

## SOL'S ИЗБРАН «ЛУЧШИМ ТЕКСТИЛЬНЫМ БРЕНДОМ»

**КРУПНЕЙШИЕ** французские и международные бизнес-сувенирные и текстильные компании собрались в Лионе на выставку СТСО, проходившую с 31 января по 2 февраля. Европейский производитель делового текстиля SOL'S представил здесь свою коллекцию 2017 года, а также наиболее популярные изделия прошлых лет, в числе которых корпоративная одежда и униформа, одежда для мероприятий, комплекты спортивной одежды и сувениры. Каждый год ZFPCO (Федерация профессионалов объектных коммуникаций) награждает наиболее популярные промоизделия по результатам проведения Премии POP'S. Уже второй год подряд дистрибьюторы признают SOL'S «Лучшим брендом текстильных изделий для продвижения».

Президент SOL'S Alain Milgrom доволен результатами голосования: «Получение этого приза второй раз подряд – предмет гордости для SOL'S, всей нашей команды, так как это результат наших совместных усилий. Награда подтверждает нам, что дистрибьюторы довольны нашими изделиями, поскольку отдали за нас свои голоса, и я благодарю их за доверие. Мы должны удвоить усилия по улучшению качества наших изделий и обслуживания заказчиков, чтобы превзойти любые их ожидания. Мы всегда стремились к созданию длительных партнерских отношений с каждым из наших клиентов».

[www.sols-europe.com](http://www.sols-europe.com)

**Комментарий МАПП:** Кто же еще мог получить премию во Франции, как не единственный французский производитель и поставщик? Как в Германии призы за китайскую продукцию получают немецкие компании, так и в других европейских странах все призы достаются «своим». МАПП тоже награждает отечественные бизнес-сувенирные компании, но только за произведенную в России продукцию, а не за изделия трудолюбивых индусов и китайцев.

## REINER SCHAUDT ПОКУПАЕТ «ESCHA» ОБРАТНО

**БЫВШИЙ** владелец и генеральный директор немецкой компании «Escha» Reiner Schaudt снова стал ее владельцем. «Escha» была основана его женой в 1970 году, а в 2012 Reiner Schaudt продал компанию Silvio Raile, чтобы сконцентрировать усилия на другой своей компании «Esc-art». Однако теперь, после объявления о банкротстве компании «Escha», Reiner Schaudt решил приобрести ее обратно, поскольку интересы заказчиков и сотрудников компании, по его признанию, чрезвычайно важны для него. «Escha» продолжит свою деятельность как отдельная компания.

В будущем новая продукция из пластмассы, дерева и керамики пополнит ассортимент изделий компании «Escha». [www.escha.com](http://www.escha.com)

**Комментарий МАПП:** Не повезло здесь только Сильвио, который за пятилетку довел компанию до банкротства, что трудно считать случайностью. Немецкий рынок, испытывающий те же кризисные тенденции, что и остальная Европа, сужается, и в этой «давилке» выживает тот, кто имеет уникальное предложение или много, много старых клиентов. Предложение «Escha» никогда не блистало оригинальностью.



## «LM ACCESSOIRES» МЕНЯЕТ ИМЯ НА «REFLECTS»

«REFLECTS» сделал себе хорошее имя. Немецкий поставщик бизнес-сувенирной продукции, известный с 1998 года под именем «LM Accessoires», обеспечил себе за годы своей работы репутацию серьезного профессионала и сторонника высоких стандартов обслуживания заказчиков в бизнес-сувенирной отрасли. Отвечая на запросы нашего времени, компания решила упростить структуру своего бренда, поменяв предыдущее имя на название торговой марки, вот уже много лет делающее ее узнаваемой на европейском промрынке. Все остальное, в частности, сотрудники, адрес офиса и логотип, остается без изменений. «REFLECTS» продолжит быть для своих заказчиков надежным партнером, отвечающим их высоким запросам.



**СОВМЕСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ С «BLUE SQUARE»**  
Одновременно с объявлением о смене имени компания анонсировала образование совместного предприятия своего азиатского отделения с гонконгской фирмой «Blue Square», являющейся давним партнером «REFLECTS». В своем совместном заявлении директора компаний отметили, что лояльность и надежность партнеров в прошлом должны стать гарантией того, что формальное объединение будет способствовать дальнейшему развитию бренда «REFLECTS» во всех частях света. [www.reflects.de](http://www.reflects.de)

**Комментарий МАПП:** Кризис, который теперь не обходит стороной даже очень мощную немецкую экономику, подталкивает компании к поиску новых рынков сбыта. Европе уже не «переварить» того количества пластмассы, которое поставляется из Китая. Возрадуемся тому, что теперь все больше ее будет оставаться там, где она изготовлена!

# КРУЖКИ С СУБЛИМАЦИЕЙ: ИССЛЕДОВАНИЕ БРИТАНСКОЙ АССОЦИАЦИИ



**БРИТАНСКАЯ** ассоциация BPMA (Ассоциация промпродукции Британии) провела тестирование обработанных для сублимационного нанесения кружек наиболее известных производителей: «Duraglaze», «GlazeKing», «JS Coating», «Orca Coating» и «Rhino Coat». Исследование проводила лаборатория тестирования института «Lucideon» по заказу британской ассоциации. По заявлениям всех производителей, их изделия рекомендованы к мытью в посудомоечных машинах. Перед тестом на все изделия были произведены идентичные нанесения, которые затем протестировали на соответствие нормам стандарта BS EN 12875-4.

Исследование проводилось путем замачивания изделий в растворе стандартного моющего средства при температуре 75 °С. Сравнение тестируемых изделий с контрольными образцами производили через 8, 16 и 32 часа. Результаты исследования оказались весьма неожиданными: уже после восьми часов пребывания в моющем растворе, что соответствует 125 циклам машинной мойки, изделия четырех из пяти брендов имели значительные повреждения изображения – отшелушивания и деформации цветовой гаммы. Только модель «Duraglaze» выдержала весь 32-часовой марафон без видимых качественных изменений нанесенного изображения.

На основании результатов проведенного исследования было доказано, что время использования в рекламных целях изделия бренда «Duraglaze» – 2,98 года, при учете его ежедневной машинной мойки, нанесение же на остальных изделиях не выдерживает и трехмесячного использования. [www.bpma.co.uk](http://www.bpma.co.uk)

**Комментарий МАПП:** Подобные тесты неплохо бы проводить и в России, а то несчастные потребители бизнес-сувенирной продукции слишком часто выступают единственными свидетелями некачественной работы «профессионалов» нашей отрасли. И даже на их жалобы чаще всего следуют ответы в духе: «А ты кто такой?» или «Слишком мало заказываешь!». Объективные результаты независимой инстанции могли бы развеять много мифов нашей многострадальной отрасли!

# КИТАЙ СТАНОВИТСЯ ГЛАВНЫМ ИМПОРТЕРОМ РОССИЙСКИХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ



**КИТАЙ** стал главным торговым партнером России по импорту продуктов питания и напитков, опередив Турцию. За первые шесть месяцев 2016 года Россия поставила в континентальный Китай продукции на сумму в 1,13 миллиарда долларов, что составляет 10% китайского импорта в этом секторе экономики.

Рост экспорта в Китай будет, скорее всего, продолжаться, так как ведущие российские производители подписали новые контракты на сумму, превышающую 100 миллионов долларов.

Согласно статистическим данным, самым популярным изделием экспорта в Китай из России является замороженная рыба, представляющая сырье для производства рыбных полуфабрикатов. Китай закупил у России в 2016 году замороженной рыбы на сумму 710 миллионов долларов.

Соя – следующий по популярности продукт экспорта, за ней следуют подсолнечное и соевое масла, широко используемые в пищевой промышленности Китая.

Помимо этих вполне традиционных продуктов экспорта, Россия поставляет в Китай и другие пищевые продукты и напитки. В прошедшем году, например, китайцы закупили 12 тонн русского шоколада на 40 миллионов долларов, став по объемам экспорта этого продукта вторым партнером России после Казахстана. Самыми популярными брендами российского шоколада в Китае – «Алёнка» и «Русский балет».

Вино также является продуктом, экспорт которого из России постоянно растет. Летом 2015 года начался экспорт крымских масандровских вин, которых китайцы закупили 17 600 бутылок. Ранее Китай закупал только шампанское «Абрау Дюрсо».

Еще одной новинкой для китайцев стало российское мороженое. Ранее этот продукт знали лишь в ближайших к России провинциях Китая, теперь же российское мороженое можно купить и в Пекине, и в Шанхае.

В 2017 году планируется начать экспорт мяса в Китай. Заключен также договор о поставках мяса домашней птицы. Процветающая торговля предоставляет также хорошие возможности компаниям из Гонконга – стать дистрибьюторами российских товаров на азиатском рынке. В частности, рассматриваются перспективы налаживания импорта российской минеральной воды некоторых дорогих брендов.

**Комментарий МАПП:** Дочитавший до этого места, наверное, удивится: какое отношение имеет эта новость к нашей отрасли? Самое прямое! Она доказывает, что можно не только из Китая везти тонны пластмассового мусора, но и в Китай продавать свою продукцию. И даже весьма успешно. Конечно, это касается только тех, кто производит что-либо в России, а не живущих на комиссии с перепродажи результатов труда других.