



За шаг до триумфа

Эксперты проголосовали за соискателей Премии МАПП

Более 150 предметов, объединенных в наборы или представленных по отдельности, составили 65 конкурсных работ III Премии МАПП «Держава мастеров – 2016». Чтобы оценить их, 17 августа в Санкт-Петербург съехались члены экспертного жюри. В «Центре импортозамещения и локализации» в «Ленэкспо» для них была подготовлена экспозиция: специалисты исполнили свой судейский долг в дружеской, но деловой обстановке, без суеты и спешки, обстоятельно ознакомившись со всеми номинантами и задав вопросы организаторам. Результаты станут известны 22 сентября на торжественной церемонии награждения победителей, которая пройдет в Москве на территории ВДНХ в павильоне «Моя история».

Н О В Ы Й формат оценки конкурсных работ Премии МАПП оказался весьма эффективным. Год назад члены жюри знакомились с номинантами в рамках выставки IPSA в Москве. Плотный деловой график и привычная толчея выставочного зала несколько затруднили экспертам знакомство с экспозицией. В этом году все нюансы были учтены: «Центр импортозамещения и локализации» любезно предоставил организаторам конференц-зал, где можно было и познакомиться с работами участников, и в кругу коллег обсудить острые вопросы голосования.

Состав жюри тоже изменился в 2016 году. В судействе по-прежнему приняли участие Лео Костылев, президент МАПП, Виолетта Тимченко, директор LEDD Company, и Евгения Лукашевич, руководитель дирекции маркетинга, рекламы и PR ООО «ЭФ-Интернэшнл». Чтобы достойную оценку получила не только маркетинговая, но и эстетическая составляющая представленных на конкурс работ, был приглашен эксперт-дизайнер Михаил Ткачев. Альбина Пэн, руководитель

и идейный вдохновитель рекламной производственной компании Dragon Gifts, представляла точку зрения производителя из КНР. В прошлом году участник, исполнительный директор рекламного агентства REMAR Group Константин Коробов в этом сезоне согласился примерить «судейскую мантию».

Присоединилась к жюри и директор выставочных проектов ООО «ЭкспоФорум-Интернэшнл» Наталья Юдникова – она с самого зарождения Премии оказывала проекту поддержку, ведь первые две церемонии награждения прошли в Санкт-Петербурге в рамках выставки «РИДО». Дебютантами в судействе Премии МАПП стали Константин Фотеев, основатель, руководитель направления colourtex.ru, Наталья Ситон, генеральный директор компании «МЕЗА», Александр Никитин и Ольга Харламова, руководители компании «Главсюрприз».

Группа компаний «Экспо Микс Групп» стала генеральным спонсором торжественной церемонии награждения, которая пройдет в Москве на территории

ВДНХ в павильоне «Моя история» – на площадке, как нельзя лучше отвечающей идеологии и миссии проекта. В жюри со стороны данного партнера были приглашены Сергей Ключев, председатель совета директоров, и Анатолий Вержбицкий, член совета директоров, генеральный директор «Экспо Микс Продакшн».

В напутственном слове своим коллегам Лео Костылев подчеркнул, что голосуя за тот или иной бизнес-сувенир, стоит обращать внимание не только на его утилитарные характеристики. «Мы оцениваем рекламно-сувенирную продукцию, и у этих предметов более чем одно предназначение, – пояснил президент МАПП. – Насколько удачно сувенир тиражируется? Достаточно ли широкую аудиторию потенциальных получателей он охватывает? Достаточно ли он нейтрален, чтобы не задевать национальных или религиозных чувств получателя? Все это надо держать в голове, оценивая продукцию». С его точки зрения, в России крепка традиция делать личные, символические подарки, и многие аспекты дарения связаны именно





с этим. Для бизнес-сувениров ситуация близка к противоположной: подарок должен быть как можно более практичным, его польза должна быть очевидна, а срок службы – долгов. В такой ситуации расхожий популярный предмет – более верный выбор, чем сложный сувенир с глубоким смыслом.

Галина Дроздова, исполнительный директор МАПП, в том, что жюри удалось собраться вместе в один день, увидела хороший знак. «Наши эксперты нашли окошко в своем плотном графике, отодвинули другие дела на второй план и съехались в Санкт-Петербург ради мероприятия в большей степени общественного, чем коммерческого, – поделилась она. – Это вселяет уверенность, что наша отрасль будет развиваться, когда в ней действуют такие отзывчивые и внимательные люди». Она также добавила, что с момента запуска проекта в 2014 году он только набирает обороты, угнаться за ним становится все сложнее – Премия обрела собственную жизнь.

Заявки на Премию подали 43 компании из 16 городов России – Москвы, Санкт-Петербурга, Химок, Тольятти, Ростова-на-Дону, Тулы, Ижевска, Саранска, Новосибирска, Твери, Рамони, Казани, Иваново, Дзержинска, Ярославля, Златоуста. Их работы распределились по семи категориям. С 2015 года сохранились «Промпродукция», «Креативная упаковка», «Мастер дизайнера», «Лидер

коммуникаций», «Персонально. Особо. Важно», последние две оказались наиболее популярными у соискателей. Также были добавлены два новых раздела – «Городской сувенир» и «Новогодний бизнес-сувенир».

Членам жюри было предложено поставить оценки всем представленным на конкурс предметам или наборам в соответствующих категориях. По сумме мест будут определены победители. Такой вариант судейства, по мнению организаторов Премии МАПП, обеспечит более объективную оценку всем изделиям, ведь каждый из участников конкурса заслуживает внимания.

Премия МАПП – конкурс российских производителей рекламно-сувенирной продукции, и поводом для дискуссии, предваившей голосование, стал вопрос, какую продукцию можно называть отечественной. Лео Костылев рассказал, что организаторы опирались на европейский опыт: страной происхождения изделия является та, где создается более 50% себестоимости товара. Конечно, «правило 50%» не идеально, ибо для определения себестоимости изделий можно использовать различные методы подсчета, но в данной ситуации это стало соломоновым решением. «В современном мире производство какого-либо продукта на 100% в одной стране практически невозможно, – пояснил он. – С этим приходится жить. У нас нет оснований не доверять

нашим участникам, и если они ставят на свою продукцию знак «Сделано в России», значит, так оно и есть».

Такая позиция встретила понимание со стороны членов жюри. Председатель совета директоров Группы компаний «Экспо Микс Групп» Сергей Ключев добавил, что свыше 90% товаров на проморынке производится в Юго-Восточной Азии, большинство – в Китае. Он напомнил слоган «Центра импортозамещения» – «Сделано нами, сделано для нас» – и призвал при оценке работ больше внимания уделить именно коммуникационной составляющей продуктов.

Александр Никитин, главный по подарочкам компании «Главсюрприз», привел в пример Европу, где производители в разных странах отличают понятия «made in...» и «designed in...» – и одна, и вторая формулировка являются предметом для гордости. Он выразил шутливую надежду, что с Премией МАПП уже в следующем поколении надпись «Сделано в России» будет срочни бренду. По его словам, более суровые критерии отбора имели бы смысл при 1530 изделиях, а 153 предмета – это только перспективное начинание, которое необходимо поддерживать.

Организаторы Премии МАПП пообещали рассмотреть все рекомендации и замечания коллег, членов жюри, обдумать их предложения – перед «Державой мастеров» простирается огромное поле для роста.



Знакомство с экспозицией и заполнение бюллетеней затянулось на несколько часов – все предметы были подвергнуты тщательнейшему анализу. В том, какие работы были отправлены производителями на конкурс, можно было заметить, как трепетно авторы относятся к своим работам и насколько высокие требования предъявляют к себе. Члены жюри, в свою очередь, не спешили опускать планку, распределяли оценки со всей строгостью – каждый в соответствии со своими критериями.

«У дизайнера испорченный взгляд на мир, как и у любого узкого специалиста, – посетовал Михаил Ткачев. – Но красота, ощущение сопричастности с вещью, ее концептуальная самодостаточность – все универсальные характеристики, что наполняют жизнь радостью». Он отметил, что на конкурсе ряд предметов отличает особая «человечность». Для того чтобы подобных работ было больше, дизайнерам нужны свои «библиотечные дни», когда они могли бы наполнить себя впечатлениями – читали, посещали выставки, смотрели фильмы. А потом бы рассказывали о полученном опыте, тем самым упорядочивая его, делая пригодным для будущей работы.

Сергей Клюев напомнил, что во времена СССР к каждому Новому году выходил свежий набор елочных игрушек, их покупали каждые двенадцать месяцев, потому что это помогало создавать

чувство праздника. Рекламные сувениры тоже должны дарить радость, быть поводом для маленького торжества. «Появление номинаций «Городской сувенир» и «Новогодний бизнес-сувенир» удачно вписалось в структуру Премии, расширив и актуализировав ее тематику», – порадовался он.

Теперь, когда этап экспертного голосования пройден, участников ждет еще одно, не менее ответственное испытание – все экспоненты будут выставлены на суд широкой публики на 30-й международной выставке промостроительства IPСА в Москве. А интернет-сообщество сможет оценить соискателей онлайн на сайте выставки «РИДО» (www.trends.exporforum.ru).

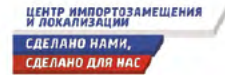
Расширенную версию данного отчета с комментариями членов жюри можно прочитать на сайте Международной Ассоциации Презентационной Продукции (www.iapp.ru).

On August 17, in St. Petersburg the expert jury has voted for nominees of the 3rd IAPP Award "The Commonwealth of Craftsmen". The meeting had friendly but businesslike atmosphere, and specialists had a close look at about 150 products of 43 participants from 16 Russian cities. While filling ballots the experts had an opportunity to discuss several important topics, one of them being criteria according to which promotional products could be considered as "made in Russia".

Мероприятие проходит при поддержке:



Комитет по промышленной политике и инновациям



EXPOFORUM

Подарки для экспертного совета предоставили:



Генеральный спонсор церемонии награждения III ПРЕМИИ МАПП «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ - 2016»

