

Экосувениры: вопрос — ответ



Своим мнением относительно появления и распространения на территории России экосувениров поделилась директор «Dragon Gifts&Mobile» Альбина Пэн.

Сможет ли экосувенир прижиться в России?

В последнее время в России становится престижным и модным вкладывать деньги в различные социально значимые проекты. Все чаще многие поднимают вопрос о защите окружающей среды. Это, несомненно, плюс для компании — вносить свой вклад в улучшение экологической ситуации в мире. И все чаще компании проявляют заинтересованность к данной проблеме, правда, больше используя эту возможность в качестве рекламного хода. Это схоже с поддержкой различных социальных программ, связанных, к примеру, с поддержкой развития спорта или помощи различным группам населения. Таким образом, компания может позиционировать себя как социально-ответственная организация. Это повышает ее престиж и статус, и, без сомнения, укрепляет лояльность клиента. Считаю, что подобные сувениры в России приживутся, но не более чем имиджевые предметы. Сейчас предполагаю основными потребителями:

Франчайзинговые компании — у многих из них корни в Европе, возможно, им будет выгодно походить на своих европейских отцов-основателей. Наверняка они захотят иметь на ресепшене пару таких ручек и блокнотов. Другое дело, что русские вряд ли отличат экокарандаш от обычного. Иногда Европа сама решает, какой канцелярией пользоваться своим российским «дочкам».

Экспортно-ориентированные и международные компании и банки, которые ведут много переговоров с иностранцами и хотят заявить о своей приверженности высоким экологическим стандартам.

Дорогие частные детские сады, школы, хобби-центры или центры дошкольного развития.

Подростки и молодёжь — считаю её основной целевой и наиболее сознательной аудиторией. Экология — это то, что их на самом деле может заботить.

Стоит ли отказаться от креатива и оригинальных подарков в пользу экосувенира?

Креатив — это ведь не самоцель. Всё должно быть максимально просто, удобно, а обладание должно сулить выгоду.

Востребованность экосувениров зависит от деловых задач, в решении которых они способны помочь. Если вы проводите международные переговоры с японцами, то лишний экокарандаш на столе с хорошо заметной «зелёной» маркировкой будет плюсом. А вот китайцев он привлечёт не более чем предмет плагиата. От творческой составляющей нельзя отказываться, но она, повторюсь, лишь средство.

Долго ли этот тренд сможет просуществовать в России?

Наверное да, из-за неимения времени на глубокий системный анализ. На сегодняшний день я не выявила в России тренд популярности экосувениров. К нам, как производителю и поставщику сувениров и канцелярии, запросов на экотовары не поступало ни разу. Торговых предложений на русском языке в рунете я не встретила, а мои звонки коллегам новой информации не дали.

Но если направление экосувениров и экоканделярии выльется в целостные программы по удешевлению документооборота, сделает содержание офиса дешевле, а его устройство более эргономичным, практичным, компактным и удобным — бизнесмены откликнутся быстро.

Очевидно, чтобы сделать тему экологии имиджевой, придётся крепко подумать, может даже объединиться с производителями. Рекламные затраты, вероятно, тоже будут большими.

В каких случаях, на ваш взгляд, коммуникация с использованием сувениров будет наиболее эффективной, а в каких наоборот?

Однозначно экосувениры могут улучшить коммуникацию, особенно если вы намерены сотрудничать с Западом, Японией или Южной Кореей, но не у нас в стране.

По большому счёту ярлык «Эко» — это всего лишь фон, с помощью которого деловой человек или бизнес в целом может себя позиционировать как ответственную личность, живущую в русле мировых взглядов на жизнь. Не факт, что другой деловой человек, в котором вы заинтересованы, особенно россиянин, вообще пой-

мет ваш послыл. Остаются так же сомнения и в том, как обычные русские люди будут интерпретировать ваше использование ежедневника из вторсырья. В сознании россиян товар из вторсырья — это дешевый и менее качественный продукт, а не признак ответственного отношения к природе и здоровью сограждан.

Как вы видите плюсы и минусы экосувениров? Возможно ли негативное отношение принимающей экосувенир стороны?

Простым русским людям и фирмам-оптовикам, если им не удастся заработать или сэкономить на сувенирах — плюсов почти никаких. Имидж в данном случае можно не брать в расчёт из-за низкой экологической культуры в России. Основную выгоду получает производитель, ведь он экономит на сырье*. Думаю, что европейские производители ещё сэкономили бы и на налогах, потому что там есть целые программы, поощряющие производство товаров народного потребления из вторсырья.

Негативную реакцию исключать не стоит. Вряд ли для вас будет выигрышем, если вы на встрече пишете экокарандашом, а ваш партнёр перьевым Паркером серии «F» в авторском корпусе. То же касается и ежедневника — традиционно: чем дороже — тем лучше. А если, к примеру, Вашим партнером является компания, занимающаяся производством, вредным для окружающей среды. На мой взгляд, это бы воспринималось как негативный намек.

Могут ли они составить серьезную конкуренцию или даже вытеснить обычные сувениры без приставки «эко»?

А для начала надо ответить на вопрос, чем экосувениры выгодно отличаются от простых сувениров? Внешне никто может и не заметить, что ручка сделана из какого-то вторично-использованного пластика. Блокнот из макулатуры по качеству материала может быть даже хуже, чем обычный из нормальной бумаги. И только если взгляды сторон на экологию схожи, либо, если одна из сторон, которая использует экосувениры, более авторитетна, тогда игра стоит свеч.

Экосувениры и экоканделярия для России не всем в диковинку. Большим спросом сейчас пользуется газетная (серая) бумага и писчая (плотность 65 г/м²) формата А4. Иногда газетная бумага делается из вторсырья. Эти типы бумаги в 2—4 раза дешевле обычной, поэтому её не жалко выкинуть. Офисы охотно покупают и газетную бумагу, и писчую для черновой печати.

В принципе, если экосувениры будут дешевле своих неэкологических собратьев и одинаковы по качеству, то успех возможен. В текущих экономических условиях фирмы стараются экономить на канцелярии (бумага, тонеры, папки и т.п.), а значит, они не будут переплачивать за экологию. Для этого у нас в стране нет побу-

дительных мотивов, соответствующих законов, льгот и поощрений. Нет даже эффективной системы экологического контроля.

С другой стороны, экосувениры следует развивать как самостоятельное направление промоподарков и даже не сопоставлять обычные сувениры и экосувениры между собой. Выбор остается за человеком: кто-то предпочитает удивлять клиентов за счет креативных и высокотехнологичных подарков, кто-то предпочтет экосувениры как вклад в защиту экологии. Скорее всего, экосувениры займут свою нишу и будут существовать как альтернатива наряду с другими промосувенирами.

Когда товары с приставкой «ЭКО» будут востребованы в России:

Я считаю, что экосувениры будут пользоваться в России большей популярностью, когда будут соблюдены следующие пункты:

Популярность экологии — чистота и сохранность природы должны стать нормой в нашей стране. Должно существовать реальное, а не надуманное чувство вины за загрязнение окружающей среды. Тогда эффект от использования экосувениров будет выше.

Доступность — это должен быть дорогой имиджевый товар или дешёвый качественный товар. Он должен быть везде, в каждом городе, в шаговой доступности, и потребитель должен иметь возможность легко отличить его от обычного. Должен быть богатый ассортимент сувениров, канцелярских принадлежностей и прочего.

Качество — технические параметры и характеристики должны быть одинаковыми или даже лучше, чем у простых товаров. Нужно, чтобы переход на экоматериалы был безболезненным, чтобы можно было легко использовать их на обычной оргтехнике без специальной подготовки и особых знаний.

Эффективность — использование экотоваров должно давать клиенту имидж, экономию средств, свободное пространство в офисе, хорошие отношения с клиентами и государством, моральное удовлетворение.

Системность — экотовары должны стать частью повседневной жизни, кроме того, должна быть система их утилизации. Что толку от экологичности производства, если завтра вся Россия будет завалена использованными экоручками, чей пластик не разлагается тысячи лет.

** Следует отметить, что экопродукт в итоге все равно стоит дороже*



Eco-souvenirs: questions and answers

In this interview the director of company «Dragon Gifts&Mobile» Albina Pan shares her own opinion about occurrences and distributions of Eco-souvenirs in Russia.