО «АвеНю», официальный представитель итальянской компании Napoleon by Union s.n.c. на территории РФ, представляет новинку – оригинальные цветы из фарфора, созданные вручную итальянскими мастерами. Эти необычайно красивые цветы настолько реалистичны, что их практически невозможно отличить от настоящих. Они никогда не завянут и не опадут, что делает их более привлекательными, чем живые цветы.

Также в ассортименте компании оригинальные и роскошные люстры, бра, светильники, подсвечники, настенные панно и картины. Утонченность линий и хрупкость форм каждого изделия подарит дому неповторимый стиль и изысканность, создаст в нем ощущение весеннего тепла, свежести и уюта.

«ЛАВКА ДЕДА МОРОЗА» – ПУТЕШЕСТВИЕ В СКАЗКУ

Российская компания BOGASHO расширяет границы пребывания на рынке подарков и предметов интерьера. Совершенно новый и уникальный, по словам создателей, бренд «Лавка Деда Мороза» впервые представлен на международной выставке «МЕБЕЛЬ 2013», ЦВК «Экспонцентр», Москва.

Мир, в который погружает «Лавка», создан руками людей, верящих в семейные традиции, волшебство и Деда Мороза. Вся мебель, предметы декора, аксессуары выполнены из натуральных материалов, прикоснувшись к которым, покупатель обязательно вспомнит детство, домашний уют родного очага.



**МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОДАРКОВ И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА
5-8 февраля 2014**

Украина, Киев, МВЦ

Генеральный
информационный партнер

la femme

Генеральный
информационный спонсор

EXCLUSIVE

Организатор:

PARUS ExpoMedia

+38 044 484 68 91, expo@pem.com.ua, www.pem.com.ua

Информационная поддержка

GIFTREVIEW

AEROPLAN

Ателье

Дім і Сім'я

MAISON

COMPASS

Tableware

Decor
trade show

Outdoor
trade show

World
GIFTS
TRADE SHOW

Household

Реклама

ЧАЙНЫЙ СУВЕНИР ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ СПОРТА

В то время, как страна находится в ожидании предстоящей зимней Олимпиады, Кольчугинский завод цветных металлов приготовил сюрприз для всех любителей спортивных баталий – новую модель подстаканника со спортивной тематикой.

Считается, что подстаканник появился на Руси в XVIII веке вместе с распространением моды на стеклянную посуду и практически сразу превратился из сугубо практичной подставки для горячего в предмет роскоши, отражение личности владельца. Производители быстро смекнули, что выпуск ярких художественных изделий поможет обойти конкурентов. Помимо классического латунного варианта появились дорогие изделия из серебра и золота, с покрытием эмалью, филигранные. Отдельные умельцы изготавливали их из дерева, бисера и... даже стекла. Сам Карл Фаберже занимался разработкой эксклюзивных моделей! Ни в одной другой стране мира подстаканник так и не стал предметом искусства, поэтому можно смело назвать его неотъемлемым элементом именно нашей русской культуры.

Массовое распространение подстаканника началось благодаря министру путей сообщения Сергею Юльевичу Витте, который в 1892 году приказал обеспечивать во всех железнодорожных вагонах обогрев пассажиров и выдачу горячего чая. Более практичной и недорогой тары, чем стакан в подстаканнике, найти было просто невозможно.

После Революции настала эпоха расцвета подстаканника. Фарфор признали мещанским пережитком, а истинной посудой пролетариата назначили стакан. Подстаканник справедливо посчитали идеальным «рекламным носителем», на котором изображались важные государственные события, памятники архитектуры, картины мирного быта и символы могущества державы.

Следуя многолетней традиции, Кольчугинский завод не мог обойти стороной такое яркое и масштабное событие, как Олимпийские игры, поэтому было принято решение произвести совершенно новый подстаканник, не похожий на предшественников. Поэтому сама разработка изделия происходила уникальным образом.

Художники представили на конкурс более

десять моделей подстаканника, каждая из которых была по-своему хороша и неповторима. В выборе лучшей приняли активное участие работники ЗАО «Кольчугцветмет», сотрудники управляющей компании «УГМК-ОЦМ», известные коллекционеры и служащие музеев, крупные оптовые покупатели и завсегдатаи социальных сетей. Несмотря на то, что подстаканник не содержит олимпийской символики (для этого требуется специальное разрешение), своё экспертное мнение выразили и специалисты департамента лицензирования Оргкомитета «Сочи 2014».

Так, общими усилиями, после многих споров и обсуждений, появился на свет этот подстаканник.

Вместо канонических плавных линий и растительного орнамента в этом изделии преобладают прямые линии и геометрические узоры. Его контур напоминает одновременно и горный хребет со снежными шапками, и царскую корону. В центральном окне изображены фигуры спортсменов: биатлонист, хоккеист, лыжник, горнолыжник, конькобежец, фигуристы.

По желанию заказчика можно нанести любое другое изображение или дарственную надпись. Подстаканники производятся из серебра, меди или латуни, в ассортименте никелированные, посеребренные, позолоченные изделия. Можно приобрести данную продукцию как поштучно, так в подарочном наборе на 1, 2 или 6 персон.

Подстаканник «Зимние виды спорта» – изящный, но недорогой подарок, который по-настоящему полезен. Не один год он будет радовать владельца, напоминая как о чутком дарителе, так и о великих спортивных свершениях.

ЗАО «Кольчугцветмет»

Тел.: (49245) 2-18-49, 9-16-46

Факс: (49245) 4-05-22. ValuevalN@zio.ru

Управляющая компания ООО «УГМК-ОЦМ»

Тел.: (34368) 98-077. Факс: (34368) 98-163

Selunsky.ocm@ugmk.com www.ocm.ru



АМБИЕНТЕ 2014 С НОВА ЗАЙМЕТ ВСЬ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

История успеха одной из крупнейших в мире выставок товаров народного потребления Ambiente продолжается: с 7 по 11 февраля 2014 года выставка снова пройдет во Франкфурте-на-Майне. Экспозиция разместится на всей площади выставочного центра, ожидается прибытие более чем 4700 экспонентов. Традиционно выставка будет состоять из трех разделов – Dining («Посуда»), Giving («Подарки») и Living («Декор»).

ЯПОНИЯ – СТРАНА-ПАРТНЕР AMBIENTE 2014

В 2014 году страной-партнером Ambiente станет Япония. Глобус, символ страны-партнера, уже был передан Францией Японии на церемонии, которая проходила во время Ambiente 2013. Япония – третья страна-партнер Ambiente после Дании и Франции и первая азиатская страна. Запланирована обширная программа, которая будет включать тематический день и различные мероприятия. Послом Японии на выставке станет архитектор и дизайнер Юкио Хашимото (Yukio Hashimoto).



VOLUME SOURCING

Ambiente 2014 является важной платформой для крупнооптового бизнеса за пределами Китая. В 2014 году в шести выставочных павильонах посетители увидят свыше 1400 работающих на экспорт экспонентов из Азии, Африки, Южной Америки и США, включая Cosmos Gift Corp. и Straight Line Collection. Ассортимент, который можно будет увидеть, представляется под девизом Volume Sourcing и варьируется от продукции промышленного производства до товаров ручной работы, представленных в большом количестве, вплоть до решений по изготовлению товаров по индивидуальному заказу.

CONTRACT BUSINESS

Программа Contract Business помогает представить на Ambiente товары и решения для оснащения коммерческих объектов, мебельных комплексов, а также отельного и ресторанного бизнеса. Примерно 250 экспонентов из 30 стран предлагают свой опыт и готовые решения, пред-

назначенные для профессиональных закупщиков, специалистов по мебели, дизайнеров интерьеров, рестораторов и элитных гостиниц.

ТРЕНД-ШОУ

Посетители в седьмой раз смогут ознакомиться с основными тенденциями в оформлении стола, кухни, дома и индустрии подарков. Они будут представлены на специальном шоу трендов, организованном специалистами из дизайн-бюро bora.herke.palmisano. Профессиональные дизайнеры компании синтезировали четыре «мира» трендов на основе отмеченных ими разнообразных тенденций, условно названных «сногшибательный темперамент», «тонкая душа», «спокойный характер» и «паразитический ум».

ПРОГРАММЫ ДЛЯ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ

Специальные программы Talents («Таланты») и Next («Следующие») помогут молодым дизайнерам сделать важные шаги вверх по карьерной лестнице. Предприимчивые и подающие надежды специалисты, работающие в сегментах дизайна товаров, мебели и ювелирных украшений, представляют свои идеи, рисунки, чертежи и опытные образцы посетителям-специалистам из разных стран и смогут установить контакты с потенциальными производителями.

Помимо вышеперечисленных мероприятий на Ambiente 2014 пройдет большое количество семинаров, лекций, конкурсов.

Фото предоставлены Messe Frankfurt GmbH



В 2013 ГОДУ 4714 ЭКСПОНЕНТОВ ИЗ 81 СТРАНЫ ПРИНЯЛИ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ. РОССИЯ БЫЛА ПРЕДСТАВЛЕНА СЕМЬЮ КОМПАНИЯМИ. 140 000 ЗАКУПЩИКОВ ИЗ 143 СТРАН ПРИЕХАЛИ ВО ФРАНКФУРТ, 2173 ИЗ НИХ БЫЛИ ИЗ РОССИИ. РОССИЯ ЗАНИМАЕТ ПОЧЁТНОЕ ДЕСЯТОЕ МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ AMBIENTE.

ambiente the show

Посетители Ambiente познают мир.
Они открывают для себя возможности.
Перспективы. Международные тренды.
Более 4700 экспонентов будет представлено
на выставке. Они открывают для себя
удивительный мир подарков в экспозиции
Giving. Они открывают для себя изобилие
идей и новые горизонты. Они открывают
для себя будущее.

Когда эту выставку откроете для себя
и Вы?

Получить дополнительную информацию
и приобрести билеты со скидкой можно
на сайте
ambiente.messefrankfurt.com

info@russia.messefrankfurt.com
Тел. +7 (495) 649-87-75

7. – 11. 2. 2014
Франкфурт-на-Майне



messe frankfurt

«БУМБАРАМ»: РАБОТА НА ДВА ФРОНТА

Некоторые категории товаров успешно продаются сразу в нескольких форматах. Среди подарков и сувениров такой продукции немало. Смежный ассортимент для поставщика – это возможность снизить риски сезонности на подарочном рынке, с одной стороны, а с другой – двойная работа по позиционированию и продвижению продукции. Екатерина Дубова, генеральный директор компании «Бумбарам», рассказала в интервью GIFT Review, каким образом их товар находит отклик у покупателей подарков, детей и корпоративных заказчиков.

GIFT Review: Ваш ассортимент во многом пересекается с ассортиментом детских магазинов. Однако вы позиционируете свою компанию как оптowego дистрибьютора сувениров и подарков. Расскажите, как пересекаются эти два сегмента, на стыке которых вы работаете.

Екатерина Дубова: Наша продукция – это интересные вещи, которые одинаково хорошо продаются в магазинах игрушек, подарков и даже книжных отделах. Например, набор для сборки фотоаппарата может быть как развивающей игрушкой для ребенка старшего возраста, так и необычным подарком фотографу. Наборы для выращивания – это возможность для ребенка познакомиться ближе с миром растений, а с другой стороны – эмоциональный и трогательный подарок человеку любого возраста.

GR: А в каком формате вам интереснее работать? Какой рынок более восприимчив к вашим новинкам и эксклюзивным товарам?

Е.Д.: Оба канала продаж для нас одинаково интересны, поэтому в каждой линейке продуктов часть ассортимента мы предлагаем детским магазинам, а часть позиционируем как подарки. Например, шаровые пазлы Pintoo

– это скорее игрушки, а пазлы-чехлы для Ipad и Iphone, пазл-ваза – это хиты в подарочном сегменте. Мы продаем много головоломок и видим, что они одинаково интересны как подросткам, так и взрослым людям.

GR: В чем изюминка пазлов из вашего ассортимента?

Е.Д.: Объемные пазлы Crystal Puzzle и Pintoo – это сувениры, которые прочно завоевали свое место на рынке и пользуются постоянным высоким спросом. Обычные, плоские пазлы известны всем, а трехмерные – это подарок, который может удивить. Это не просто головоломки, которые интересны до того момента, пока найдешь решение, а красивые и функциональные вещи. Например, пазл-ваза после сборки становится полноценным предметом интерьера: внутри находится герметичная колба, вазу можно наполнить водой и поставить туда цветы. Crystal puzzle в собранном виде очень красиво выглядят на полке, полупрозрачный пластик как будто светится изнутри. Еще пример – наш эксклюзив «Волшебная лампа» – это не только интересный пазл, но и функциональный абажур, украшение интерьера. Из одного набора можно собрать 15 моделей лампы: круглую, вытянутую, продолговатую... А используется он как обычный абажур, его легко закрепить





на любом электрическом шнуре с патроном. Покупатели этой продукции – люди, которые ищут интересный подарок близким, хотят подарить необычную вещь.

GR: Еще в вашем ассортименте много товаров, связанных с эко-темой. Какой аудитории она может быть адресована?

Е.Д.: Наборы для выращивания – наш эксклюзив, мы дистрибьютор трех брендов российского производства. Это необычный сувенир, который можно подарить почти любому человеку: их дарят детям, женщинам, бабушкам... Некоторые наборы (например, «Перчик» от Happy plant) пользуются спросом перед 23 февраля, это подарок для мужчин. Новинка – живые открытки – замечательный корпоративный сувенир, их покупают в подарок коллегам, клиентам. Мини-садики очень быстро прорастают и радуют глаз на рабочем столе, а дизайны разработаны специально для «взрослой» аудитории. Набор «Вырасти зелень» дарят с пожеланием богатства и процветания, а «Новогодний» – для «зеленого» нового года. Рекламные агентства с удовольствием сотрудничают с нами по этому ассортименту. Продукция легко брендируется, можно работать с небольшими тиражами и изготовить нужное количество в короткий срок, что особенно актуально перед

праздниками, когда всем срочно нужны подарки.

GR: Если речь идет о новинках и решениях, не знакомых рынку, как вы презентуете непривычный товар потенциальным заказчикам?

Е.Д.: Маркетинг очень важен для нас, поэтому для всей продукции разрабатываются POS-материалы: плакаты, листовки, специальные стойки и дисплеи, которые позволяют выгодно разместить продукцию на полках. Также мы предоставляем образцы для демонстрации в торговом зале. По нашим наблюдениям, образец собранного пазла на полке увеличивает продажи минимум на 50%. Мы всегда стараемся обсудить с клиентами возможные способы рекламы, информирования покупателей. Если есть необходимость, приезжаем в магазин и проводим презентации для продавцов, знакомим их с особенностями товара. По нашему опыту, это правильный путь к совместному заработку с владельцами магазинов подарков.

GR: Расскажите, каким образом вы формируете свой ассортимент – где ищете идеи, производителей, концепции для товаров?

Е.Д.: Мы продаем подарки уже 10 лет. Начинали с розничного интернет-магазина, поэтому понимаем, что по-





очень быстро, и мы постарались подготовиться к сезону праздников. Новинки появляются почти каждый месяц. На наш взгляд, это необходимое условие успешного развития. 



БУМБАРАМ
.RU

Оригинальные подарки и игрушки оптом

НОВЫЙ ГОД 2014



Шаровый
пазл

Пазл
ваза



Пазл
ночник



Шаровый
пазл



Волшебная
лампа



Чехол
пазл



Пазл
головоломка

Happy
Plant



Пазл
«Вечный
календарь»



Набор
фотоаппарат



Новые
дизайны

Новинка
в России

Живые
открытки

Наборы
в горшочках



«ТОМАТ»: ОБРАЗЕЦ ДЛЯ ПОДРАЖАНИЯ

В ритейле бывают такие истории: изначально небольшой бизнес оказывается настолько удачно продуманным и оформленным, что тут же появляется желание его растащить. Но развивать крупную сеть магазинов даже при самой удачной бизнес-стратегии под силу далеко не каждой компании. Зачастую выгоднее и «автору» идеи, и ее «поклонникам» пойти проторенной тропой франчайзинга. Именно так и поступили в компании «ТОМАТ». О том, как теперь развивается проект, в интервью GIFT Review рассказала Ольга Петухова, руководитель отдела франчайзинга.

GIFT Review: *Ольга, расскажите, почему вы решили открыть франчайзинговое направление?*

Ольга Петухова: Гости из других городов часто восхищались нашими магазинами – атмосферой домашнего уюта, широчайшим выбором ярких и стильных подарков, профессионализмом торгового персонала – и хотели, чтобы в их городе был такой же магазин. Тогда возникла идея открывать магазины «ТОМАТ» в других городах России. Но открывать и контролировать свои магазины удаленно очень сложно, поэтому было принято решение развивать сеть на основе франчайзинга. А накопленный опыт, а также успех наших товаров как у конечного потребителя, так и у оптовых покупателей только подтверждали правильность нашего решения.

GR: *А на практике этот формат оказался удобным?*

О.П.: Для нас удобство франчайзинга – это, как и для всех, возможность быстро развить бизнес на новых территориях с минимизацией собственных финансовых затрат и трудовых ресурсов. В новом городе открывать бизнес легче людям, которые его знают. Кроме того, всегда хочется удивлять покупателей новыми интересными товарами, в производстве которых мы бы принимали непосредственное участие. А производство – это всегда большие объемы. Только имея гарантированный рынок сбыта, мы сможем увеличить долю товаров собственного производства.

GR: *Какое количество франчайзи уже работает с вами?*

О.П.: На данный момент у нас 5 магазинов-франчайзи. К слову, первый франчайзинговый магазин был открыт в Екатеринбурге. Теперь там наш партнер имеет 3 магазина. Один магазин открыт у нас в Иркутске, и недавно, в сентябре 2013-го, открылся магазин в Сургуте.

GR: *Какие требования к потенциальным франчайзи вы предъявляете?*

О.П.: Наши партнеры – это предприниматели, которые либо уже имеют свой небольшой бизнес и хотят развиваться дальше, либо предприниматели, которые решили поменять сферу деятельности и заняться красивым бизнесом, открыв магазин подарков. Это могут быть и начинающие предприниматели, главное, чтобы у человека было большое желание работать с нашим брендом. Нужно соблюдать фирменный стиль и стандарты магазина «ТОМАТ» – это залог успеха и к тому же необходимо для поддержания репутации компании и имиджа бренда. Партнеру необходимо собственное или арендованное торговое помещение в проходимом месте площадью от 25 до 60 кв.м. Плюс нужно иметь определенный объем денежных средств для запуска и обеспечения работы магазина на начальном этапе.

GR: *Общая сумма инвестиций у вас заявлена 1,2 млн. рублей. Что входит в эту сумму?*

О.П.: Заявленную стоимость инвестиций рассчитывали из площади магазина 40 кв.м. В эту сумму входит паушальный взнос, ремонт и покупка оборудования, депозит по аренде за 1 месяц и прочие затраты. Наполнение магазина в эту стоимость не входит. Оно составляет около 600 тысяч рублей. Все зависит от арендной платы и площади магазина. Если ставка аренды невысока и площадь меньше, то общие затраты на открытие могут составить 1,2 млн. рублей.



ПРОСТО, БЫСТРО, ВЫГОДНО

франшиза магазина
подарков «ТОМАТ»

ПОДАРОК
подарки открытки аксессуары



Магазины «ТОМАТ» - это место, где тепло и уютно
Магазины «ТОМАТ» - это выбор ярких, стильных подарков, несущих чувство радости нашим клиентам.

У нас уютно выбирать подарки!
С нами комфортно вести бизнес!
Открой магазин «ТОМАТ» в своем городе!



По вопросам приобретения франшизы обращайтесь
по тел.: (3952) 500-306, +7 914 892 61 45 www.tomat-podarky.ru

GR: А каков средний срок окупаемости торговой точки «ТОМАТ»?

О.П.: В среднем 1-2 года. Все зависит от сезона, когда открывается магазин. Предновогодний сезон самый выгодный. Открыв магазин в октябре-ноябре, можно окупить магазин за новогодний сезон и следующие за ним праздники – 14 февраля, 23 февраля, 8 марта.

GR: Есть ли в ваших условиях роялти и паушальные взносы? Какие суммы это в 2013-2014 годах?

О.П.: Паушальный взнос у нас был и остается на 2014 год в размере 250 тысяч рублей, после уплаты паушального взноса мы консультируем франчайзи по выбору торговой площади, а также разрабатываем для франчайзи подробный дизайн-проект для будущего магазина. Мы же обеспечиваем франчайзи фирменной атрибутикой. Относительно роялти – клиент может выбрать несколько вариантов сотрудничества: с ежемесячной уплатой роялти 25 000 рублей или же с отсутствием роялти. В последнем случае мы разрабатываем с клиентом ежемесячный план закупок продукции, который необходимо соблюдать.

GR: Поясните, что входит в фирменную атрибутику и стиль?

О.П.: Соблюдение фирменного стиля «ТОМАТ» – это соблюдение всех стандартов нашего бренда. Оформление магазина (ремонт и оборудование) в фирменном стиле, выкладка товара согласно стандартам, единая система обслуживания клиентов, единая фирменная атрибутика

(форма продавцов, скидочные карты, подарочные сертификаты, фирменные пакеты).

GR: Оказываете ли вы поддержку партнерам для соответствия этим требованиям?

О.П.: На этапе открытия мы консультируем наших клиентов по поводу выбора торгового помещения, разрабатываем дизайн-проект, формируем оптимальный ассортимент, обеспечиваем поставки товара со скидками сторонними поставщиками, проводим обучение персонала, оказываем помощь в запуске магазина. В процессе работы размещаем информацию о магазине франчайзи на своем фирменном сайте, на выставочных стендах, в СМИ; поставляем и постоянно обновляем ассортимент фирменного товара; предоставляем в режиме реального времени сведения о наличии всех видов товаров у всех поставщиков, обучаем персонал.

GR: Вашу франчайзинговую программу поддерживает Сбербанк. Расскажите, как работает эта поддержка?

О.П.: Сбербанк разработал программу по поддержке предпринимателей, желающих открыть свой бизнес по программе франчайзинга. Для этих целей предлагается кредит «Бизнес-старт» на очень выгодных условиях. Главное требование – выбрать для бизнеса франшизу партнера Сбербанка. Одним из таких партнеров и является «ТОМАТ». **GR**

РЕВИЗИЯ GIFT REVIEW: МАГАЗИНЫ EXCLUSIVE DECOR

Редакция GIFT Review заглянула в торговые залы компании Exclusive Decor и нашла массу интересных предметов декора, которые по достоинству украшают полки магазинов и способны не менее достойно выглядеть в самых роскошных интерьерах. Компания Exclusive Decor специализируется на розничной и оптовой продаже продукции таких брендов, как Bruno Costenaro, Weimar Porzellan, Ahura, Bugatti, Porcellane Principe и др. В ассортименте компании изделия из керамики, фарфора и хрусталя, а также аксессуары и декор.

Два розничных магазина Exclusive Decor работают в Москве – в ТЦ «Vegas» и в ТРЦ «КРОКУС СИТИ МОЛЛ». В подтверждение названия в этих магазинах царит атмосфера эксклюзивности и изыска. Блеск белоснежного фарфора, искорки хрустальных граней, теплое сияние позолоты... В дорогих и стильных интерьерах этих магазинов каждая вещь на своем месте – так, чтобы подчеркнуть достоинства материала, изысканность форм и дизайна. В этой атмосфере покупатель чувствует себя



избранным, уважаемым гостем. Именно такие ощущения вызывает окружающая покупателя продукция Exclusive Decor. В качестве презента она обычно не задерживается в подарочной упаковке: настолько нарядный и торжественный сам вид собранных тут изделий из фарфора, хрусталя, керамики, блистающих металлов. Магазин превращается в настоящее музейное пространство с продукцией брендов Bruno Costenaro, Weimar Porzellan, Ahura, Bugatti, Porcellane Principe, Cevik Group, Vittorio Sabadin...





Помимо розницы Exclusive Decor активно развивает и оптовое направление. Компания работает с более чем 400 постоянными покупателями, офисы которых расположены в 20 различных регионах России. Exclusive Decor заинтересована в развитии взаимовыгодных партнёрских отношений с торговыми предприятиями – юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, занимаю-



щимися оптово-розничной реализацией продукции из керамики, фарфора, хрусталя. Для оптовых клиентов предусмотрена специальная накопительная система скидок. Процент скидки от суммы всех заказов за месяц действует до конца следующего месяца. Оптовый прайс размещен на сайте www.exdecor.ru, для его просмотра необходимо зарегистрироваться.





СТРОГИЙ КОНТРОЛЬ И ТОНКОЕ ИСКУССТВО PAPERBLANKS

GIFT Review уже рассказывал о легендарном бренде записных книг и ежедневников Paperblanks (№1(10)/2013). На этот раз мы решили пообщаться с компанией «Технологии тысячелетия-ДВ» о технологических тонкостях и производственных нюансах, которые вселяют в российского дистрибьютора уверенность в успешных продажах этого товара. Как выяснилось, Paperblanks может служить примером для подражания не только для производителей аналогичной продукции. Ответственный подход к экологичности производства, соблюдение авторских прав и забота о потребностях поклонников бренда – об этом пойдет речь в интервью с бренд-менеджером Paperblanks Анастасией Евченко.

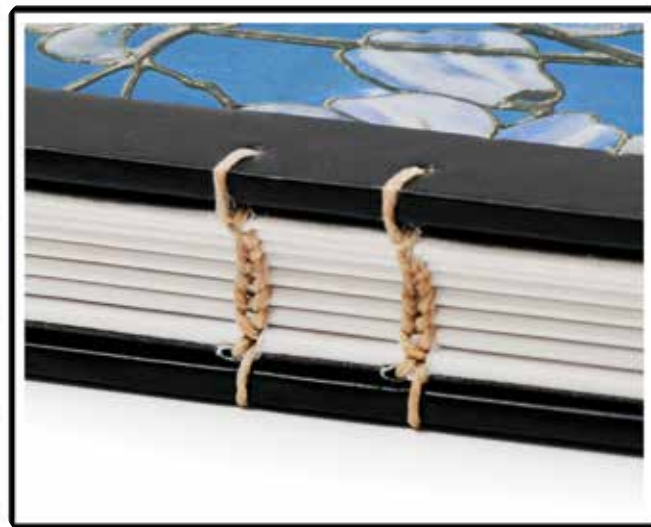
GIFT Review: Анастасия, расскажите о процессе изготовления продукции Paperblanks: каким нюансам производитель уделяет особое внимание?

Анастасия Евченко: Записные и алфавитные книги, блокноты и ежедневники, выпускаемые под ТМ Paperblanks, проработаны до мелочей. Ведь уже более 20 лет компания занимается книгопечатанием. Именно поэтому каждый, кто хоть раз взял в руки блокнот Paperblanks, уже не захочет с ним расставаться, настолько он красив и удобен. А начинается все с отбора тем мировых произведений искусства для новых обложек. Далее дизайнеры прорабатывают мельчайшие детали, чтобы затем применить уникальную технологию печати и максимально точно передать дух того времени. При производстве используется только каче-

ственная специальная бумага и точная ручная сборка.

GR: Какие гарантии производитель берет на себя?

А.Е.: Приобретая товар компании Paperblanks, покупатель может быть уверен, что нигде не нарушаются авторские права. Все макеты уникальны и создаются в соответствии с соблюдением авторских и смежных прав. В отличие от различного рода подражателей, которые постоянно пытаются скопировать дизайн наших обложек. Кроме того, вся продукция Paperblanks изготавливается в соответствии с правилами экологической безопасности для такого производства. На всех этапах идет тщательный контроль за качеством выпускаемой продукции.



НАЧИНАЕТСЯ ВСЕ С ОТБОРА ТЕМ МИРОВЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ИСКУССТВА
ДЛЯ НОВЫХ ОБЛОЖЕК.

Ежедневники 2014 год, а также блокноты, записные и алфавитные книги

paperblanks®

форматы:

- понедельный или подневной
 - горизонтальный или вертикальный
- размеры от micro до grande



tt.vvo.ru

(423) 244-66-66, 231-90-10

официальный представитель ТМ Paperblanks в России

ВСЕ МАКЕТЫ УНИКАЛЬНЫ И СОЗДАЮТСЯ В СООТВЕТСТВИИ С СОБЛЮДЕНИЕМ АВТОРСКИХ И СМЕЖНЫХ ПРАВ.

GR: Что имеется в виду под правилами экологической безопасности?

А.Е.: При создании блокнотов Paperblanks используется бескислотная бумага из целлюлозной массы, которая производится из древесины, заготавливаемой согласно методам устойчивого лесопользования. А переплетный картон – из 100% переработанного сырья.

GR: Давайте остановимся на переплетах более подробно. Какие варианты используются в Paperblanks?

А.Е.: При изготовлении блокнотов используется либо метод Smythe, либо ручная прошивка переплета согласно классическим традициям переплетного искусства. Прошивка бумажных листов, сложенных в блоки по 8, 16 или 21 странице, позволяет максимально открывать книгу. При этом страницы никогда не выпадают. Еще одним вариантом переплета является так называемый «открытый переплет». Это коптский метод, который зародился во II в. н.э. Листы сначала собираются в тетради, а затем сшиваются между собой цепочкой петель по всему корешку. Это одна из самых красивых и прочных конструкций переплетной работы.

GR: Немаловажно для такой продукции и качество бумаги. Какие показатели считаются в компании эталоном?

А.Е.: При производстве блокнотов, записных и алфавитных книг Paperblanks используется тонированная целлюлозная бумага «Верже» и переплетный картон. Все сырье на 100% из переработанных материалов и восстанавливаемых лесных ресурсов. Особая технология изготовления бумаги позволила увеличить непрозрачность листа, а добавление специальной жидкой глины – уменьшить поглощение чернил. Бумага сорта «верже» с детальным тиснением, а также текстура переплета вызывают приятные осязаемые ощущения.



GR: Различаются ли обложки Paperblanks по конструкции?

А.Е.: Книги Paperblanks могут закрываться различными способами. Один из вариантов – книга закрывается резинкой. Второй вариант – магнитная застежка-ремешок, которая бывает различных форм и видов в зависимости от коллекции.

Третий вариант – это застежка-клапан: удлиненная правая часть обложки складывается поверх передней и держится благодаря системе магнитов. Такой клапан не только закрывает книгу, но и помогает уберечь страницы от повреждений. И еще одним способом закрывания книги является магнитная застежка, напоминающая металлически замок. Очень красивая и оригинальная застежка, несущая в себе дух времени.

GR: И все же особая гордость Paperblanks – это дизайны обложек. Какие модели из года в год остаются популярными у поклонников бренда?



ВСЕ НОВЫЕ ДИЗАЙНЫ ОБЛОЖЕК, ПОДОБНО СОЗДАНИЯМ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ «ОТ КУТЮР», ХРАНЯТСЯ В СТРОЖАЙШЕМ СЕКРЕТЕ ДО ВЫХОДА НОВОЙ КОЛЛЕКЦИИ СЕЗОНА.

А.Е.: Paperblanks особенно гордится теми дизайнами, которые сочетают в себе не только оригинальную поверхность обложки и использование металлических застежек, но и подзабытый ныне метод нанесения орнамента на срез книжного блока.

Он широко применялся в средневековых книжных мастерских. Одной из самых популярных коллекций является Lindau – коллекция Евангелий из Линдау. Оклады Евангелий были созданы таким образом, чтобы внушать трепет и благоговение христианам раннего средневековья. Имитация позолоты, серебра, эмали и драгоценных камней, искусно украшающих обложку, притягивают взор. Такие коллекции как «Барокко Венталь», «Гролье Орнаментали» и «Серебряная филигрань»,

наверное, никогда не выйдут из моды. А «Серебряная филигрань» пополняется все новыми расцветками. Ну и, безусловно, «Лорел Бёрч» и «Муха» остаются неизменными популярными хитами.

GR: Судя по наличию коллекции с принтами модного дизайнера Лорел Бёрч, в Paperblanks следят за трендами и дизайнерскими находками. Какие еще

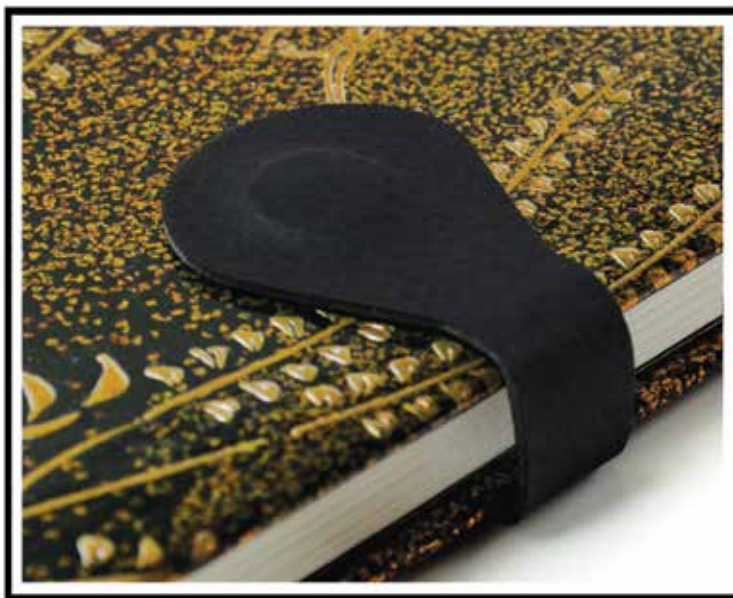
дизайны вы бы отметили как экстра-современные и ультрамодные?

А.Е.: Коллекции Paperblanks отражают дух эпохи или настроение, уникальность и неповторимость определенной страны. На обложку

попадают как воспроизведение исторических художественных ценностей, так и работы модных художников, как например, суперпопулярного в наши дни чешского художника и дизайнера Альфонса Мухи. Ведь на сегодняшний день мы видим возрождение его популярности. Особенно по нему «сходят с ума» жители Европы. Если можно так сказать, мы видим «ренессанс» его творчества на обложках книг Paperblanks. Творчество Эмми Уайнхаус в виде автопортрета и рукописей также нашли отражение на обложках записных книг. Кроме того, процент от продаж этих блокнотов идет в фонд Эмми.

GR: С какими художниками сотрудничает Paperblanks для создания именных серий?

А.Е.: Любые новые дизайны обложек, подобно созданиям коллекций одежды «от кутюр», хранятся в строжайшем секрете до выхода новой коллекции сезона. Поэтому кто и как создает эти творения, тоже держится в тайне. **GR**



УНИКАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ СЕРЕБРА

В преддверии любого праздника наша жизнь превращается в нескончаемый поток дел. Чтобы в суете приятных хлопот не забыть подарках, о них необходимо позаботиться заранее. А выразить особое отношение к тому, кому преподносится подарок, и подчеркнуть утонченный вкус дарителя помогут изделия завода «Северная чернь».

ЗАО «Северная чернь» – уникальное в своем роде предприятие, использующее древнерусский метод чернения по серебру, не имеющий аналогов в мире. Стиль великоустюгского ювелирного искусства ярко выделяется на фоне подобных художеств непревзойденным изяществом декора, строгой лаконичностью форм и филигранностью отделки серебряных изделий, а торговая марка «Северная чернь» стала гарантией высочайшего качества исполнения. Ассортимент предприятия содержит множество готовых решений, разнообразие которых позволяет подобрать подарок на любой вкус.



не только для книголюба, но и для каждого человека, имеющего дело с многостраничными материалами различного характера.

ПОЗАБОТЬСЯ О РОДСТВЕННИКАХ

Красивая и искусно украшенная черневым рисунком посуда из серебра во все времена была отличным подарком. Ассортимент предприятия ЗАО «Северная чернь» предлагает достаточно широкую посудную группу и различные предметы сервировки стола. Чтобы подарок был особенно приятным, у Вас есть возможность воплотить любой замысел в черневом рисунке. Большой популярностью пользуется такая услуга, как нанесение вензеля. Он может быть выполнен как по Вашим эскизам, так и на основе выбора из нескольких вариантов, предложенных профессиональными художниками предприятия. С таким подарком у Ваших родных появится прекрасная возможность создать свою коллекцию, постепенно пополняя ее различными предметами. А в дальнейшем это столовое серебро можно будет передавать из поколения в поколение как семейную ценность.

ПОРАДУЙТЕ ДРУЗЕЙ

Впереди нас ждет Новый 2014 год – год Лошади по восточному календарю. «Северная чернь» готовилась к этому событию задолго, создав целую серию новинок – изделий с символом года. Изысканная подкова, декорированная завораживающим черневым узором, удачно впишется в интерьер любой гостиной. Этот магический подарок из серебра будет желанным в каждом доме, являясь очень древним оберегом жилища и одновременно символом плодородия и благоденствия.

Лошадь – умное животное, трудолюбивое, поэтому и подарок должен быть практичным, чтобы человек им пользовался и вспоминал своего дарителя. Освежитель воды с символом лошади в чудесном декоре доставит радость и праздничное настроение.

А изящная закладка для книг с изумительным черневым узором будет выглядеть оригинальным подарком

ПОДАРКИ ДЕТЯМ

Кому как не детям больше всего не терпится поскорее посмотреть, что же такого в этом году принес Дед Мороз?! Подарки из серебра способны создать сказочное настроение и стать маленьким чудом в новогоднюю ночь. Подарив ребенку серебряную вещь, вы сделаете не просто красивый жест, а проявите настоящую заботу о его здоровье.



«Северная чернь» предлагает ассортимент детских товаров, в котором есть оригинальные дизайны различных украшений, именных ложечек и вилок.

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ С ЛОГОТИПОМ

Корпоративные новогодние подарки в наше время – это одна из неизменных составляющих делового этикета. Такие подарки помогают создать дружественную атмосферу в коллективе, наладить взаимоотношения с коллегами и просто повысить имидж руководства в глазах сотрудников. Завод «Северная чернь» изготовит сувениры, украшения и аксессуары с желаемым логотипом, символикой, изображением, органично вписанным в дизайн серебряного изделия. Опыт выполнения индивидуальных заказов позволяет предприятию удовлетворить самые взыскательные запросы. Мастера «Северной черни» помогут создать подарок как для отдельных персон, так и для организаций. Его невозможно будет проигнорировать, он не ляжет на пыльную полку. Благодаря своей уникальности, вложенным в него душе и теплу рук мастера, такой презент станет демонстрацией высокой степени уважения.

ОРИГИНАЛЬНЫЕ НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ

Нестандартный подарок непросто сделать, потому что он должен выходить за рамки привычного. И такой сувенир способен вдохновить на новые идеи. Именно поэтому мастера завода «Северная чернь» разработали необыкновенную серию имиджевых подарков. Каждый предмет представляет собой настоящее произведение искусства,



которое придется по вкусу даже самой искушенной персоне.

НУ И КОНЕЧНО ЖЕ, В ПРЕДНОВОГОДНЕЙ СУЕТЕ ВЫБОРА ПОДАРКОВ НЕ ЗАБУДЬТЕ О СЕБЕ

В преддверии праздника у каждого возникает желание доставить удовольствие не только близким людям, но и побаловать подарками себя. Наше предприятие может предложить готовые подарки на любой вкус, а также изготовить на заказ уникальные изделия, подходящие именно под Ваши предпочтения и под Ваш бюджет. Это могут быть сувениры, украшенные символикой или иным изображением, а также ювелирные украшения, завораживающие волшебным изяществом форм и изысканностью отделки.



Серебряные изделия являются универсальным презентом. Подарки от «Северной черни» всегда несут в себе не только красоту, но и ценность. Для тех, кто заботится о своем здоровье, ионы серебра будут как нельзя кстати. А для тех, кто привык считать свои деньги, серебро является отменным капиталовложением, ведь с годами его стоимость только растет. И конечно же, для ценителей красоты нет ничего прекраснее блеска этого металла!

Закрытое акционерное общество «Великоустюгский завод «Северная чернь»

162390, Россия, Вологодская обл.

г. Великий Устюг

ул. А.Угловского д.1

Тел.: (81738) 259-12

sale@sevchern.ru

www.sevchern.ru

ОРУЖИЕ НЕ К БОЮ

Если на стене висит ружье, то оно обязательно выстрелит... Крылатая фраза Антона Павловича Чехова про театр звучит неоднозначно в случае с нашей темой – сувенирное оружие. В действительности такие предметы, конечно, предназначены не для стрельбы или убийства, охоты, самообороны. Они «висят на стене» для престижа и радуют глаз одним своим видом. Впрочем, оно – ружье – будучи эксклюзивным подарком, непременно выстрелит! В переносном смысле. Какими качествами должно обладать сувенирное оружие и что именно придает многотысячную, а иногда и миллионную стоимость этой продукции, мы решили выяснить с экспертами сегмента.

Интересно, что докопаться до истоков самой традиции дарения оружия не представляется возможным. Похоже, такой дар ценился с незапамятных времен. Так, к примеру, в древнерусских летописях упоминается эпизод с византийцами: они преподнесли князю Святославу золото и драгоценные камни, но не получив ожидаемой благосклонности, вручили князю оружие, после чего сразу же были приняты теплейшим образом. Но копаям глубже и встречаем упоминание обычая приносить в дар оружие и военные трофеи в истории Древнего Рима с датами V века до н.э.

И похоже, с тех времен ценность подарка в виде оружия не упала. Конечно, сегодня это не военные трофеи, и не только дары в кругах сильных мира сего. Сувенирное оружие преподносят и на уровне первых лиц государств, и в формате корпоративных подарков, и на частных торжествах. Цель одна – произвести впечатление и подарить адресату элемент престижа. Именно ради этого мастера всего мира стараются придать красоту и великолепие такой, казалось бы, неприятной (с точки зрения прямого назначения) вещи, как оружие, будь то ружье, меч, кинжал или даже арбалет.

В настоящее время выпуском сувенирного оружия занимаются как оружейные заводы («Ижмаш», ТОЗ), так и небольшие фабрики, мастерские. Часть из них специализируется исключительно на небоевом оружии, а именно на копиях, муляжах, репликах исторического или современного оружия в их художественной интерпретации. Кроме того, есть производства, поставившие на поток создание сувенирных вариантов оружия. Большая часть из них расположена в странах Азии и поставяет на мировой рынок массовый дешевый товар, доступный широкому кругу потребителей. Такие изделия мало чем отличаются от штампованных статуэток и шкатулок, не



ЗОЛОТЫЕ ПРОМЫСЛЫ УРАЛА (ЗЛАТОУСТ)
WWW.VIP-ZLAT.RU

представляя ни малейшей культурной ценности. Напротив, продукция ручной работы искусных мастеров-оружейников и гравиров со временем может стать больше, чем просто частным подарком, – официально признанным достоянием национального масштаба.

АССОРТИМЕНТ

По оценкам GIFT Review, около 2/3 рынка сувенирного оружия приходится на копии, реплики и декорированные вариации холодного оружия. Это самурайские мечи, кинжалы, ножи, сабли, шашки, шпаги, арбалеты, топоры, секиры, томагавки, казачьи шашки и пр. В этой сфере одним из заметных производителей является ООО ПП «Кизляр», где создают сувенирное холодное оружие на «кавказскую» тематику и не только – как в тиражном формате, так и в единичных авторских экземплярах. Продукция с маркировкой «Кизляр» поставляется не только на российский рынок, но и экспортируется в Великобританию, Германию, США, Тайвань и другие страны мира. Заметными игроками этой ниши являются и оружейные производства, исторически расположенные в г. Златоуст, где веками развиваются традиции гравюры по металлу и создание декорированного оружия. Также популярны модели сувенирного холодного оружия таких зарубежных производителей, как Armas del Mundo (Китай), Ryuichi Swords (Япония), Art Gladius (Испания).

Кроме того, в ассортименте подарочных салонов и специализированных ритейлеров – сувенирные пистолеты, револьверы, винтовки, ружья, карабины, стилизованные автоматы (например, «Автомат гангстера») и даже копии пушек (в основном, конечно, в миниатюрных размерах). В случае с полноразмерными копиями огнестрельного оружия речь, как правило, идет о бутафории, т.е. не способном стрелять орудии. Например, широко представленный у нас на рынке испанский производи-

**ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ КОНКРЕТНОГО ИЗДЕЛИЯ К ХОЛОДНОМУ ОРУЖИЮ РЕШАЕТСЯ
ЭКСПЕРТНО-КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИМ ЦЕНТРОМ МВД РФ ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ
СООТВЕТСТВУЮЩИХ ИССЛЕДОВАНИЙ.**

**ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ СЕРТИФИКАЦИИ КОНСТРУКТИВНО СХОДНОГО
С ОРУЖИЕМ ИЗДЕЛИЯ ТРЕБУЕТСЯ ПОДАТЬ ЗАЯВКУ В ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ,
ОФИЦИАЛЬНО АККРЕДИТОВАННЫЙ В СИСТЕМЕ ГОССТАНДАРТА РФ.**

тель Denix предлагает большой выбор огнестрельного оружия в бутажорском варианте, визуальное оно абсолютно идентичное боевому прототипу. Стоимость таких декоративных пистолетов, автоматов и ружей в среднем 6-9 тысяч рублей в розницу.

Среди сувенирного оружия массового производства наиболее востребованными являются модели а) хорошо узнаваемые (явная принадлежность к эпохе, ассоциация с историческими фильмами, современные модели оружия) и б) красиво украшенные/оформленные/презентованные (в подарочной упаковке, на декоративных подставках и панно, с дополнительными элементами типа востроенного футляра для стопки или нагрудного жетона шерифа). «Наиболее популярными у наших покупателей являются модели оружия, активно применявшегося относительно недавно – во времена Первой и Второй мировых войн, – говорит **Михаил Черниговский, коммерческий директор**

ООО «Мир Подарков». – В последнее время возросшее внимание к Отечественной войне 1812 г. сыграло на увеличении интереса покупателей к моделям оружия той эпохи. Конкретно на выбор той или иной модели влияют сложившиеся, в основном под влиянием синематографа, стереотипы, иногда ошибочные. Так, наш покупатель под немецким «шмайссером» знает автомат МР-40 и охотнее покупает именно эту модель, тогда как реальный «шмайссер» – автомат МР-41 – пользуется меньшим спросом».

Интересно, что опрошенные GR участники сегмента отмечают стабильный интерес покупателя именно к отечественным образцам оружия. «Хорошим спросом пользуется шашка казачья рядовая, – комментирует **Николай Долбин, руководитель компании «Оригинал».** – Это оружие достаточно долго состояло на вооружении российских, а позднее и советских войск. Впервые на вооружение всех кавалерийских войск шашка была принята в 1881 году. И оставалась на вооружении вплоть до 1949 года. Шашка в войсках используется до сих пор, но только на военных парадах. Очень эффектно используется она и при разводах караулов кремлевского полка. Это поистине интересное и запоминающееся зрелище».

Стоит добавить, что к ассортименту сувенирного оружия прилагается целый список сопутствующих позиций, таких как:

- футляры для хранения, выполненные в коже и с внутренней отделкой дорогими тканями;
- подставки для ножей, сабель, клинков, шпаг;
- настенные крепления и панно;
- соответствующие историческому периоду оружия доспехи, шлемы, сумки и даже костюмы;
- щиты и целые композиции сувенирных трофеев.

ЭКСКЛЮЗИВ

Самое очевидное отличие сувенирного оружия от боевого, конечно, во внешнем виде. Нюанс с функциональными различиями мы рассмотрим чуть ниже. Декорированное, бутажорское оружие, копии и реплики производятся для красоты, поэтому эстетичность всех деталей оружия прежде всего. Мастера применяют традиционные и высокотехнологичные способы гравировки,ковки, литья, заточки, резьбы и пр. Так, меч «Княжий» из ассортимента

Творческого объединения «СТАТУС» изготовлен по прототипу русского меча IX-XI вв. При его создании используются следующие техники:ковка, литье, выколотка, рисовка лаком, гравировка иглой, травление, гравировка резцом, никелирование, золочение, чеканка, художественная обработка дерева,



вожжение, литье, ювелирные работы.

Элементы сувенирного оружия часто изготавливаются из ценных пород дерева, дорогостоящей кожи, высококачественных, а также драгоценных металлов. Нередко в декоре используются драгоценные и полудрагоценные камни. К примеру, реплика сабли Тамерлана «Зульфаткар» в исполнении мастеров компании «Золотые промыслы Урала» (г. Златоуст) создана с использованием дамасской стали. «В богатейшей и очень тонкой, искусной отделке ножен и рукояти использовано около 300 драгоценных и ювелирных камней, – описывает эту саблю **Андрей Богданчиков, руководитель отдела маркетинга компании «Золотые промыслы Урала».** – Это изумруды, рубины, бриллианты, гранаты, аметисты, сапфиры, кабалоны уральского малахита».

Помимо эксклюзивного декора высоко ценится точность копии, если речь идет о знаковом в историческом плане экземпляре. «За основу наших клинков мы в основном берем исторические прототипы клинков, стоявших на вооружении русской армии и флота, а также традици-

онные азиатские национальные клинки, – рассказывает **Алена Плотникова, директор московского представительства фабрики «Оружейникъ» Златоуст (ООО «Арт-Грани»)**. – Поэтому наша эстетика опирается не столько на внешнюю красоту, сколько на дух, традиции и боевую славу предков». Так, сабля гусарская «Взятие Измаила» от этого производителя создана на базе гусарской французской сабли образца 1790 года. Копирование иностранных образцов было характерно для России XVIII-XIX веков. Подобные образцы стояли на вооружении регулярных гусарских полков до 1917 года. Характерный «блехеровский» эфес под прямым углом, переходящий в крестовину, не давал сабле заваливаться в сторону при нанесении удара. «Холодное сувенирное оружие должно быть максимально приближено к старинным прототипам, – уверен **Николай Долбин, руководитель компании «Оригинал»**. – Иностранные модели сувенирного оружия очень далеки от «исходников». В сохранении традиций исполнения можно позавидовать японским мастерам».

ЦЕННИК

В этом сегменте разброс розничных цен как нигде масштабен. От нескольких сотен рублей до нескольких миллионов. На рынке присутствуют, как мы уже отмечали, как производители массового товара, так и создатели абсолютного эксклюзива. Именно поэтому цена на одну и ту же категорию продукции может отличаться в тысячи раз. **Андрей Шаньширов (Творческое объединение «СТАТУС»)** разделил сувенирное оружие по стоимости на следующие ценовые группы: до 10000р. (недорогие сувениры), от 10000 до 90000р. (подарки среднего ценового диапазона), от 90000р. до 600000р. (дорогое оружие) и от 600000р. (дорогие произведения оружейного искусства). «Цена сувенирного оружия зависит от многого: стоимости драгоценных металлов покрытия, ювелирных камней, авторского коэффициента в работе, уровня сложности исполнения, эксклюзивности, поясняет **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Все зависит от финансовых возможностей покупателя, его видения, вкуса».

В случае с дорогими экземплярами большую часть стоимости составляет труд мастеров. «Главное – это кропотливый ручной труд художников, дизайнеров, мастеров-оружейников, – уверена **Алена Плотникова (фабрика «Оружейникъ» Златоуст, ООО «Арт-Грани»)**.

– Сложно измерить рублями такой показатель, как уникальность оружия, но за удовольствие иметь индивидуальную, неповторимую вещь люди готовы платить больше. В Средние века люди верили, что у клинка имеется собственная душа. В продукте конвейерного производства душу разглядеть сложно, а в клинке вышедшем из-под руки мастера, вручную гравировавшего каждый завиток орнамента, стоит увидеть индивидуальность, схожую с человеческой личностью».

Можно сказать, что стоимость образцов сувенирного оружия обратно пропорциональна тиражам, которыми они выпускаются. В целом, эксперты отмечают, что объемы производства не столь велики, как и у любого товара ограниченного спроса. Однако массовое производство отличается по качеству и сложности исполнения. «В наших изделиях не используются драгоценные металлы, редкие марки стали и драгоценные камни, поэтому их можно вполне назвать массовыми изделиями, – рассказывает **Николай Долбин (компания «Оригинал»)**. – Массовые – это значит тираж одного изделия около 1000 штук в месяц. В масштабах России эта цифра не кажется большой. «Разлет» по цене на клинок может быть от 1000 и до 150000 рублей. А клинок китайского производства может стоить 500-1000 рублей в оптовых ценах. Но нужно понимать, что этот клинок не имеет качественной стали, многие элементы отделки могут быть из пластмассы, окрашенного пластика и т.д.»



ООО «МИР ПОДАРКОВ»
WWW.MIR-PODARKOV.RU, WWW.ARMOSFERA.RU

Для многопрофильных ритейлеров подарков и сувениров массовый товар, пожалуй, более привлекателен. При относительно низкой стоимости он имеет более широкую аудиторию покупателей. А значит, и сбыт такого товара идет более стабильными и быстрыми темпами. «Среди фабрик, представленных у нас, присутствуют как производители относительно дорогих брендов (испанские Art Gladius и Marto, цена в рознице 8000-15000 рублей), так и более демократичные (испанские же Denix и Kolser, цена в рознице 2000-8000 рублей; итальянская Balestra) и

совсем «народные» (многочисленные китайские производители, цена которых начинается от 600 рублей). Работаем и с японским производителем самурайских мечей (4000-7000 рублей), – перечисляет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)** и добавляет: Поскольку мы все еще на рынке и уходить с него не торопимся, можно сделать вывод, что декоративное оружие даже поточного производства все еще востребовано покупателями».

Не удивительно, что производители штучного товара,

авторские мастерские и фабрики с многолетним опытом и традициями, не воспринимают производителей недорогих копий и реплик как конкурентов. Эксклюзив находится в слишком большом ценовом отрыве – аудитория кардинально различается. «Например, стоимость самой дорогой сабли у нас может достигать 2 миллионов рублей, – отмечает **Саид Идрисов («Кубачинское серебро»)**. – Мастер может потратить до 1 года на изготовление одной сабли высшей категории».

В РАМКАХ ЗАКОНА

Производство, оборот и хранение оружия жестко регулируется законодательством и отслеживается соответствующими органами. Каким же образом производители, продавцы и покупатели сувенирного оружия остаются в рамках закона? Во-первых, отметим, что основные положения, на которые должны ориентировать не только продавцы, но и покупатели такой продукции, прописаны в «Федеральном законе об оружии». В законодательном плане сувенирное оружие, как правило, не является оружием как таковым – оно относится к категории «конструктивно сходного с оружием изделия». Закон не считает оружием товары, сертифицированные в качестве изделий хозяйственно-бытового и производственного назначения. Выдачей таких сертификатов занимаются специализированные организации. Поэтому даже бутафорское ружье, не способное выстрелить, но имеющее внешнее сходство с боевым прототипом, должно иметь сертификат. Только при его наличии не возникнет проблем, например, при провозе товара через границу и таможенную или при хранении, транспортировке такого предмета конечным потребителем. Особенно это важно в случае с высокохудожественными образцами сувенирного оружия. Как пояснил GR **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**, на таможне могут потребовать справку от министерства культуры о том, что данный образец не является произведением искусства и не обладает художественной ценностью.



«В законе проведена классификация клинковых изделий по назначению и определена степень ограничения их оборота, – комментирует **Андрей Шаньширов, руководитель творческого объединения «СТАТУС»**. – Любой производитель или продавец должен подтвердить своё право на продажу ограниченного в обороте оружия наличием соответствующей лицензии, а если он говорит, что это не запрещённый и не ограниченный в продаже товар, то обязан подтвердить свои слова сертификатом,

копию которого должен предоставить покупателю. Это касается любых клинковых изделий независимо от времени их изготовления».

Действительно, дистрибьютору или продавцу необходимо подтверждать принадлежность каждой модели к разряду декоративного оружия специальным сертификатом соответствия. «Чтобы получить такой сертификат, – поясняет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**, – надо пройти ряд процедур, одной из которых являются криминалистические испытания образцов каждой из моделей – наиболее затратная часть в деле получения разрешительной документации. Также требуется оформлять специальное разрешение МВД на ввоз образцов декоративного оружия, выдаваемое на каждую новую позицию».

Чтобы сувенирное оружие было признано таковым, производителям приходится придавать продукции ряд «недоработок». С огнестрельным оружием все довольно просто – в большинстве случаев отсутствует сам механизм, производящий выстрел. С холодным оружием ситуация сложнее – здесь довольно много ограничений для лезвия по материалам, толщине, формам, степени и виду заточки. «Те детали, которыми укомплектовано декоративное оружие, не подлежат «доработке» до полноценного боевого оружия, – добавляет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**. – Кроме того, декоративное оружие изготавливается не из оружейных материалов. Отличие от холодного оружия в том, что либо материал, используемый для выполнения пора-

ГОСТ Р №51715-2001

ДЕКОРАТИВНЫЕ И СУВЕНИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, СХОДНЫЕ ПО ВНЕШНЕМУ СТРОЕНИЮ С ХОЛОДНЫМ ИЛИ МЕТАТЕЛЬНЫМ ОРУЖИЕМ, ДЕКОРАТИВНЫЕ И СУВЕНИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, ИЗГОТОВЛЕННЫЕ ПО ОПРЕДЕЛЕННЫМ ОБРАЗЦАМ ХОЛОДНОГО ИЛИ МЕТАТЕЛЬНОГО ОРУЖИЯ, СООТВЕТСТВУЮТ ПО ВНЕШНЕМУ СТРОЕНИЮ КОНКРЕТНЫМ ВИДАМ ИМИТИРУЕМЫХ ОБРАЗЦОВ ХОЛОДНОГО ИЛИ МЕТАТЕЛЬНОГО ОРУЖИЯ, НО НЕ ДОЛЖНЫ ОБЛАДАТЬ ИХ БОЕВЫМИ СВОЙСТВАМИ, ЛИБО ИХ БОЕВЫЕ СВОЙСТВА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНО СНИЖЕНЫ.

жающей части холодного оружия не обладает «убойной» жесткостью, либо ослаблено место крепления клинка с рукоятью/древком, что делает невозможным использование сувенирного оружия в боевых целях». Такой способ, к примеру, применяется компанией «Кубачинское серебро». «В сувенирных саблях и кинжалах Кубачи используются боевые клинки, – рассказывает **Саид Идрисов, замдиректора компании «Кубачинское серебро»**. – Отличие от боевых лишь в том, что на сувенирном оружии ручка кинжала или сабли соединяются с лезвием специальным составом, а на боевом – клинок крепится к ручке намертво». По словам **Андрея Богданчикова («Золотые промыслы Урала»)**, в некоторых случаях при изготовлении сувенирных шпаг и кинжалов используется понижение твердости закалки марочной стали, кроме того, в образцах колющего и режущего оружия в основании хвостовиков клинка делаются специальные пропилы.

ЦЕЛЬ

Специфика сегмента такова, что производители и продавцы ориентируются главным образом на мужские интересы. Конечным потребителем сувенирного оружия в основном является именно мужчина. Причем участники рынка довольно четко представляют себе типаж, для которого актуален такой подарок. «Эти сувениры, как правило, далеки от гламура, их покупают достаточно brutальные и уверенные в себе люди», – считает **Николай Долбин (компания «Оригинал»)**. А **Андрей Шанышев (Творческое объединение «СТАТУС»)** подчеркивает, что и повод должен быть важным, и отношение дарителя особенным: «Такой подарок подходит в тех случаях, когда хочется «запечатлеть на века» достижения и победы одариваемого, когда хочется оставить память о важных событиях, когда хочется сделать настоящему достойный подарок настоящему Мужчине».

В числе «настоящих» называются чаще всего бизнесмены и их иностранные партнеры, коллекционеры, любители военной истории. В числе покупателей сувенирного оружия встречаются также декораторы и дизайнеры интерьеров, сотрудники киностудий. А вот ставка на увле-

ченных людей, так называемых «ролевиков» (участники исторических реконструкций или ролевых игр по мотивам книг и фильмов), не оправдывает себя. «Одно время мы завозили в расчете на ролевиков почти полную подборку мечей из так любимого молодежью фильма «Властелин Колец», – вспоминает **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**. – Но особого всплеска продаж по ним не было: предположу, что нынешние Фродо&Со

(от имени героя из «Властелина колец» – GR) для инсценировок своих представлений обходятся любыми попадающимися под руку предметами, своим богатым воображением и его будоражащими средствами».

Продавцы разнообразного по цене и качеству сувенирного оружия рассчитывают на более широкий круг потребителей, нежели фабрики и мастерские со штучным товаром. Сувенирное оружие в случае с первыми позиционируется более универсальным подарком. Оно предлагается в качестве просто красивого декора для интерьера, неожиданного или тематического свадебного подарка, и даже в качестве подарка ребенку на день рождения.

Участники рынка, которые специализируются на дорогих и эксклюзивных репликах и муляжах оружия, больше склонны к импровизации в сфере оформления и подачи такого презента. Такие компании, как правило, предлагают разнообразные способы индивидуализации и персонализации изделий, дорогие варианты упаковки. «В нашей практике был случай, когда в зал торжеств въезжал рыцарь на белом

коне и вручал дарителю меч, рукоять и ножны которого переливались драгоценными камнями, великолепной инкрустацией из золота и серебра, платины, – рассказывает **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Вот такой незабываемый подарок сделали члены совета директоров председателю общества одной из успешных нефтяных компаний. На изготовление этого меча мастером потребовалось несколько месяцев, его стоимость составляла несколько миллионов рублей. И самое главное, его владелец знает – подобного меча в мире нет! И во втором экземпляре он не может быть создан, этот пункт был специально отражен в договоре».

Стандартный повод для вручения подобного эффектного подарка – юбилей или награждение за заслуги, успе-



ТО «СТАТУС» WWW.STATUS1.RU

«ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОБ ОРУЖИИ». СТАТЬЯ 1

К ОРУЖИЮ НЕ ОТНОСЯТСЯ ИЗДЕЛИЯ, СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ В КАЧЕСТВЕ ИЗДЕЛИЙ ХОЗЯЙСТВЕННО-БЫТОВОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ, СПОРТИВНЫЕ СНАРЯДЫ, КОНСТРУКТИВНО СХОДНЫЕ С ОРУЖИЕМ.

хи, достижения. «В мире бизнеса такой подарок партнеру может служить хорошей завязкой продолжительных взаимовыгодных отношений или «благодарностью в металле», если партнерство уже длится не первый год», – уверены в компании **«Арт-грани» (Фабрика «Оружейник» Златоуст)**. Получается, с древних времен, о которых мы упоминали в самом начале статьи, мало что изменилось. Сувенирное оружие высокого класса особенно востребовано для преподнесения иностранным партнерам по бизнесу или представителям зарубежных государственных деятелей. Основными заказчиками в этом случае выступают корпоративные клиенты – крупные компании и государственные организации. «Некоторые корпорации в последнее время формируют свой подарочный фонд либо

Возможности персонализации сувенирного оружия у российских производителей довольно широки и вполне доступны. А фантазия заказчика ограничивается исключительно бюджетом. Опыта гравиров и мастеров хватает на самые изысканные решения и оптимальные варианты.

В качестве итога нашего исследования сегмента подарочного оружия стоит отметить, что он достаточно четко поделен на две отдельные ниши, аудитория которых практически не пересекается. Массовый товар пользуется стабильным спросом у широкого круга потребителей, а эксклюзивные изделия в основном реализуются в формате корпоративных заказов. Ценовая политика игроков этого рынка подчинена четким правилам и вполне объ-



КОМПАНИЯ «ОРИГИНАЛ» WWW.ORIGI.RU

собственную корпоративную коллекцию, призванную поразить роскошью, – отмечает **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Это существенно повышает положительный имидж компании, свидетельствует о ее надежности, перспективах развития». А в компании «Мир подарков» отмечают стабильный спрос со стороны силовых ведомств, которые приобретают модели известных образцов оружия к «мужским» и профессиональным праздникам в подарок коллегам.

«Корпоративные клиенты дают большую часть заказов, поскольку подарочный бюджет предприятий, как правило, больше подарочного бюджета физических лиц, – поясняют в компании **«Арт-грани» (Фабрика «Оружейник» Златоуст)**. – Они берут как готовые изделия, так и размещают специальные заказы. По требованию заказчика на изделия наносится индивидуальная гравировка. Это может быть дарственная надпись или просто имя будущего владельца. Изделия могут быть снабжены корпоративной символикой. В случае срочного заказа, когда нет времени делать изделие «с нуля», можно добавить дарственную табличку на футляр, чтобы индивидуализировать подарок».

ективна. Несмотря на то, что от некоторых экспертов мы слышали пессимистичные оценки перспектив как для одной, так и для другой ниши, сегмент сувенирного оружия в целом находится в стадии стабильного спроса и развития. Даже в условиях, когда основная масса компаний урезает бюджеты на корпоративные подарки и сувениры, в бизнесе регулярно возникают ситуации, когда необходимы действительно впечатляющие подарки. А в случае с массовым товаром, к которому с пренебрежением относятся создатели эксклюзива, «штамповка» занимает прочные позиции на рынке и вряд ли когда-нибудь сдаст свои позиции в пользу более дорогостоящего авторского товара. **GR**

Дарья Балаян

Редакция GIFT Review выражает особую признательность компаниям, любезно предоставившим комментарии и иллюстрации для материала:

- Золотые промыслы Урала (Златоуст), www.vip-zlat.ru
- Компания «Оригинал», www.origi.ru
- ООО «Кубачинское серебро», www.kubachiserebro.ru
- ООО «Мир Подарков», www.mir-podarkov.ru, www.armosfera.ru
- «Союзпрезент», www.souzpresent.ru
- Творческое объединение «СТАТУС», www.status1.ru
- Фабрика «Оружейник» Златоуст, ООО «Арт-Грани», www.oruzheink.ru

НАСТОЯЩИЙ МУЖСКОЙ ПОДАРОК

Новый год совсем скоро, поэтому уже пора подумать о следующем праздничном сезоне. Большинство корпоративных заказчиков и самые предприимчивые потребители вот-вот переключатся на первую серьезную дату 2014-го. Речь, конечно, о 23 февраля. На этот особенно популярный в последнее время праздник всегда сложно подобрать подарки – многие хотят преподнести по-настоящему мужской подарок, символичный, функциональный и при этом эксклюзивный и статусный. В этом выпуске мы подготовили обзор новинок, отвечающих этим параметрам.



VICTORINOX

КОМУ

МУЖЧИНЫ - 25+, ДОХОД - СРЕДНИЙ И ВЫШЕ СРЕДНЕГО, УСПЕШНЫЕ, АКТИВНЫЕ С РАЗЛИЧНЫМИ УВЛЕЧЕНИЯМИ (ОХОТА, АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЕ И Т.Д.), ОФИСНЫЕ РАБОТНИКИ И НЕ ТОЛЬКО, КАЖДАЯ МОДЕЛЬ НОЖА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ РАЗНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ.

VICTORINOX HUNTER PRO

Новая серия охотничьих ножей представляет собой продукт многолетнего сотрудничества компании Victorinox с любителями охоты.

Нож Hunter Pro не требует применения дополнительных приспособлений – он имеет большое одностороннее лезвие с петлей для открывания одной рукой и удобную прочную рукоятку.

Модель поставляется со специальным чехлом.



VICTORINOX CLASSIC С USB-МОДУЛЕМ

Классические мультитулы поставляются с 16-, 32- гигабайтным USB-модулем.

«Электронное лезвие» может стать постоянным помощником обладателя нового ножа. USB-модуль легко прячется в рукоятке перочинного ножа Victorinox.





CROSS®

КОМУ

ПРОФЕССИОНАЛЫ В БИЗНЕСЕ,
КОЛЛЕКЦИОНЕРЫ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ
ПИШУЩИХ ИНСТРУМЕНТОВ.

CROSS TOWNSEND 20th ANNIVERSARY

Лимитированная коллекция, выпущенная тиражом 500 шт. в честь празднования 20-й годовщины одной из наиболее выдающихся коллекций пишущих инструментов – Cross Townsend.

Всемирно узнаваемые перьевые ручки своими характерно широким диаметром корпуса в вариации Limited Edition отличаются уникальным текстурированным дизайном алмазной гравировки на корпусе. Он покрыт 23-каратной позолотой.

Каждая из 500 ручек снабжена пером, выполненным из чистого золота 18 карат, и имеет индивидуальный номер. В комплекте: конвертор для перьевой ручки и 2 картриджа с черными чернилами. Поставляется в подарочной коробке с буклетом.



ГОД ЛОШАДИ В СЕРИИ CROSS CHINESE ZODIAC

2014 год – Год Лошади – ознаменован выпуском новой серии ручек. Элегантно выгравированный силуэт Китайской Императорской Лошади на корпусе этой ручки символизирует силу и решимость своего обладателя. Отличительная черта этой изысканной ручки ручной работы – пылающий красный лак на корпусе, свидетельствующий о стремлении к успеху и удаче или красивый мерцающий белый цвет лака, передающий уверенность и силу характера каждого, кто родился под этим благоприятным знаком. Корпус ручки украшен глубокой гравировкой с 23-каратной позолотой. Поставляется в подарочной коробке, в комплекте специальный буклет и съемная подставка под ручку для представления ее в розничной торговой точке.

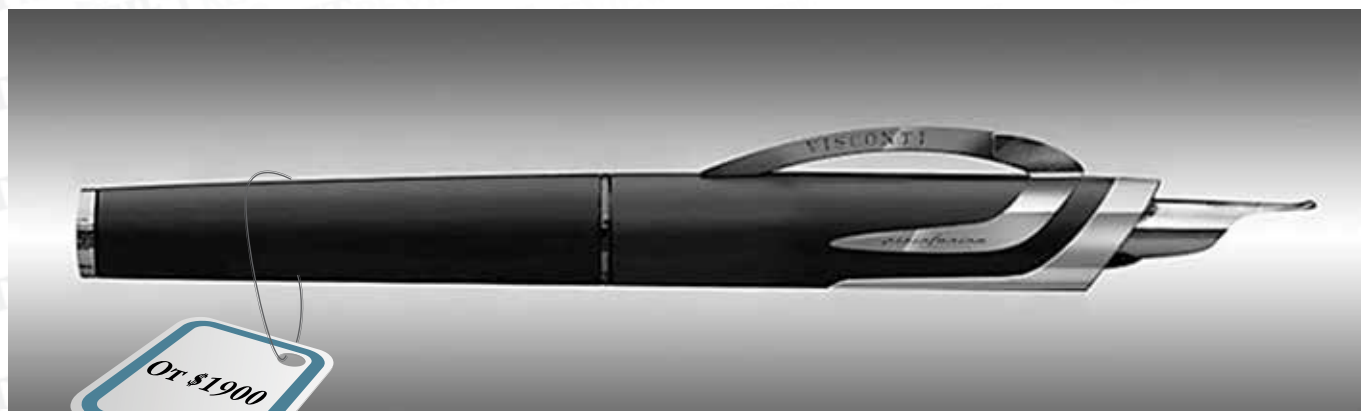


КОМУ

МУЖЧИНЫ 25+, УСПЕШНЫЕ В КАРЬЕРЕ, АКТИВНЫЕ,
БИЗНЕСМЕНЫ. ДОХОД - ВЫШЕ СРЕДНЕГО.



VISCONTI PININFARINA CARBONGRAFITE



Плод сотрудничества бренда Visconti с известным дизайнерским ателье Pininfarina. Ручки этой коллекции представляют собой смешение традиций и новаторства. Корпус ручек изготовлен из углеродного графита и дополнен хромированными элементами отделки. Отсутствие традиционного колпачка стало возможным

благодаря поворотному механизму выдвижения пера и автоматически закрывающейся воздухонепроницаемой системе, предотвращающей высыхание. Коллекция выпущена ограниченным тиражом – 930 роллеров и 930 перьевых ручек с пером Chromium 18 Smartouch.

КОЛЛЕКЦИЯ ИЗДЕЛИЙ ИЗ КОЖИ DREAMTOUCH



Создатели сделали упор на аксессуары для пишущих инструментов, а также портмоне, чехлы для кредитных карт и iPad, шкатулки для драгоценностей, часов и сигар, брелоки с отделениями для мелочи. Все изделия выполнены из кожи высокого качества. Стильная монограмма

Visconti подчеркивает элегантность и сдержанность аксессуара, становится символом респектабельности и репутации. Italianские дизайнеры разработали подарочную упаковку для каждого предмета.



КОМУ

МУЖЧИНЫ 30+, УСПЕШНЫЕ БИЗНЕСМЕНЫ, ИСКУШЕННЫЕ
ЗНАТОКИ ТЕХНОЛОГИЙ И ИСТОРИИ, КОЛЛЕКЦИОНЕРЫ.
ДОХОД - ВЫСОКИЙ.

AURORA LEONARDO DA VINCI

Перьевая ручка Aurora Leonardo da Vinci считается произведением искусства. На ней запечатлен эскиз Леонардо да Винчи крыла дельтаплана, спроектированного Giampiero Bodino. Эта ручка изготовлена лимитированным тиражом в 1919 штук, что является косвенным напоминанием о дате основания компании, когда были выпущены первые пишущие инструменты под маркой Aurora. Тончайшее перо Leonardo da Vinci имеет элегантный баррель и вмонтировано в позолоченный корпус с гравировкой увенчанный наконечником обтекаемой формы. Коническое элегантное перо из 18-каратного золота схоже с формой птичьего пера, но под золотым корпусом скрыт современный механизм подачи чернил. Каждая ручка имеет индивидуальный номер. Шикарная письменная принадлежность выпускается в изысканном футляре из натурального дерева, отделанном атласом с внутренней стороны.



AURORA DANTE INFERNO



Лимитированная серия перьевых ручек Dante Inferno. Слоган компании «Прекрасная и верная» нашел отражение в дизайне пишущего инструмента. Линии корпуса, выполненного из черной смолы в сочетании с отделкой розовой позолотой, плавно сходятся на острие тонкого

надежного пера из розового золота 18 кт. Компания следует традициям старого ремесленничества туринских мастеров, разрабатывая функциональный дизайн в рамках элегантного стиля. **GR**

Обновление складских позиций от компании Тривента

APT 366

APT 363



APT 350

APT 367



APT 040

CARD
Metall

APT 060

CARD 3

KEY

3venta

A Desire for Novelty

тел. +7 495 64 999 20,
e-mail: sales@3venta.com,
www.3venta.com

ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПЕСОЧНЫЕ ЧАСЫ

Выбирая подарок, люди почему-то незаслуженно обходят вниманием песочные часы. Наверное, дело в том, что у нас в голове сложился определенный образ этого предмета, и он не всегда соответствует образу идеального презента. Поэтому сегодня речь пойдет о том, как можно изменить привычные всем песочные часы и превратить их в оригинальный сувенир. Свои варианты предложил читателям GIFT Review арт-директор студии ART4you Андрей Кокеев.

НЕОБЫЧНАЯ КОЛБА

► Начну я, пожалуй, с формы. Конечно, от двух колб и оправы при изготовлении песочных часов избавиться нельзя. Однако изменить их вид можно. И даже нужно. В данном издании колбы часов выполнены в форме логотипа компании, а затем с помощью цветных красок нанесены изображения этого логотипа на стекло. Решение было дополнено оправой из двух деревянных пластин и витых латунных столбиков. Строго, спокойно, функционально, интересно. Для такого изделия подходит практически любой логотип – многие из них легко вписываются в какие-то геометрические фигуры.



◄ В другой раз решили отказаться от колб как таковых. Резервуары получились за счет того, что между двумя листами стекла был закреплен кусок натурального камня с отверстием посередине. Стекла потом были заключены в деревянную раму и установлены на колонны. Это, кстати, тот редкий случай, когда колбы часов вращаются, а подставка нет. Основные элементы декора – это афоризм, выгравированный на металлической пластине (прикреплена к подставке), и инициалы человека, для которого эти часы были предназначены. Получилась эффектная вещь для рабочего стола.



◄ И еще один пример – часы с колбами в виде ламп накаливания. Это изделие пользуется большой популярностью у энергетиков, что совсем не удивительно: функциональный тематический подарок, который подходит для любого праздника.

► Еще несколько слов скажу о материалах. Часто ли вы встречаете песочные часы с элементами из натурального камня? Не думаю. То же самое, полагаю, можно сказать и про часы с цветными колбами. Почему-то это решение используют невероятно редко. И напрасно. Колбы из голубого стекла – как на данной фотографии – придали изделию изысканную оригинальность. Цвет, конечно же, может быть любой: возьмите тот, который используется в логотипе или в фирменном стиле компании, и получите отличный подарок, который будет ненавязчиво напоминать о вашей фирме.



НЕОБЫЧНЫЙ НАПОЛНИТЕЛЬ

Наполнитель в песочных часах так же важен, как и их форма. Лишь бы он был сыпучим и состоял из достаточно мелких частичек.

► Самый показательный пример здесь – часы, в которых пересыпаются пластиковые крупинки. Это сырье, из которого заказчик производит свою продукцию. Самым трудным в работе над этими часами было подобрать диаметр отверстия между колбами: частички пластика не идеальной формы, поэтому часто образовывался «затор». Впрочем, это далеко не самый оригинальный проект в данной подборке.



◀ В этих часах легким движением руки уголь превращается... в алюминий! На самом деле, конечно, не превращается. Если бы такая технология существовала! Но иллюзию создать получилось. Все дело – в среднем резервуаре. В отличие от верхнего и нижнего, он непрозрачный. Этот латунный шар разделен внутри пополам. Получается, склеены основаниями две пары часов. В одних пересыпается уголь, в других – алюминий. За счет того, что одна из капсул у каждой пары часов все время скрыта, кажется, что в среднем шаре уголь превращается в алюминий. Вот и весь секрет!

► Конечно, не всегда удастся придумать техническое решение, полностью отвечающее запросу заказчика. Однажды он был сформулирован так: «Изготовить часы, в которых в одной колбе будет металлолом, а в другой – монетки». Здесь фокус с дополнительными резервуарами не сработал бы. Поэтому пришлось отказаться от идеи сделать часы часами. Что я имею в виду: были изготовлены песочные часы, в которых ничего никуда не пересыпается. Предметы в колбах закреплены и никуда не денутся, даже если вы перевернете всю конструкцию. Такие «часы» – просто элемент декора. Единственное их предназначение – рассказывать о деятельности компании. В нашем случае это переработка металлического лома. Поэтому в верхней колбе оказались воспроизведенные в миниатюре шпалы, батареи центрального отопления и дверь от машины, а в нижней – монетки, прибыль компании.

*Андрей Кокеев, арт-директор
художественно-производственной студии ART4you*



СОВЕТЫ И ИДЕИ

1. Меняйте форму колб и поддерживающей их рамы. Помните, можно обыграть логотип компании, использующиеся в ее работе элементы, детали и многое другое.

2. Не бойтесь экспериментировать с материалами. Цветное стекло и натуральный камень отлично гармонируют с традиционными для песочных часов деревом и металлом и делают ваш подарок более оригинальным.

3. Подумайте над тем, что можно использовать в качестве наполнителя. Пусть ваши часы не будут отмерять точного времени. Зато в них может пересыпаться что-то такое, что будет точно ассоциироваться с вашей компанией. Уголь? Хорошо. Алюминий? Отлично. Гранулированные полимеры? Не вопрос. Такие часы человек, получивший их в подарок, будет показывать всем. И наверняка расскажет о вашей фирме и о том, чем она занимается. А это значит, что ваш подарок «работает»!

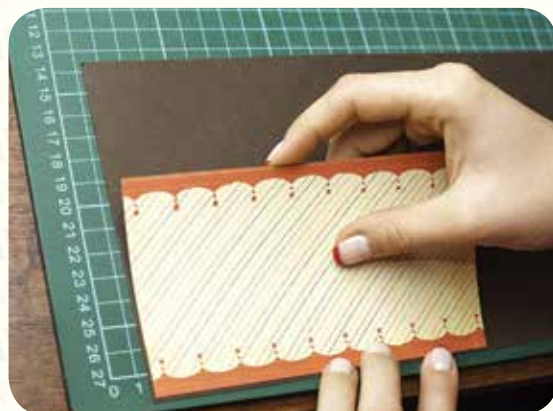
ИСТОРИЯ ОДНОЙ РАБОТЫ

Многие корпоративные заказчики незаслуженно обходят стороной такой сегмент сувенирно-подарочного рынка, как HandMade. Эксклюзивные товары ручной работы от частных мастеров, разумеется, не могут конкурировать с масс-маркетом и предложением фабрик в цене, сроках, объемах, удобствах логистики. Однако именно штучные предметы, созданные непосредственно по заказу клиента и под его конкретный случай, это стопроцентный выигрышный вариант, когда нужно удивить, проявить особое отношение к партнеру или выделиться на рынке без многотысячных бюджетов. HandMade может стать альтернативой премиальному, дорогостоящему эксклюзиву. Именно поэтому редакция GIFT Review решила уделить внимание самому процессу создания продукции ручной работы. Для этого мы обратились к мастеру Анастасии Каспер, которая специализируется на «канцелярии» ручной работы: блокноты, альбомы, записные книжки. Представляем вашему вниманию серию фотографий о создании новогодней коллекции.



Материалы для создания работ приобретаются в специализированных магазинах, например, ткань для **пэчворка** из натурального 100% хлопка, бусины, бубенцы, ленты. Некоторые детали мастер изготавливает сам. Например, какие-то элементы вяжутся крючком вручную. А специальная **термотрансферная бумага** помогает перенести изображение различной сложности, размера и цвета на ткань.

ПЭЧВОРК (с англ. patch - лоскут) «ЛОСКУТНОЕ» РУКОДЕЛИЕ, ПРИ КОТОРОМ ИЗ РАЗЛИЧНЫХ КУСОЧКОВ ТКАНИ, ЛОСКУТКОВ СШИВАЕТСЯ ЦЕЛЬНОЕ ИЗДЕЛИЕ.



Для создания открыток используется бумага архивного качества без содержания кислот. За счет этого бумага со временем не теряет своих первоначальных качеств: она не тускнеет и не желтеет, не теряет яркого цвета, не истончается, не крошится в течение долгого времени.



Бумага обрезается при помощи ножниц, канцелярского или строительного ножа для резки, либо при помощи профессионального резака для бумаги.



Чтобы придать динамики могут использоваться брызги туши разного цвета. Для создания объема на открытке пригодится вспененный скотч.



Чтобы работа выглядела завершенной и более интересной, Анастасия использует различные декоративные элементы, например, **брадс**, которые бывают различного размера, формы и расцветки.



Полужемчуг и **топс** создают яркие акценты и завершают образ самой работы.

БРАДС (с англ. BRADS – клипсы) ГВОЗДИКИ ИЛИ КНОПКИ С ДЕКОРАТИВНОЙ ШЛЯПКОЙ, РАЗНОЙ ФОРМЫ И РАЗМЕРА, С ПЛОСКИМ КРЕПЛЕНИЕМ ИЗ ДВУХ ЗУБЦОВ.



Внутри открытки помимо текста можно разместить логотип.



ТОПС – ОБЪЕМНЫЕ САМОКЛЕЮЩИЕСЯ УКРАШЕНИЯ. МОГУТ БЫТЬ РАЗЛИЧНОГО ДИАМЕТРА И РАСЦВЕТОВ.

ТЕРМОТРАНСФЕРНАЯ БУМАГА – БУМАГА, В КОТОРОЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИЛИ ПЕРЕНОСА ИЗОБРАЖЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ НАГРЕВ.



Создание новогодних игрушек – полностью ручной процесс. Игрушка набивается специальным наполнителем, который сохраняет первоначальный внешний вид. Со временем игрушка не мнется и не деформируется.

Для создания уютной, домашней игрушки в ход идут различные декоративные элементы. Снежинки и салфеточки, связанные крючком, придают ей нежность и тепло, как будто она сделана любящими руками бабушки.



Для различных работ из ткани (обложки для паспорта, блокноты, альбомы, холдеры для документов и т.д.) используется специальная ткань с ярким и необычным рисунком. Все ткани натуральные, не линяют и очень приятны на ощупь. Все швы прокладываются на швейной машинке, что обеспечивает надежное крепление. Рисунок печатается на термотрансферной бумаге в зеркальном отображении и переносится на ткань при помощи утюга.



Арт-студия авторского подарка
Анастасии Каспер «Making Memories»

scrapogoliki.blogspot.com

nas.kasper@gmail.com

8(968)911-08-09

20 ВЫСТАВКА 15-18.04.14, ЦДХ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ:

ДИЗАЙН

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ НА МЕСТАХ ПРОДАЖ

РЕКЛАМНАЯ СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ЗАКАЖИ СТЕНД ON-LINE

НА WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

реклама

+12

15 – 18 АПРЕЛЯ 2014

МОСКВА, ЦДХ, КРЫМСКИЙ ВАЛ, 10

DR@EXPOPARK.RU

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

ЛОГИСТИКА ПО-УРАЛЬСКИ – ОПЕРАТИВНО И КРЕАТИВНО

Организация рационального товародвижения — одна из важнейших задач любой компании, а если мы говорим о сувенирном бизнесе, то роль логистики здесь неопенима. Именно в сувенирной отрасли для клиента сроки доставки стоят чуть ли не на первом месте. Срыв промо-кампании из-за отсутствия сопутствующих рекламных материалов — это не шутки. Мы обратились с просьбой рассказать об опыте и особенностях региональной логистики к руководителю логистической службы Сувенирной фермы KRIKCENTRE (г. Екатеринбург, УрФО) Марии Коростелевой. Компания работает на рынке уже 20 лет, из них более семи лет вопросы поставок решает именно Мария.

GIFT Review: Мария, расскажите, пожалуйста, об особенностях региональной логистики. Какие факторы являются существенными при доставке грузов до УрФО?

Мария Коростелева: На нашей логистике сказывается не только региональная специфика, но и отраслевая. Вторая составляющая — даже в большей мере. С середины октября и до начала декабря рынок сувенирной продукции заметно оживляется, объемы поставок увеличиваются в разы. Казалось бы, известно, что с наступлением осени близится самый долгожданный праздник года, но у наших клиентов порой осознание его неизбежного приближения приходит только с первыми зимними осадками. И на нас обрушивается настоящий шквал предновогодних заказов. За несколько лет работы мы вывели закономерность — чем раньше выпадет первый снег, тем быстрее начнут поступать заказы — это своего рода синдром «первого снега». В этот же период дополнительные сложности добавляет погода: внезапно для коммунальных служб выпавший снег и гололёд затрудняют доставку и увеличивают ее сроки. Вот и выходит, что осень-зима для нас самое «жаркое» время года. Другая особенность и дополнительный сложный момент в работе логистической службы именно в регионе УрФО — это доставки в труднодоступные населенные пункты. Иногда приходится использовать нестандартные способы. Например, в районах Крайнего Севера летом используется речной вид транспорта.

GR: Насколько отличаются сроки поставок в регионе УрФО по сравнению с другими?

М.К.: Минимальный срок поставки из Москвы в Екатеринбург — пять дней: один день на доставку в Москву со склада нашего поставщика в транспортную компанию, три дня в пути и один день на получение груза с терминала транспортной компании и доставку на наш склад. Логистика внутри уральского региона, я считаю, достигла очень хорошего уровня — доставить заказ мы можем буквально за ночь. Есть перевозчики, которые в течение



Мария Коростелева

дня формируют сборные грузы и отправляют их вечером. На следующее утро клиент уже может получить свой заказ.

GR: Региональные власти позиционируют Екатеринбург как Евразийский транспортно-логистический узел. Дает ли вам такое географическое положение какие-либо преимущества? Работаете ли вы напрямую с поставщиками из Азии?

М.К.: Конечно, мы не раз считывали экономическую целесообразность прямых поставок из Китая. Но на текущий момент нам интереснее работать с ведущими поставщиками нашей отрасли. Иногда мы размещаем заказы на производство сувениров с индивидуальным дизайном на фабриках Китая, но, опять же, нам выгодно делать это через наших поставщиков, которые решают для нас все вопросы, связанные с внешнеэкономической деятельностью, еще и предоставляя очень интересные условия работы.

GR: Какую ответственность в работе с клиентом берет на себя логистическая служба?

М.К.: Мы озвучиваем срок, за который гарантируем доставку заказа, и мы должны поставить нужный товар в нужный срок — это наша ответственность. Если возникают проблемы (например, нас поводит перевозчик), наша служба занимает проактивную позицию в поиске решений данной задачи, так как гарантированный срок поставки наряду с качеством — это наше конкурентное преимущество. Также мы отвечаем за планирование товарных запасов, ведь зачастую наличие товара в Екатеринбурге является решающим фактором для клиента.

GR: Мария, вы сказали, что иногда подводят перевозчики. Можете привести пример такого форс-мажора из вашего опыта?

М.К.: Сталкивались мы с подобной проблемой несколько лет назад. Сотрудничали с одной крупной региональной транспортной компанией, которая предоста-

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НOMESTYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



20–23 января
ЗИМА
www.consum-expo.ru

Экспо
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

23–26 сентября
ОСЕНЬ

реклама

Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»
Россия, Москва

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НOMESTYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



вила нам самые выгодные условия и сроки перевозки, дополнительную скидку от объема перевозимого груза, и мы переключились на них. В преддверии новогодне-го сезона у перевозчика собрались очень большие объемы, к которым он был не готов. Чтобы выполнить свои обязательства, он подключил железнодорожный транспорт и сделал отправку нашего груза контейне-ром. Причем без согласования с нами. Перевозчик про-сто нанял стороннюю организацию, которая делает контейнерные отправки. Срок такой отправки значи-тельно превышает тот, который мы гарантируем на-шему заказчику. На тот момент мы перевозили большое количество датированной продукции для планирова-ния, а ежедневники — товар сезонный и после Нового года они уже никому не нужны. А если это еще и под заказ... Товар шел большими тиражами. У нас — сроки по нанесению, у заказчиков — сроки, чтобы успеть по-дарить. И тут мы просто застряли. В результате пришлось обратиться за помощью к знакомым, работающим на «до-роге», чтобы разыскать наш груз. Подключили руководи-теля сторонней компании, которую нанял наш перевоз-чик, и он нам помог. Мы ездили на терминал перевозчика под разгрузку в выходные дни и вечером, чтобы успеть выдать заказ в срок. Это был очень напряженный момент для всех сотруд-ников нашей компании, но мы справились. И та-кие риски есть всегда.

GR: Мария, а как в «Крикцентре» реша-ют вопросы с «отказ-ным» товаром, кото-рый уже поступил на склад?

М.К.: «Отказной» то-вар довольно часто мы используем в качестве образцов и демонстри-руем клиентам наши возможности. Мы преоб-разуем совершенно обычные сувениры в дизайнерские. Таким образом показывая, как из обыкновенной вещи можно сделать уникальную. Например, берем простую белую кружку и превращаем ее в шедевр сувенирного ис-



кусства. Такие сувениры мы используем для собственного продвижения. Некоторые экземпляры нашего творчества завоевали медали на выставках. Безусловно, мы исполь-зуем и стандартные методы стимулирования продаж — скидки, акции, распродажи.

GR: А несезонный товар держится на складе?

М.К.: У нас транзит-ный склад. В сезон мы по-полняем склад товаром и даже арендуем дополни-тельные площади. Но это только в сезон, примерно с середины октября до се-редины декабря. В осталь-ное время достаточно собственных ресурсов. На складе мы храним, в основном, ручки, брело-ки, посуду под нанесение и текстиль, который хо-рошо продается летом — футболки, кепки и т.п. Хотя это тоже считается сезонным товаром. Но с ним просто — не продали

этим летом, продадим следующим. Иногда и зимой поль-зуется спросом. То есть мы формируем складскую про-грамму и работаем по ней в течение года.

GR: Если появляется заказчик, который хо-чет посмотреть образец, но сам заказчик не в Екатеринбурге, как вы решаете такой вопрос?

М.К.: У нас есть шоу-рум продукции, который по-стоянно пополняется новинками. Любой клиент перед размещением заказа сможет ознакомиться с образца-ми заинтересовавшего его продукта. Если же заказчик находится не в Екатеринбурге, то оперативно делаем доставку почти в любой город области. Это стало воз-можным с появлением на рынке различных перевозчи-ков. Один из таких — наш логистический партнёр, кото-рый владеет газетой и делает рассылку своего издания в разные города. Благодаря ему появилась возможность в кратчайшие сроки сделать доставку даже в те города, в которых нет терминалов транспортных компаний. Для нас это очень удобно. **GR**



ipsa

Institute
of Professionals
in Specialty
Advertising

Рекламные СУВЕНИРЫ ВЕСНА 2014

25-я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ИНДУСТРИИ РЕКЛАМНЫХ
СУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРОКОВ
И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМОУШН

11-13 февраля
МОСКВА 2014
МВЦ КРОКУС ЭКСПО

ПАВИЛЬОН 2
ЗАЛ 7

Организатор:
IPSA EXPO

Координаты оргкомитета:
тел.: (495) 585 31 54
(495) 585 31 24
факс: (495) 557 09 15

www.ipsa-russia.ru

НОВОГОДНИЕ ТРЕНДЫ 2013-2014

Участники одной из ведущих тематических выставок Европы Christmasworld обобщили основные тренды предстоящих новогодних праздников. В цветовом решении эксперты отдали предпочтение оттенкам синего и зеленого – они подаются как «глоток свежего воздуха». Модные, современные и легко сочетаемые, декоративные тренды зимних праздников 2013-2014 очень четко следуют за фэшн-трендами. О том, какие образы и мотивы захватят европейские рождественские витрины уже через пару недель, вы узнаете из этого материала.

СИНЕ-ЗЕЛЕНАЯ ПРОХЛАДА

В коллекциях, претендующих на соответствие модным веяниям, обязательно присутствуют выразительные холодные оттенки – бирюзовый, ледяной голубой, фисташковый. В сочетании с серебром, блестками и белыми матовыми поверхностями именно эти цвета в сезоне 2013-2014 создают впечатление рождественской свежести и новизны. В такой гамме, к примеру, выполнены стеклянные сувениры с филигранными звездами и стеклянными ягодами коллекции Winterwalk от бренда Inge-Glas® (елочные украшения из стекла). Или же почти метровые провололочные деревья от производителя декораций Drescher Living – они создают впечатление элегантности именно модными холодными оттенками своих деликатных узорных украшений. Вместе с тем некоторые производители решительно разбавили зимнюю прохладу интенсивными цветами – фиолетовым, сливовым, «ягодным» красным.



НОВАЯ ТРАКТОВКА ТРАДИЦИОННОГО КРАСНОГО

Вневременной фаворит европейских рождественских праздников – сочетание красного и зеленого – переживает новое рождение. В это шаблонное соцветие смело добавляются новые компаньоны. Биргит Мюллер-Блех, начальник отдела развития продукта и дизайна Inge-Glas®, подчеркивает: «Сама суть рождественских украшений сегодня – в здоровом миксе трендов и традиций». Красный по-прежнему ассоциируется с Рождеством. «Но к нему прилагаются в этом году оранжевый и коричневый. Элегантные, теплые золотые оттенки добавляют праздничные нотки», – отмечает Сандра Вейганд, директор по маркетингу Gala Kerzen (декоративные свечи). В случае с этим производителем свечей новый тренд воплощен в сочетании блестящих металлизированных поверхностей с натуральными материалами и традиционными рождественскими мотивами.



СОВЫ, КРУТОМ СОВЫ

Природа как источник вдохновения, кажется, неисчерпаема. Хит сезона неизменен – древесина. Покрытая маслом, окрашенная или просто отшлифованная. Бренд Gilde Handwerk, например, предлагает больших деревянных ангелов для создания новогоднего настроения и «парящей» праздничной атмосферы. Что же касается образов животных, похоже, традиционные олени остро нуждаются в компании. В этом году на главных ролях – совы. Кстати, в России эта птица тоже уже начала свое парадное шествие, став фавориткой в декоративных принтах и даже в бижутерии. К Рождеству же, как ожидают эксперты, сов можно будет увидеть повсюду в сочетании с праздничной атрибутикой. Совы будут на фарфоре, на резном дереве, на вышитых и принтованных подушках... А в Krebs Glas Lauscha этих ночных птиц воплотили в елочных игрушках тончайшего стекла с ручной росписью.



ЗОЛОТО, МЕДЬ И МОХ

Естественные тона, такие как кофейный и глубокий баклажан, создают атмосферу эксклюзивной элегантности. Золото преднамеренно используется в фоновом режиме, например, чтобы обеспечить косвенную «подсветку». Таким образом, тепло насыщенных естественных цветов усиливается – как, например, в органических свечах Kopschitz Kerzen (чешское производство свечей, основанное еще в 1810 году) или в аксессуарах Gilde Handwerk (домашний декор и подарки). С коллекцией елочных украшений «Пряный апельсин» Inge-Glas® представит роскошный восточный стиль в теплой медно-коричневой гамме, со сложными узорами и росписью.



ПРОХЛАДНОЕ ОЧАРОВАНИЕ ОРХИДЕЙ

Во флористике сезон 2013-2014 также предлагает новые вариации. Алая пуансетия и разноцветный амариллис остаются основными цветами европейского Рождества. Именно эти представители флоры чаще всего выполнены из матового и «заснеженного» шелка для создания атмосферы элегантной зимы. Белые снежинки создают эффект элитарности и с дикими клематисами, а также крупными розами. Но теперь и страстным орхидеям решено придать «холодок». Флористы рекомендуют создавать эффект за счет меди, золота и серебра на фоне ярких лепестков, даже если речь идет о темно-синих или фиолетовых цветах. Людям больше не интересна дословная имитация натуральных материалов и линий. Теперь цепляет креативная интерпретация натуральных фактур.



НЕ НАСТОЯЩЕЕ – ПРОСТО КРАСИВОЕ

Действительно, в этом сезоне искусственные альтернативы достойны оправдания. Так, например, обстоит дело со светодиодными декорациями, которые завоевывают все большую популярность. Правда, в любом случае речь идет о создании максимально естественного и органичного эффекта. Специалист в рождественском освещении Марк Бергер (компания Best Season) подчеркивает: «Реалистичные свечи со светодиодным фитилем сейчас особенно востребованы за счет их теплого мягкого света. Они практически неотличимы от традиционных восковых свечей. Но при этом они совершенно безопасны и могут использоваться там, где предполагается большое скопление людей, детей – в общественных зданиях не только с ограничениями из соображений пожарной безопасности, но и с ограничениями по энергопотреблению. Такая свеча автоматически выключается с помощью встроенного таймера». Теперь нет необходимости стесняться и искусственных елок. Они как никогда прекрасны и являют собой воплощение стиля и изысканности! Или же покоряют современников технологическими находками. Голландский производитель Edelman делает ставку на свою линию искусственных елок Shake2shape Tree – они оснащены встроенным светодиодным освещением. Но главное их отличие в том, что раскладывается эта конструкция в считанные минуты. Стоит лишь коснуться веток, как они расправляются, и пушистое дерево моментально готово для украшения.



И НЕ ТОЛЬКО В РОЖДЕСТВО

Современный стиль с чистыми линиями и простотой элементов создаст подходящую атмосферу и для всей зимы, до и после Рождества. «Молодежь и вообще все, идущие в ногу со временем, как правило, менее склонны к украшательству. Они предпочитают нейтральные элементы, такие, как, скажем, чаша из алюминия или лоток из нержавеющей стали, удачно украшенные к Рождеству праздничными свечами и фигурками. Вместо того чтобы развешивать украшения по всему дому, современный молодой человек намеренно поставит нейтральный предмет декора на видное место», – говорит Хайнц-Юрген Саллер, управляющий директор компании Casablanca (товары для дома и подарки). Именно поэтому экстравагантные украшения для Рождества, которые вписываются лишь в конкретные жизненные философии, также пользуются спросом. Александр Копшитц, генеральный директор свечного производства Kopschitz Kerzen, тоже знает об этой склонности прогрессивных потребителей к сезонно независимым украшениям. Но все же он добавляет: «Рождество – это праздник, когда важно создать подходящую атмосферу, где бы хотелось «потерять» себя в праздничном настроении. Особую ценность мы придаем общему впечатлению и гармоничному эффекту от декора. И хотя свечи актуальны круглый год, именно в Рождество мы ищем что-то особенное».

А ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ...

А дальше будет новый сезон поиска новинок, свежих идей и трансформации трендов – международные поставщики, ритейлеры и производители вновь соберутся на выставке Christmasworld, которая пройдет с 24 по 28 января 2014 года. Более 950 экспонентов будут демонстрировать свою продукцию, привезенную со всего мира. Хайнц-Юрген Саллер рискует предположить: «Зеленый во всех своих оттенках будет доминирующим цветом будущего сезона. А главное влияние на цветовые тренды окажет склонность к натуральной, экологичной и органической продукции».



Материал подготовлен на основе данных компании Messe Frankfurt GmbH
Фото предоставлены Messe Frankfurt GmbH

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

- ПОДАРКИ: художественные, эксклюзивные
- Сувениры из серебра, керамики, фарфора
- Корпоративные, бизнес-сувениры
- Праздничные украшения
- Подарочная упаковка
- НОВОГОДНЯЯ ПРОДУКЦИЯ:
искусственные ели, изделия из синтетической хвои, игрушки, мишура, гирлянды, подарки, иллюминация и пиротехника, праздничный декор, все для карнавала

ПРОГРАММА ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ «ТЕРРИТОРИЯ ПРАЗДНИКА»

- Перспективы и стратегии развития рынка подарочной индустрии в России 2014 г.
- Мастер-класс «Условия высоких сезонных продаж праздничной и сувенирной продукции»
- Дискуссия «Мотивация интернет-покупателей - залог успешной работы магазина on-line»
- Встреча с представителями интернет-магазинов сувенирной и подарочной продукции:
Презентация новой продукции от компаний-экспонентов «Стильные штучки»
- Семинар: «Мотивационная структура покупок в магазинах подарков и товаров для дома. Как отличаться специализированному магазину от гипермаркетов и супермаркетов»
- Возможности развития франчайзинга на рынке подарочной индустрии на примере ведущих компаний данного сегмента.



ПРИНЯВ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ, ВЫ СМОЖЕТЕ

- Установить новые деловые контакты и заключить договора
 - Проанализировать состояние рынка
 - Освоить новые сегменты рынка
 - Оценить маркетинговый потенциал своих товаров
- О Вашем товаре узнают московские и региональные торговые сети, предприятия оптово-розничной торговли различных сегментов рынка подарочной продукции. Вы сможете организовать проведение мастер-классов, презентаций, пресс-конференций, семинаров.



ПОСЕТИТЕЛИ

Представители оптово-розничной торговли и профессионалы, работающие на рынке товаров и услуг для праздничной индустрии.

УЧАСТНИКИ

Производители и поставщики оборудования, оснащения, продукции и услуг для праздничной индустрии.

ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ

- Информационная поддержка в периодической прессе
- В сети Internet
- Работа на выставках
- Прямые почтовые и электронные рассылки
- Полиграфия
- Реклама на радио и наружная реклама в регионах
- Телемаркетинг

Масштабная рекламная кампания позволяет привлекать на Ваш стенд огромное количество профессионалов отрасли из всех регионов России и из-за рубежа.



МАСЕФ: НОВАЯ ВЕРСИЯ, НОВАЯ МИССИЯ, НОВОЕ ИМЯ

Всемирно известная итальянская выставка товаров для дома и интерьера переживает второе рождение. Этот проект Fiera Milano носит название HOMI. Организаторы Masef переосмыслили подход к проведению специализированного мероприятия, ориентируясь на последние тенденции в потребительском поведении и в современном стиле жизни.

Под брендом HOMI компания Fiera Milano развивает новую концепцию салона товаров для дома и интерьера, которая будет продемонстрирована специалистам отрасли уже в начале 2014 года. 19-22 января на прежнем месте проведения Masef – в комплексе fieramilano – состоится премьера HOMI. Принципиальные отличия этой концепции в том, что пространство выставки будет менее традиционным и будет ориентировано на прогрессивные тренды в обустройстве дома. По словам организаторов, в последние годы существенно изменились привычки потребителей в декоре, в формировании домашнего пространства. Сегодня дом ассоциируется не только с уютом, но и с комфортом, функциональностью. Это место не только для отдыха и общения, но и личное пространство. Как изменилось само понятие дома, так изменился и подход потребителя к формированию идеального дома.

Салон HOMI призван сформировать видение магазина будущего, отвечающего образу жизни и мультикультурности современного потребителя. Выставка будет разделена на 10 разделов – организаторы называют их visions to live – дословно «взгляды на жизнь». Каждый раздел Masef в новой концепции будет переосмыслен, а пространство претерпит редизайн. В частности, исторически сложившиеся секторы Tavola & Cucina (товары для кухни) и Decorations (декор) будут реорганизованы в раздел LIVING HABITS (бытовые привычки), представляющий продукцию в новых комбинациях и форматах. Также в HOMI будет существенно расширена площадь экспозиций, посвященных текстилю, аксессуарам для сада и отдыха на природе.

Организаторы HOMI стремятся к тому, чтобы новое

пространство вдохновляло бизнес и было источником прогресса и новых идей. В этом свете будет переформирована экспозиция традиционного европейского салона. Кроме того, HOMI предоставит новые возможности для взаимодействия экспонентов и посетителей выставки.

10 разделов HOMI:

1. «Бытовые привычки»: товары для кухни, посуда, мебель и аксессуары, освещение
2. «Домашний Wellness»: товары для ванной, ухода за телом, спорта и релакса
3. «Ароматы и Личная гигиена»: ароматы для дома и тела, ароматерапия
4. «Стиль и Украшения»: аксессуары, украшения, предметы гардероба
5. «Подарки и Праздники»: подарки, праздничная атрибутика, продукция для витринистики и оформления
6. «Сад и отдых на природе»: мебель и аксессуары для фазенды и отдыха на природе, аксессуары для домашних животных
7. «Детский стиль»: мебель и аксессуары, мода для детей до 14 лет
8. «Домашний текстиль»: текстиль, одежда для дома, товары для хранения
9. «Хобби»: товары для рукоделия, путешествий, музыкальных и других увлечений
10. «Concept Lab»: концептуальный дизайн, лицензирование, контрактный бизнес.



il Made in Italy in The World

For your advertising
in Italy
Ваша реклама на
подарочно-сувенирном
рынке Италии



The Italian trade
magazines of
giftware, wedding
souvenirs, textiles and
furnishing accessories,
decoration, high
quality handicraft
and ceramics

Firms, international
trends, target
information on all the
fairs of the sector

Ediemme s.r.l.
Media Group

Contact:
tel./fax +39 095.537116
info@emil.it
redazione@emil.it
Advertising:
mirco1931@emil.it

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ВЫСТАВКАМ МИРА

Конец года для многих выставочных площадок не является знаком для сворачивания деятельности, так же как и самое начало года – не повод ждать у моря погоды. Напротив, предвкушая приближающийся новый сезон деловой активности, многие организаторы выставок проводят мероприятия, опережающие наступающий сезон, иногда даже с годовым запасом. В этом выпуске мы решили рассказать о таких выставочных площадках разных континентов. Некоторые из них являются довольно камерными событиями. Но иногда именно на таких местных выставках иностранные байеры имеют больше шансов встретить настоящий эксклюзив для своего рынка.

HANGZHOU GIFTS & PREMIUMS FAIR GIFREUM 2013

КИТАЙ, ХАНЧЖОУ, ZHEJIANG WORLD TRADE CENTER

29 НОЯБРЯ – 1 ДЕКАБРЯ 2013

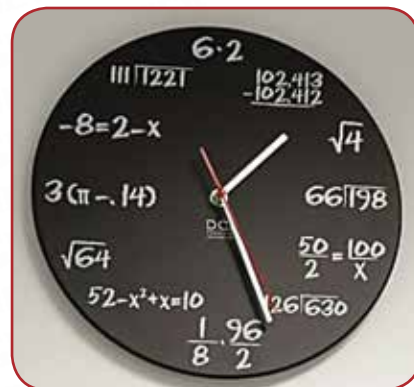
Эта выставка проходит в административном центре китайской провинции Чжэцзян на востоке страны, которая является одним из лидирующих регионов по объемам инвестиций. Кроме того, это хорошо развитый туристический и культурный центр. В выставке GIFREUM принимают участие компании, представляющие товар по категориям

промо- и бизнес-сувениры, праздничная атрибутика, эко-подарки, гаджеты, туристические сувениры, товары ручной работы, керамика, стекло, товары для дома и кухни, посуда, кожгалантерея и аксессуары, игры и игрушки, спортивные товары, бижутерия и украшения, товары для красоты и здоровья.

Выставка проводится при поддержке государственных структур и ведущих специализированных ассоциаций азиатского региона, включая Singapore Gift Association и Taiwan Gift and Houseware Exporters Association.

www.gifreum.com

Фото: Hangzhou From Exhibition Service Co., Ltd



EXPOARTESANIAS

КОЛУМБИЯ, БОГОТА, CENTRO DE CONVENCIONES

6-19 ДЕКАБРЯ 2013

Expoartesanas – единственная в своем роде специализированная выставка этой тематики в Латинской Америке. Цель этой площадки – предоставить максимум возможностей для развития промыслов и небольших мастерских. Многие из экспонентов, кстати, настроены на развитие за пределами родного государства и даже континента. Аудитория выставки весьма разнообразна: это и представители культурных фондов, профессионалы в сфере искусства и антиквариата, а также представители бизнеса, связанного с товарами ручной работы и дизайнерскими предметами.

Основные направления, представленные на выставке Expoartesanas: винтажные украшения, антикварная мебель, часы и предметы декора, произведения искусства, декоративные изделия, изделия из стекла, ковры ручной работы, современные произведения искусства, авангард и т.п.

www.expoartesanas.com

Фото: Corferias





13-я МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

HOUSEHOLD EXPO

ПОСУДА • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

Москва, МВЛ «Крокус Экспо»

18-21 МАРТА ВЕСНА 2014

Павильон №2, залы №10, 11

ПРОГРАММА ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

- Деловой форум «Современное состояние рынка household ритейла в России: Региональное развитие и перспективы на 2014 г»
- Конференция «Стимулирующие факторы повышения объема продаж товаров для дома».
- Круглый стол «Как сохранить конкурентоспособность через управление дистрибуцией при вступлении России в ВТО».
- Семинар «Рынок он-лайн в секторе посуды и хозтоваров».
- Проект «Посудная мода» «Каждому блюду – своя посуда» (презентации посуды для вторых блюд)
- Международная премия в области товаров для дома «HouseHold Expo – Новинка 2014»
- Конференция «Рынок товаров сегмента Stylish Home. Перспективы развития в России»
- Мастер-класс от ведущих дизайнеров: «Интерьеры придающие уникальность помещению комнаты»
- Круглый стол «Перспективы и стратегии развития рынка подарочной индустрии в России 2014»
- Мастер-класс «Условия высоких сезонных продаж праздничных товаров»
- Дискуссия «Мотивация интернет-покупателей – залог успешной работы магазина on-line»
- Семинар «Перспективы и тенденции развития производства дачной и приусадебной мебели от российских производителей.»
- Мастер-класс «Готовим в саду» Презентация новых образцов грилей и барбекю.
- Мастер-класс «Малые архитектурные формы в дизайне вашего сада».
- Мастер-класс «Инновационное световое оформление сада»

Под патронатом

Торгово-промышленной палаты РФ 

Организаторы

«МОККА Экспо Групп»,
ГК «Майер Джей Групп»

Россия, 115093, Москва,
ул. Люсиновская, 36, стр. 1
+7 (495) 363-50-32/33
info@hhexpo.ru WWW.HHEXPO.RU

Реклама



ВСЁ, ЧТО ДОМА ПРИГОДИТСЯ

СТОЛОВАЯ ПОСУДА, КУХНЯ
ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ

GIFT & INTERIOR EXHIBITION (GAVE & INTERIOR)

НОРВЕГИЯ, ЛИЛЛЕСТРЕМ, NORWAY TRADE FAIRS

23-26 ЯНВАРЯ 2014

Gift & Interior Exhibition – ведущая специализированная выставка в сфере подарочной индустрии в Норвегии. Ежегодное мероприятие рассчитано на дизайнеров интерьеров, ритейлеров и производителей. В рамках выставки проходят презентации трендов, новинок, инноваций, а также освещаются вопросы будущего отрасли.

По данным организаторов, выставку посещает более 12000 байеров.

Основные разделы выставки: дизайнерские предметы интерьера, товары для хобби, открытки, канцелярия, текстиль, товары для детей и игрушки, флористическая продукция, бижутерия, аксессуары, сувениры.

Посещение выставки платное – 150 норвежских крон (примерно 800 рублей) за билет, действительный в течение трех дней.

www.messe.no

Фото: Norges Varemesse



INDIAN HANDICRAFTS AND GIFTS FAIR (IHGF)

ИНДИЯ, НЬЮ-ДЕЛИ, INDIA EXPO CENTRE AND MART

17-20 ФЕВРАЛЯ 2014

Международная выставка с долгой историей – проводится с 1994 года дважды в год (весна и осень). Рассчитана исключительно на бизнес-аудиторию. Организатором является серьезная национальная организация Export Promotion Council for Handicrafts (EPCN) – Совет по продвижению экспорта товаров народных художественных промыслов.

Из этого можно смело сделать вывод, что основной целью экспонентов этой выставки является поиск именно международных партнеров и привлечение иностранных байеров. EPCN всячески опекает и поддерживает индийских экспортеров подарочной продукции, консультирует и проводит всевозможные мероприятия для укрепления позиций индийских производителей на международной арене.

Общая площадь выставки – порядка 97 тысяч квадратных метров. В среднем, экспозиция состоит из 2400 компаний, в основном индийских.

Экспоненты представляют следующую продукцию: товары для дома, декор

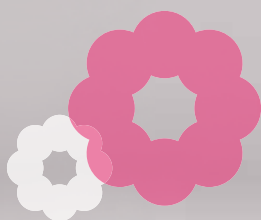
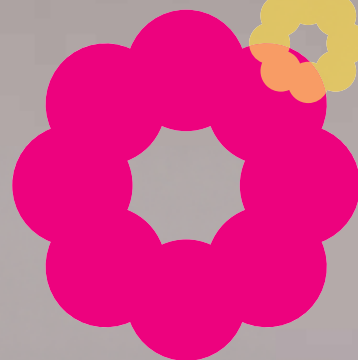


и подарки, украшения, аксессуары, сумки, эко-продукцию и изделия из бамбука, декор рождественской тематики, свечи и аромопродукцию, домашний текстиль, мебель, ковры и др.

www.epcn.in

Фото: Export Promotion Council for Handicrafts





реклама



www.cjf-expo.ru

25.02—28.02
23.09—26.09 **2014**



**Международная выставка
«Детская и юношеская мода.
Одежда для будущих мам»**

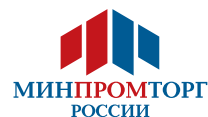
Центральный выставочный комплекс
«Экспоцентр», Москва, Россия

При поддержке:

• Министерства промышленности
и торговли РФ

Под патронатом:

• Торгово-промышленной палаты РФ
• Правительства Москвы



123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14
Тел.: 8 (499) 795-37-60, 795-39-43,
795-26-72
Факс: 8 (495) 609-41-68

12+

САМЫЕ ЖЕЛАННЫЕ И САМЫЕ НЕНУЖНЫЕ ПОДАРКИ К НОВОМУ 2014 ГОДУ

В преддверии «жаркого» подарочного сезона маркетинговое агентство Market-Gifts провело онлайн-исследование, чтобы выяснить, что сегодня предпочитают получать в качестве новогоднего подарка, а какие категории относятся к нежеланным сувенирам. В опросе, проходившем в июле-августе 2013 года, приняло участие 742 респондента в возрасте от 20 до 50 лет. Из них 305 мужчин и 437 женщин.



Согласно результатам исследования, наблюдается стабильный рост спроса на электронные устройства и гаджеты. Чаще всего в списке подарков этой категории присутствуют планшеты, смартфоны, компьютеры и телевизоры. По мнению специалистов, объяснение этому достаточно очевидное – еще несколько лет назад, например, книга и часы были совершенно разными подарками, тогда как сегодня это все составляющие того или иного гаджета, что делает его одним из самых желанных подарков для людей разных поколений.

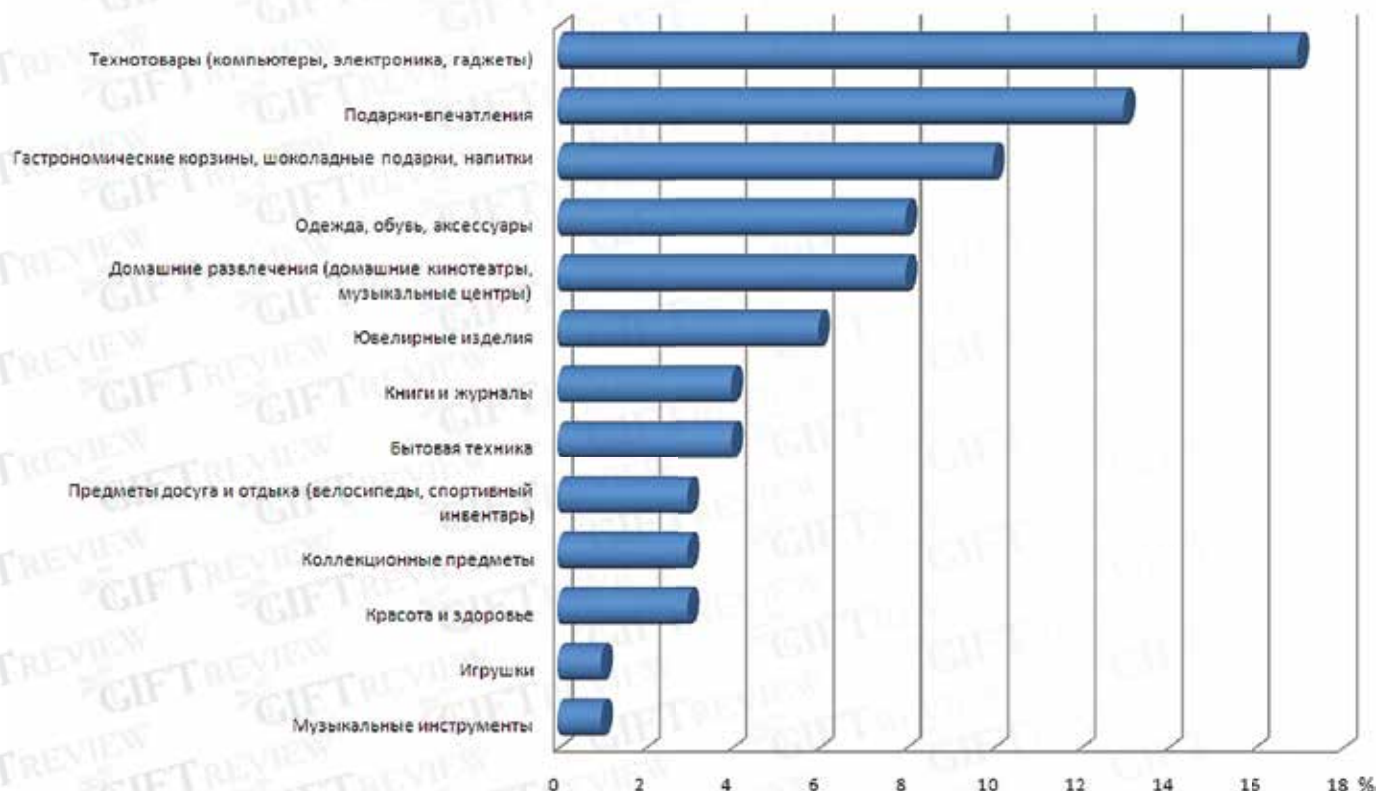


Кроме того, востребованными среди молодых потребителей являются подарки-впечатления. Они представляют особую ценность для нового поколения – новые эмоции, захватывающие приключения. Причем эта категория подарков составляет серьезную конкуренцию компьютерным играм. Например, гораздо интереснее самому управлять самолетом, чем делать это с помощью компьютерной мыши и клавиатуры.

Именно гаджеты и подарки-впечатления являются самыми желанными подарками на приближающийся Новый год, занимая 17% и 13% в ответах респондентов соответственно. Примечательно, что третье место заняли продукты питания, среди которых большинство опрошенных называли всевозможные шоколадные подарки и гастрономические корзины. Другие предпочтения потребителей видны из Рис. 1.

Рисунок 1

Самые желанные подарки на Новый год 2014



12-14
МАРТА 2014

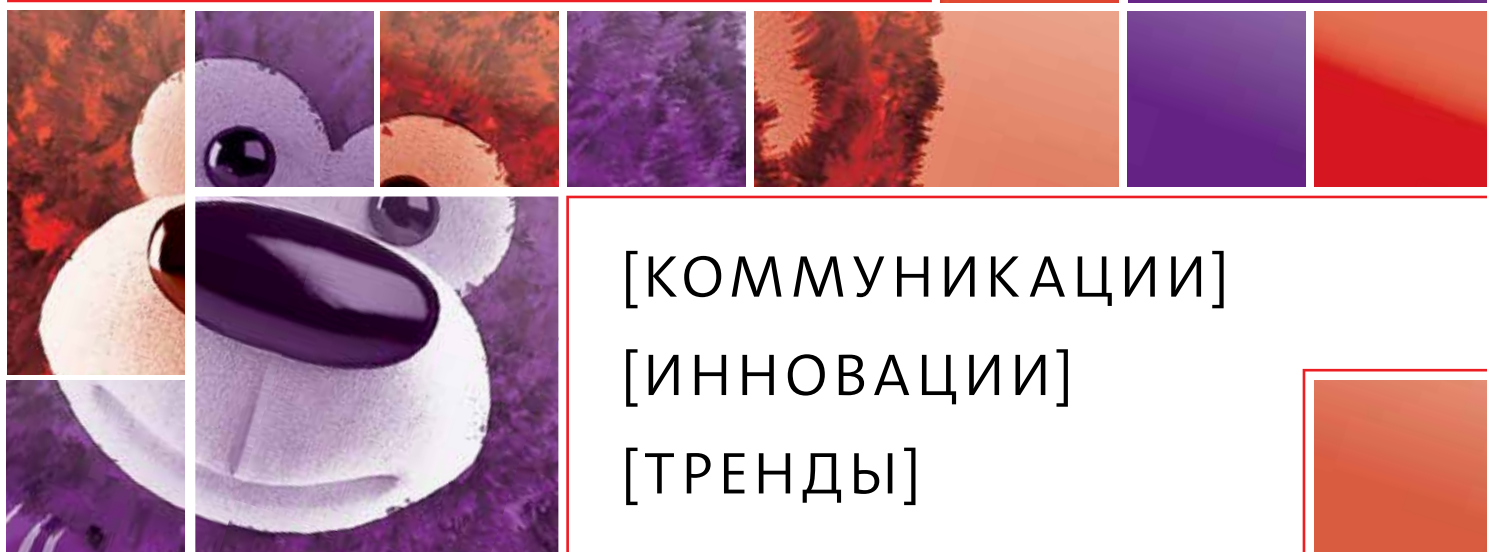


TOYS & KIDS RUSSIA
ДЕТСТВО

НОВЫЙ СТАРТ [ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!]

International Trade Fair for our Children's World
Международная специализированная
выставка товаров для детей

www.toyrussia.ru



[КОММУНИКАЦИИ]
[ИННОВАЦИИ]
[ТРЕНДЫ]

НАСТРОЙТЕСЬ НА УСПЕХ!
[ЗДЕСЬ ВСЕ ВАШИ
БИЗНЕС-ПАРТНЕРЫ]



МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

12.-14.03.2014

Вместе с тем все большее число потребителей не хотят получать в качестве новогоднего подарка сувенирную продукцию (всевозможные магниты, канцтовары и т.д.). Об этом заявили 26% респондентов. 19% назвали нежеланным подарком предметы домашнего декора (сервизы, статуэтки и т.д.), а еще 12% высказались против получения галстуков.

Рисунок 2

Самые плохие подарки на Новый год 2014



Следует отметить, что к прошлому Новому году (сезон 2012-2013) самыми востребованными подарками были денежные. По результатам аналогичного исследования, проведенного в 2012 году, такой ответ дали 15,3% из 400 опрошенных. Второе место среди самых желанных подарков тогда занимали путешествия с результатом в 12,2%. Другие предпочтения прошлого года отражены в Рис.3.

Рисунок 3

Самые востребованные подарки на Новый год 2013



Таким образом, сравнивая данные потребительских предпочтений новогодних подарков сезонов 2012-2013 и 2013-2014, можно сделать вывод, что сегодня потребители уже не считают деньги самым востребованным и актуальным подарком. Постоянное обновление и расширение функциональности гаджетов делает их самыми желанными новогодними презентами. А стабильная популярность подарков-впечатлений, равно как и вкусных сувениров, в этом году обусловлена тем, что людям не хватает положительных эмоций, поэтому они стараются преподнести их друг другу хотя бы в новогоднюю ночь.

Материал подготовлен маркетинговым агентством Market-Gifts

ХV ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ ЗИМНЯЯ СКАЗКА

18 - 22 декабря

- экспозиция эксклюзивных изделий промыслов;
- презентация регионов на сценической площадке;
- выставка «Московский Сокольнический» - показ лучших изделий на охотничью тематику;
- Международный фестиваль войлока: «ШЕРСТИВАЛЬ»
- выставка подлинных традиционных костюмов XIX, начала XX веков;
- показательные мастер-классы одновременно на двух интерактивных площадках «Города мастеров»;
- третий российский ЭКО БИОСАЛОН, объединяющий ведущих российских производителей экологически чистой продукции.

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 7 (залы 1-6)
метро «Выставочная»



Генеральный
спонсор:



ХVI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ ВЕСЕННЯЯ ФАНТАЗИЯ

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

19 - 23 марта 2014



Адрес: метро «Выставочная», 1-й Красногвардейский пр-д

Тел. Дирекции: (499)124-48-10, 124-08-09 www.nkhp.ru nkhp@mail.ru

УНИКАЛЬНЫЕ
ПОДАРКИ
ИЗ СЕРЕБРА
С ЧЕРНЬЮ

СТОЛОВОЕ СЕРЕБРО
СУВЕНИРЫ
УКРАШЕНИЯ
ЭКСКЛЮЗИВ



Статья о подарках - стр. 28-29

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

WWW.SEVCHERN.RU