



ТЕМАТИЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ СУВЕНИРНОЙ И ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В ПЕТЕРБУРГЕ

13-14 июня 2017, Санкт-Петербург

В середине июня в Санкт-Петербурге прошла «Тематическая неделя сувенирной и презентационной продукции», ответственным организатором которой выступила ассоциация МАПП. Поскольку в рамках этого мероприятия должно было состояться заседание экспертного жюри IV Премии МАПП «Держава мастеров», которая проводится для отечественных производителей бизнес-сувенирной и подарочной продукции, помещение для «Тематической недели» предоставил «Центр импортозамещения и локализации» Санкт-Петербурга. Никогда ранее в городе не проводилось мероприятие, со-организаторами которого были бы одновременно коммерческая структура – выставочная компания «ЭФ-Интернэшнл», некоммерческая ассоциация МАПП и структуры городских властей – «Комитет по промышленной политике и инновациям СПб» и «Центр развития и поддержки предпринимательства». Мне показалось это чрезвычайно важным, и вот по какой причине.

В нашей отрасли мы многому научились за двадцать пять лет существования этого бизнеса в России, однако то, чего нам по-прежнему не хватает – это качественный диалог. Несмотря на очень скромные размеры нашей отрасли, в ней образовались какие-то отдельные группки и течения, каждое из которых претендует на право обращаться к бизнес-сувенирной публике от лица всей отрасли. Конечно, в силу замкнутости каждого из этих течений, никакие воззвания и инициативы не производят должного эффекта, утопая в рутине самой этой группки. Внутри отрасли практически не существует никаких форматов для поистине общеотраслевого общения и наведения мостов для межгрупповых коммуникаций, если мне будет позволено так выразиться. А если внутри нашей сферы бизнеса и проводятся какие-то задуманные общеотраслевые мероприятия, то, как правило, они являются больше бизнесом, нежели форумом для общения и обсуждения общих проблем. Однако, кроме внутриотраслевых «коротких замыканий», нет также качественного диалога отрасли с властями, да и диалог отрасли со своими

заказчиками тоже как следует не работает. В какой-то момент я понял, что для организации всех этих видов коммуникаций недостаточно лишь воли сторон и списка накопившихся вопросов. Требуются место и время, максимально комфортные и удобные для всех желающих принять в этом участие. «Центр импортозамещения и локализации» оказался такой идеальной площадкой с массой помещений для проведения конференций и заседаний, современным техническим оснащением, выставочными площадями и даже сравнительно удобным географическим расположением. И если уж не полным совершенством в отношении логистики, то, по крайней мере, с прекрасным живописным пейзажем вокруг. Да и время – середина июня – вполне подходящее. Никаких важных выставок, и ещё не сезон отпусков.

Конечно, первый раз – всегда волнения и досадные ошибки, хотя я не сказал бы, что он был «комом». МАПП подготовил отличную программу конференций, круглых столов и мастер-классов. Я и раньше знал, общаясь с участниками МАПП, что большинство из них – чрезвычайно интересные люди, помимо того, что они являются профессионалами своего дела. Но, слушая мастер-классы и доклады на конференциях, я раскрывал для себя их в новом ключе, не только как вдумчивых предпринимателей, но и как неравнодушных жителей этой планеты. После доклада **Татьяны Власовой «О чём молчат типографии» (Власта-Принт, Тула)** кто-то высказал мнение, что на его основе можно издать полезную книгу, с чем без преувеличений могу согласиться и я. Доклад другого участника **Сергея Карпова («Аэрополиграфия», Москва)** был посвящён такому прозаическому продукту, как полиэтиленовые пакеты, однако те подходы к производственным процессам, о которых рассказал докладчик, его озабоченность вопросами защиты окружающей среды сделали его выступление не только полезным и интересным, но и актуальным. А демонстрация современного разумного подхода к вопросам производства изделий из пластмасс без загрязнения окружающей среды показало зрелость предпринимательского мышления. Такое же «взрослое» отношение к своему делу продемонстрировала компания **«Вики Восток»**, освоившая производство ручек из использованных пакетов «Tetra Pak». Изделия были представлены на стенде компании во время проведения «Тематической недели» и являются соискателями IV Премии МАПП, а генеральный директор компании **Илья Цигельницкий** успел ещё поучаствовать в дискуссиях и круглых столах.

Интересным получился доклад «Специальный дизайн одежды в корпоративном сегменте. Уникальность. Индивидуальность. Креативность» московского предпринимателя **Константина Фотева (www.colourtex.ru)** о новом проекте его компании по производству базовых текстильных изделий для проморынка в России. Когда-то Россия была одним из ведущих производителей текстильных изделий, а сегодня радость вызывает то, что кто-то решается начинать это дело практически

с нуля. «Города невест» канули в Лету, но энтузиазм и энергия молодых поможет их возрождению. Не скрою, приятно стоять у истоков этого! Органичным продолжением этого доклада стала дискуссия, ведущим которой был **Александр Никитин («Главсюрприз», Москва)**, на тему: «Есть ли русский путь в сувенирной продукции». Мнения разделились, так как в зале присутствовали те, кто этим путём шагает, хотя сам ведущий был менее оптимистичен. С «места в карьер» Александр спросил присутствовавших: «Кто ездит на российском автомобиле»? И хотя поднялась лишь одна рука, вряд ли это можно считать аргументом. Ведь сувениры мы возим из Китая, но на китайских автомобилях (пока, конечно) не ездим тоже! Понятно, что французские вина и духи или швейцарские шоколад и сыры не «импортозаменяешь», как ни старайся, но ведь когда-то и там кто-то был первым! И вокруг наверняка стояли те, кто крутил пальцем у виска, показывая на него...

Запомнилось выступление **Антон Зуева из питерского «Бюро проектов "Мохито"»**. Он рассказал о креативных подарках ручной работы как способе отстраниться от конкурентов и завоевать лояльность клиента. Уход от конкуренции за счёт неповторимости (уникальности) продукта является новой идеей маркетинга для небольших компаний. Помимо того, что такие идеи способствуют снижению напряжённости конкурентной борьбы на рынке, они показывают новый, творческий, путь в бизнесе, а значит, делают его более мягким, человечным.

Николай Козин, председатель совета директоров группы компаний «Ростр» из Саранска поведал о монетизации инновационных социальных проектов под девизом: «Переход количества в качество, или работать надо, и деньги придут!» В своём докладе он раскрыл ещё одну очень важную сторону современных бизнес-процессов. Я также считаю, что слишком большое внимание к зарабатыванию денег любой ценой привело мировую экономику к тому кризису, из которого она вот уже десять лет никак не может выбраться. И без новых подходов не выберется никогда. Как мы помним: «Новое – это хорошо забытое старое», а в «старой» экономике, ориентированной на продукт, а не на прибыль, было много своих плюсов. И, самое главное – меньше агрессии, соперничества, жадности и амбиций.

Я привёл лишь несколько примеров, но мог бы рассказать примерно то же о каждом выступавшем, каждом докладе и каждом представленном изделии, если бы только позволял журнальный формат. Мы расписывали ёлочные шары на мастер-классе **Марии Хмельовой** и ели шоколадную стружку от «**Конфаэль**», наблюдая, как **Виталий Пономарёв** высекал из глыбы шоколада скульптуру Клода «Укрощение коня» с Аничкова моста. Ели мёд и пили, правда, не пиво, а сбитень (оно и полезнее!), так что, во всяком случае, у меня по «усам текло», да и в рот попадало. А помогали распробовать этот старинный русский напиток **Вадим Яхонтов** и **Виталий Озеров**, проводившие дегустацию **Столбушинского продукта** как гастрономического бренда: «Ощутить вкус русской традиции».

В деловой атмосфере прошло заседание экспертного жюри IV Премии МАПП «Держава мастеров». В связи со смещением во времени этого события в этом году Премия МАПП была разделена на два этапа, поэтому у членов жюри было больше времени на оценку каждого изделия, чем в прошлом году.

Безусловно, в каждой бочке мёда имеется своя ложка дёгтя. И такой ложкой «Тематической недели» стало небольшое количество посетителей. И хотя оповещение заинтересованных и привлечение посетителей не являлось задачей для МАПП, мы со своей стороны тоже всеми средствами информировали рекламные агентства и представителей рекламных служб компаний о нашем мероприятии. Почему так мало людей заинтересовалось нашей «Тематической неделей», остаётся для меня большой загадкой. Я знаю о некотором противодействии мероприятиям, организаторами которых является ассоциация МАПП, со стороны некоторых коллег, знаю и о высказанных прямым текстом запрещениях для некоторых компаний посещать нашу «Тематическую неделю». Безусловно, мы приглашали и всех тех, кто демонстративно или консолидированно отказывается принимать участие в проектах МАПП, и, конечно, они не пришли. Но я отказываюсь верить, что это может быть единственной причиной такой вялой посещаемости.

Другое дело, что в Петербурге традиционно сложно проводить рекламные выставки. Когда-то их было несколько в год, теперь осталась одна, но и та имеет успех, по моему мнению, лишь в силу самоотверженных усилий организаторов. Житель Питера тяжёл на подъём и, видимо, совсем не любознателен, зато чопорен и замкнут, как любой обитатель Севера. Кто-то ещё очень давно заметил, что «Петербург – чиновничий, а Москва – купеческая». Так это и остаётся до сих пор: в Москве каждый чиновник считает себя бизнесменом (а часто и имеет какой-либо бизнес на стороне), а в Питере – каждый бизнесмен ведёт себя как чиновник и мечтает им, в конце концов, стать. Купцу, предпринимателю всё нужно и всё интересно, а чиновнику в любой стране и при любых властях ничего не интересно и никто не нужен. Характерным подтверждением этому тезису стал жаркий спор, разгоревшийся в первый день «Тематической недели» на панельной дискуссии, где представитель питерского крупного рекламного агентства и группа московских производственных предпринимателей обсуждали вопросы разделения рисков между сторонами коммерческой сделки. Подход москвичей был чисто купеческий, в то время как питерская сторона высказывала позицию, больше напоминающую чиновничье регулирование, чем рыночные отношения.

Конечно, небольшое количество посетителей в какой-то степени обескуражило как организаторов мероприятия, так и его участников. Более всего досадно от того, что мероприятие получилось чрезвычайно интересным и наполненным, и тот, кто решил его не посещать, потерял хорошую возможность узнать и увидеть что-то новое и, наверняка, полезное для себя. Ну, представьте себе, что в городе проходил концерт музыки Чайковского, а вы не пошли на него. Стала ли музыка Чайковского от этого менее гениальной? Играли ли музыканты с меньшей страстью и отдачей? Получили ли слушатели этого концерта меньшее удовольствие от того, что вас не было среди них? Конечно же нет. Наверное, оркестр заработал бы чуть больше, если бы количество зрителей было бóльшим, но музыка от этого ничуть не пострадала. И слушатель – тоже. Единственный действительно пострадавший – тот, кто решил на концерт не ходить.

«Тематическая неделя» удалась, и это не мнение, а факт! Она открыла новые возможности для участников отрасли. Она создала базу для общения, обсуждения и решения злободневных задач и вопросов отрасли. И участие представителей власти в этом мероприятии делает его ещё более ценным. Мы сделали очередной шаг на пути консолидации сил отрасли, на пути нахождения точек соприкосновения, а не отталкивания. Диалоги необходимо налаживать, и мы будем продолжать эту работу. Теперь у МАПП есть место и время.

Президент МАПП, Лео Костылев

С 13 ИЮНЯ ПО 14 ИЮНЯ,
ПРОШЛА ТЕМАТИЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ
**«СУВЕНИРНАЯ
И ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ
ПРОДУКЦИЯ.
IV ПРЕМИЯ МАПП
ДЛЯ РОССИЙСКИХ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ
И ПОДАРОЧНОЙ
ПРОДУКЦИИ
«ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ — 2017»**

Центр импортозамещения и локализации



В рамках тематической недели состоялось собрание экспертного совета жюри ПРЕМИИ, где для оценки заявленных на конкурс изделий была подготовлена экспозиция российских производителей по итогам первого этапа.

В период тематической недели не только экспертный совет жюри мог оценить конкурсные работы. Мы пригласили профессионалов отрасли принять участие в отдельном открытом голосовании, а также в последующих мероприятиях тематической недели: мастер-классах, дегустациях, семинарах, презентациях и дискуссиях.

Программа конференций опубликована на сайте www.iapp.ru, WWW.IMPORTNET.RU

Ассоциация МАПП благодарит за помощь в организации мероприятия.

Ответственный организатор:



Соорганизатор: ООО «ЭФ-Интернэшл»

При поддержке :



Санкт-Петербург, Большой проспект В.О.,
ВК «Ленэкспо», павильон №4

ДНИ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

13-14 июня 2017, Санкт-Петербург

АННА ИСАЕВА,
директор международной выставки промостроиндустрии IPSA, член экспертного совета жюри Премии «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ-2017»:

В июне этого года в нашей отрасли прошло особо важное для индустрии событие. Профессионалы промостроиндустрии собрались на одной площадке для того, чтобы обсудить внутриотраслевые процессы и насущные вопросы.

Все мы так или иначе пересекаемся на разных мероприятиях: выставках, конференциях, презентациях. Все эти события нацелены на одно – обеспечение участников рынка продажами, т. е. кислородом, необходимым для развития. На IPSA, например, проходит ежедневно более 4 000 встреч. Все они связаны с клиентами и внешним миром, и при этом мы знаем, что у участников выставок есть потребность встретиться узким кругом и обсудить внутренние проблемы отрасли.

Мне было очень отрандно, что МАПП как отраслевое объединение профессионалов смогла собрать коллег в правильном месте и в правильное время (июнь – очень спокойное время для абсолютного большинства участников) для того, чтобы обсудить сложившиеся тренды, обозначить проблемы, начать выработать план действий по консолидации и, наконец, выработать общую позицию по наиболее важным вопросам.

Диалог получился очень откровенным, живым и открытым. Было очень приятно встретить профессионалов сувенирной отрасли, постоянных участников IPSA, а также экспертов и представителей заказчиков.

Сувенирные дни собрали всех, кто не боится конкуренции, имеет своё мнение и чёткое позиционирование на рынке.

Участники встречи очень явно обозначили главную на сегодняшний день проблему для промостроиндустрии – отсутствие единой платформы, которая бы смогла лоббировать интересы абсолютного большинства участников.

Мне было полезно и интересно встретиться в неформальной обстановке с коллегами – директорами выставок «РИДО» и «Дизайн и реклама». Нам всегда не хватает времени на то, чтобы поговорить о наших проектах и планах на будущее. А ведь, действуя внутри одной отрасли, нам просто необходимо понимать векторы развития каждой выставки.

Полезными и информативными были выступления участников, а жаркие дебаты с представителями брендинговых агентств очень чётко обозначили горячие точки, над которыми необходимо работать обеим сторонам дискуссии.

Одним из ключевых событий этих дней был отборочный тур премии «Держава мастеров». 4 года назад МАПП учредила первую отраслевую премию. Как все мы знаем, наличие отраслевой премии всегда выводит любую индустрию на новый уровень, создавая, так же как и отраслевые выставки, пул компаний, которым можно доверять, закладывая основу профессионализма и обозначая векторы развития.

В этом году премия показала, что уровень российского производителя вырос. Мы знаем, что российский дизайн уже давно в почете во многих отраслях, наши дизайнеры популярны за рубежом. Мы впервые увидели, что это явление коснулось индустрии подарков. Креатив был высококлассно реализован и представлен на суд экспертного жюри. Выбирать было по-настоящему непросто, ибо все участники продемонстрировали качественные и вдохновенные продукты.

Ознакомиться с участниками премии и проголосовать можно будет на IPSA_Осень-2017 с 5 по 7 сентября в Крокус-Экспо.

Генеральный отраслевой партнер проекта
ПРЕМИИ «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ»
www.ipsa.ru

