



МАПП покоряет интернет

Кому как, а что касается МАПП, лето для нас было продуктивным. Пока большинство наслаждалось заслуженным отдыхом, редакция журналов "Профессионал РСБ" и "Лидер МАПП" усердно трудилась над тем, чтобы сделать общение с представителями отраслевых компаний еще более тесным и удобным.

В июле МАПП вышла к народу, а именно — в социальные сети, зарегистрировав аккаунты на сайтах ВКонтакте, Facebook и Twitter. Теперь последние обновления сайта Ассоциации, познавательные статьи и полезная информация — в легком формате непринужденного общения.

Также МАПП продолжает работу в деле объединения отрасли. Для этих целей в августе заработал Сервис новостей МАПП. Отныне компании могут поделиться самыми свежими событиями своей корпоративной жизни совершенно бесплатно: некоммерческие новости публикуются на всех интернет-ресурсах, включая электронную рассылку по базе данных, совершенно безвозмездно.

Но и на этом мы решили не останавливаться. В сентябре МАПП запускает новый проект — собственный блог. Бизнес-сувенирная отрасль глазами нашей редакции — на бескрайних просторах Интернета.

Найти нас можно по адресам:

vk.com/mapp_spb

[facebook.com/mapp.spb](https://www.facebook.com/mapp.spb)

twitter.com/MAPP_SPb

Сервис новостей МАПП: news@iapp-spb.org

Блог редакции: mappblog.wordpress.com

Международные новости

FESPA становится, действительно, международным событием

Более ста экспонентов избрали местом запуска или демонстрации своей новой продукции выставку FESPA 2013. Предварительная регистрация посетителей показывала превышение показателей прошлых лет. Представители 123 стран выразили желание посетить выставку в Лондоне, состоявшуюся 25-29 июня. Наибольшее число среди заранее зарегистрировавшихся являются жителями Европы, Северной Америки, Африки, Индии и Австралии. Среди европейских посетителей наибольшее число остаётся за жителями Великобритании, Германии, Италии, Испании и Франции. Сравнивая с прошедшими выставками, событие этого года является наиболее представительным как по составу экспонентов, так и посетителей. Более ста участников представили на выставке либо новинку, либо изделие, ранее не выставлявшееся компанией. Что, безусловно, свидетельствует об определённой направленности выставки этого года. Генеральный директор FESPA Нил Фелтон комментирует: "FESPA проводится каждый раз на новой площадке. В результате этого состав посетителей выставки постоянно обновляется, что способствует большей динамичности нашего шоу. На прошлогодней выставке в Барселоне, например, более половины посетителей были жителями Пиренейского полуострова, так что мы хорошо познакомимся с бизнес-процессами местного рынка, что также способствовало росту нашего присутствия в этом регионе. На выставке в Лондоне в этом году мы, помимо нашей обычной работы, обратили особое внимание на деятельность агентств и компаний по декорированию из Великобритании и Ирландии. Лондон также представляет особый интерес для предпринимателей из Америки, Австралии и Азии, которые рассматривают его как одно из направлений развития своей деятельности.

О FESPA:



Образованная в 1962 году, FESPA является глобальной федерацией, объединяющей 37 локальных ассоциаций, членами которых являются компании, занимающиеся шелкографией, цифровой печатью и печатью на текстиле. Целями FESPA являются, с одной стороны, популяризация шелкографии и цифровых технологий переноса изображений, а с другой стороны, обмен опытом в сфере шелкографии и методов цифровой печати между участниками ассоциации в мировом масштабе, и через это — помощь в развитии своего бизнеса на основе изучения максимально передовых технологий. Акционерами FESPA являются все участники отрасли. В свою очередь, FESPA инвестирует миллионы евро в глобальное сообщество индустрии декоративных нанесений, поддерживая рост этого рынка. Дополнительную информацию о деятельности ассоциации можно получить по адресу: www.fespa.com

КОММЕНТАРИЙ МАПП: В России не только не существует ассоциации шелкографов, которая могла бы стать членом глобального объединения FESPA, но и даже не ведётся дискуссии на тему образования таковой. Хотя компаний, продающих технику для этих процессов (весьма кстати недорогую), а уж тем более, компаний, которые её используют, весьма достаточно. Видимо, желание вкладывать деньги в развитие всей отрасли, а не себя лично, пока не является преобладающим среди наших соотечественников.

http://www.mapp.spb

WOT ВОЗВРАЩАЕТСЯ В СКАНДИНАВИЮ



Немецкая компания Weuer GmbH events планирует обновление проекта "WoT goes Scandinavia" (Турне промопродукции по Скандинавии), который проходил в странах Северной Европы в период с 1999 по 2008 годы. В передвижной выставке промопродукции принимали участие немецкие производители и оптовики, представлявшие свои новые коллекции дилерам из скандинавских стран.

Следующая шестидневная передвижная выставка планируется на конец апреля — начало мая 2014 года и пройдёт в Осло, Копенгагене и Хельсинки. В Осло и Хельсинки WoT примет своих гостей традиционно на борту паромов Silja Serenade и Crown of Scandinavia. В Копенгагене выставка пройдёт в расположенной в центре города гостинице Scandic Sydhavn Hotel. Бесценный организатор выставки Клаус Байер обещает местным дистрибьюторам тот же гостеприимный приём и тёплую атмосферу непосредственного общения, которые всегда сопровождали его выставки.

Приглашения на выставку WoT будут заранее рассылаться по базе данных организатора.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Выставка WoT всегда была небольшим кулуарным событием календарного года сувенищика из Скандинавии, её организатор Клаус Байер — давний друг нашей ассоциации. Поэтому желаемых посетить это мероприятие российских профессионалов бизнес-сувенирного рынка просим обращаться в МАПП.

ПОЛОВИНА ОБОРОТА ОТ ПРОМОПРОДУКЦИИ

Производитель популярной компьютерной игры Angry Birds (Злые птицы), предустановленной на многих современных смартфонах и переносных компьютерах, финская компания Rovio объявила, что 45% её значительного годового оборота (2012: 152 миллиона евро) составляют доходы от продажи сопутствующих товаров. Причём компания не занимается выпуском или даже размещением заказов на многочисленные изделия, исполненные в форме героев популярной игры. И также не продаёт этих изделий. Rovio лишь торгует лицензиями на выпуск продукции. Это означает, что розничный оборот мягких игрушек, школьных принадлежностей, постельного белья, текстильных изделий и т.п. намного превышает не только приведённую сумму, но и, по-видимому, обороты самой компании-автора игры.

Популярность самой игры, кстати, в 2013 году стала значительно снижаться, что незамедлительно сказалось на стоимости акций компании Rovio. Падение стоимости акций и, соответственно, резкое снижение стоимости самой компании связано также с неудачной попыткой публикации нового детища компании. Игра не была воспринята рынком с тем же энтузиазмом, как флагман их бизнеса Angry Birds. Тем не менее, на продажи сопутствующей продукции эти рыночные колебания практически не оказали никакого воздействия. Так что не исключено, что по итогам 2013 финансового года доля сопутствующей продукции в структуре оборота компании значительно возрастёт.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Даже символ Чемпионата мира по лёгкой атлетике в Москве неизмеримо напоминает персонажа игры Angry Birds. Думаю, москвичи могли бы придумать что-нибудь более оригинальное. Ушли, видимо, те люди, которые могли создавать аутентичные дизайны, типа олимпийского Мишки. А жаль! Про выгоду от продажи этих зоре-птичек страшно даже подумать, не только что спрашивать.

ДОКЛАД RAPEX 2012. СНОВА ОБ ОПАСНОЙ ПРОДУКЦИИ



Согласно докладу Европейской комиссии по быстрому реагированию на небезопасную продукцию (сокращённо RAPEX), количество зарегистрированных случаев небезопасных изделий среди игрушек достигло в 2012 году 366, что на 13% превышает показатели прошлого года (2011: 324). Таким образом, 2011 год остался единственным, в течение которого количество подобных случаев было меньше, чем в предыдущем. Игрушки переместились на второе место по количеству небезопасной продукции с долей в 19%. Их опережают лишь текстильные изделия (668 случаев), а сразу за ними следует электроника (205 случаев). Далее в списке: мотоциклы (149) и косметика (86).

Большинство жалоб зарегистрировано на продукцию Китая и Гонконга. Доля продукции из этих стран составляла в 2011 году 58%, поднявшись за год на 4%. 17% продукции были произведены в Европе. Наиболее частыми сообщения о небезопасной продукции европейского производства приходили на изделия из Венгрии (15%), Болгарии (14%), Испании (10%), Германии (9%) и Великобритании (8%). Система RAPEX возникла в ЕС в 2004 году с целью выявления производителей некачественной продукции.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Адептам "немецкого качества" на заметку: в Германии тоже умеют делать кое-как! С другой стороны, конечно, похвально, что ещё где-то в Европе что-то выпускают... Финляндии в списке нет, думаю, как раз по этой причине.

ВЫСТАВКА "REMADAYS EUROPE" ОТМЕНЕНА

Назначенная на 15-17 января 2014 года выставка RemaDays Europe в Нюрнберге отменена. Организатор выставки польская издательская компания GJC Inter Media совместно с немецкой компанией gmk & WNP Fachmessen, организатором выставки GiveADays в Штутгарте, пришли к соглашению об объединении их проектов. Новая дата проведения совместной выставки 13-15 февраля 2014 года. По соглашению сторон немецкий организатор выставки будет отвечать за привлечение участников из Германии, Австрии и Швейцарии, тогда как польская сторона возьмёт на себя потенциальных участников из остальных стран Европы.

Новая бизнес-суверенная выставка будет проводиться раз в два года под эгидой EXPO 4.0. Она вольётся в большое торговое шоу, другими частями которого являются TV TecStyle Visions (текстильные изделия и декорирование текстиля), wefec trade fair (рекламные технологии, цифровая печать и световая реклама) и DS TEC (цифровые рекламные и информационные системы). "Мы рады тому, что GJC Inter Media поддерживает выставку GiveADays, вливаясь в сильный союз участников EXPO 4.0. Мы надеемся на долгосрочное сотрудничество" — говорит Роланд Грубер, менеджер проекта GiveADays и один из генеральных директоров gmk & WNP Fachmessen — "Все компании, купившие стенды на RemaDays Europe 2014, смогут принять участие в выставке GiveADays. Все подписанные соглашения будут нами исполнены".

Славомир Гифинг, генеральный директор GJC Inter Media: "В результате договорённости с GiveADays, мы рассчитываем увеличить количество посетителей для наших экспонентов. Мы видим значительный потенциал для бизнес-сувенирного сектора в концепции выставки GiveADays в рамках проведения EXPO 4.0 и хотим внести свой вклад успеха этого уникального выставочного проекта".