



КОНКУРС «PSI FIRST AWARD» ПОДВЁЛ ИТОГИ

В третий раз в рамках выставки PSI проводился конкурс промопродукции «PSI FIRST Award». «Иновационная, многогранная и, прежде всего, новая» – так сказано в правилах участия в конкурсе о продукции, которая может быть представлена. Поясняя слово «новая», организаторы подчеркнули: «продукция, ранее не представлявшаяся, премьера которой состоится в рамках выставки PSI». В этом году оценивать представленную продукцию получили возможность посетители выставки. И вот результаты их голосования:

Первое место занял пластмассовый держатель для смартфона в машине «fixxo Universal» немецкой компании «fixxo Germany». На второй позиции оказался резервный аккумулятор (powerbank) производства компании «Vim Solution», также из Германии. Третье место досталось изделию из картона «солнцезащитные очки-открытка» компании «PLAYGRND Labs».

Комментарий МАПП: Несмотря на то что среди участников конкурса, а также среди посетителей больше половины были иностранцами, все три премии чудесным образом достались компаниям из Германии. К тому же, что «инновационного и многогранного» обнаружили устройства конкурса, отбравшие предметы для него, в держателе для смартфона или в резервном аккумуляторе? Под все эти критерии подходит лишь зацепившееся за третье место изделие.

www.psi-messe.com



КОЛЛЕКТИВНАЯ ИНИЦИАТИВА ЕВРОПЕЙСКИХ АССОЦИАЦИЙ

14 января 2016 года в рамках выставки PSI в Дюссельдорфе была представлена новая концепция общеевропейской «зонтичной» ассоциации. Представители национальных европейских ассоциаций «2frcs» (Франция), «Assorprom» (Италия), «VAPP» (Бельгия), «ВМРА» (Великобритания), «PPP» (Нидерланды), а также несколько представителей поставщиков и дистрибьюторов промопродукции собрались для обсуждения нового проекта. Позже к собранию присоединились члены правления уже существующей общеевропейской «зонтичной» ассоциации «ЕРРП». Предложение об организации новой ассоциации с предварительным названием «Европейская организация медийных продуктов» (European Product Media Organisation) ЕРМО было разработано группой представителей европейской бизнес-сувенирной отрасли и выдвинуто на обсуждение представителями национальных ассоциаций.

Главными задачами новой инициативы её авторы видят лоббирование продукции отрасли в масштабах Европы, дальнейшее обучение персонала компаний отрасли, маркетинговые исследования, а также разработку работающей версии «Программы социальной ответственности бизнеса».

Необходимость создания новой общеевропейской ассоциации продиктована желанием прежде всего избежать ошибок прошлого и чётко определить источники финансирования организации, возложив основное бремя инвестиций на национальные ассоциации. Рассматривалось также предложение образования новой ассоциации на базе уже существующей ныне ассоциации ЕРРП. Участники договорились продолжить консультации на февральском собрании. В свою очередь правление ассоциации ЕРРП решило вынести вопрос об участии в новой инициативе на рассмотрение следующего общего собрания ассоциации.

Комментарий МАПП: Под «зонтиком» не спрячешься от кризиса, а образование всё новых и новых организаций поверх или сбоку старых не решит основного вопроса – финансового. Ошибки можно исправлять и в старых, проверенных структурах, зачем для этого открывать новые?

www.productmedia.eu



НОВАЯ СТРАТЕГИЯ PSI

Выступая на очередном ежегодном собрании Германской ассоциации презентационной продукции (GWW) в Берлине, директор выставки PSI Силке Франк (Silke Frank) представила новую концепцию выставки PSI в 2017 году, изначально предложенную рабочей комиссией по выставкам ассоциации GWW и направленную на то, чтобы расширить сегментную группу посетителей выставки PSI. Идея состоит в том, чтобы открыть доступ на выставку конечным заказчикам отрасли. Как известно, до сих пор на выставку PSI могли попасть только производители и дистрибьюторы бизнес-сувенирной отрасли, к тому же до последних лет только те из них, которые являются членами PSI.

Следуя новой концепции, планируется разрешить конечным потребителям промпродукции посещение последнего дня выставки. Для этого все посетители должны быть приглашены и зарегистрированы своими дистрибьюторами. Предполагается, что таким образом посетители будут идентифицироваться как клиенты своих дистрибьюторов, что будет отмечено как на их пропускных документах на выставку, так и цветом их карточки посетителя на самом мероприятии. В связи с этим решено перенести время проведения выставки с традиционных трёх последних дней рабочей недели на вторник-четверг, так что следующая выставка PSI состоится в Дюссельдорфе в период с 10 по 12 января 2017 года.

Комментарий МАПП: Новость вызывает двоякие чувства: с одной стороны, приятно наблюдать неустанную борьбу профессионалов за выставку в условиях общеевропейского кризиса, с другой – не всякий сделанный шаг обязательно ведёт к улучшению ситуации. Конечно, одним из методов борьбы с кризисом является сокращение звеньев цепочки поставок, однако, такие откровенные шаги за счёт тех, кого в первую очередь из этой цепочки выжмут, возможны только в такой прагматичной стране, как Германия.

www.psi-messe.com

«БОЛЬШЕ ЗА БОЛЬШЕЕ»

Под таким девизом представила новую схему благотворительных сборов средств британская бизнес-сувенирная компания «Outstanding Branding». Начиная с сентября 2015 года компания провела ряд акций по сбору средств для международной организации защиты детей «Save the Children». В ноябре, например, состоялась акция «Mo-vember», участникам которой, сотрудникам компании мужского пола, предлагалось отращивать в течение месяца усы. Владельцы наиболее впечатляющих, а также самых некрасивых усов награждались денежными призами, спонсорами которых стали поставщики и заказчики компании. Всего за полгода компании удалось собрать около 2000 евро, которые были переданы организации «Save the Children» в феврале.

«Save the Children» является одной из всемирно известных международных неправительственных организаций защиты прав детей. Я выбрал именно эту организацию потому, что будущее детей мира должно быть более безопасным. Ведь они те, кто придёт нам на замену», – рассказал финансовый директор компании Мухаммад Анваар (Muhammad Anwaar). «Я провёл много времени в Азии и знаю, что многие дети лишены элементарных жизненно необходимых вещей, не имея даже питьевой воды. Во время моей поездки по Ближнему Востоку я видел умирающих от голода детей. Вот причина, по которой я решил активно участвовать в благотворительных кампаниях по сбору средств, как только у меня появится такая возможность. И эта возможность появилась у меня благодаря компании «Outstanding Branding», за что я очень благодарен судьбе».

Комментарий МАПП: Даже когда благотворительность является частью маркетинга коммерческой структуры, она не теряет своего основного смысла – помочь нуждающимся. И даже сбор незначительной суммы может спасти кому-то жизнь. Ведь на 2000 евро можно купить у компании «Nestle» (крупнейшего торговца питьевой водой в регионе) несколько сотен литров питьевой воды в Африке, чем будут спасены жизни десятков, а может быть и сотен детей.

www.outstandingbranding.co.uk