

ПЕРВЫЙ СЪЕЗД РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ



Санкт-Петербург
+7 (812) 318-18-92
info@iapp-spb.org
www.iapp.ru

30 мая 2018 года в Северной столице прошел первый Съезд российских производителей бизнес-сувенирной и подарочной продукции. С инициативой созыва такого рода форума выступила Международная ассоциация презентационной продукции (МАПП). Съезд был приурочен к работе Международной выставки-ярмарки народных художественных промыслов «Невский ларец», ВК «Ленэкспо», 30 мая – 3 июня 2018 года.

Повестка дня первого отраслевого съезда была выстроена с таким расчетом, чтобы обеспечить возможность каждому делегату откровенно высказаться по существу широкого круга проблем. В докладе «Об инициативе Ассоциации МАПП» ее президент и владелец Фабрики пишущих инструментов «Салиась» Лео Костылев:

— ... В качестве приоритетных задач нашего съезда рассматриваются: во-первых, выработка совместных инициатив, которые способствовали бы продвижению российского бизнес-сувенирного и подарочного продукта на отечественном рынке, во-вторых, создание инициативной группы для исполнения принятых решений и, в-третьих, консолидация предпринимательских усилий для разрешения вопросов, требующих всеобщего внимания.

Эстафету выступлений с трибуны съезда принял гость из Татарстана – заместитель генерального директора

ЗАО «Чистопольский часовой завод «Восток» по внешнеэкономическим вопросам Виталий Подъячев. Докладчику удалось не только провести увлекательную, хоть и заочную экскурсию по единственному сохраненному в стране часовому предприятию полного производственного цикла, но даже посвятить коллег в отдельные нюансы своих далеко не простых взаимоотношений с федеральными министерствами экономического блока, которые стали еще более «натянутыми» после официального вступления России в ВТО.

Согласившись с предшественником по принципиальным позициям, ту несколько пессимистичную интонацию, которая стала грозить дискуссии, взялся оживить директор Музея-фабрики елочных игрушек (Москва – Санкт-Петербург) Игорь Хмелев. Его доклад в программе съезда был предварительно обозначен под названием «Российское производство сувениров – самозанятость или масштабируемый бизнес». Стоит отдельно заметить, что деятельность Международной ассоциации во всех ее форматах г-н Хмелев склонен расценивать как одно из особенно действенных на сегодня средств внутренней и внешней коммуникации в масштабах отрасли, а, следовательно, видит в ней эффективный инструмент рыночной экспансии и своей, и других подобных фирм.

Так, гендиректор Центра возрождения традиционных ремесел «Скудель-

ник» Надежда Бармина, предприняв небольшой экскурс в историю российской фарфорофаянсовой промышленности трех последних десятилетий. Особое же внимание в кругу проблем, до сих пор препятствующих нормализации дел в своей сфере, докладчица заострила на определенном дефиците потребительской культуры у наших современников. Юлия Коротаева, директор по маркетингу ООО «ПроБюро» (московское представительство Сибирской карандашной фабрики), выступила с докладом «Карандаши из сибирского кедра – ответственное отношение к лесным ресурсам и экология человека». Информация о том, что в сегодняшней России больше нигде, кроме Томска, карандашей уже не производят, стала открытием для большинства делегатов. Нашему «родному» карандашу, несмотря на очевидное превосходство по всем качественным параметрам и экологичности, становится все сложнее отвоевывать свое место на рынке канцтоваров. Разница в отпускной цене при этом совсем незначительна (10-15%).

В структуре доклада «Импорт-замещение: иллюзии и реальность» генерального директора московской компании «Вики Восток» Ильи Цигельницкого (Москва) акценты ощутимо сместились в пользу макроэкономических выкладок, обращений к зарубежному опыту и набора вытекающих отсюда предложений по карди-



нальной реформации существующих систем налогообложения. Если рассматривать их развитие применительно к деятельности производителей и поставщиков презентационной продукции, то, по мнению выступавшего, работу в этом направлении есть смысл оставить за МАПП в расчете на использование всех имеющихся в ее распоряжении коммуникационных площадок.

Подводя итог продолжительной дискуссии, президент МАПП Лео Костылев процитировал Льва Толстого: «Людам кажется, что положение их улучшается вследствие изменения внешних форм жизни, а между тем изменение внешних форм есть всегда только последствие изменения сознания, и только в той мере улучшается жизнь, в которой это изменение основано на изменении сознания».

Действительно, некоторая дискриминация отечественного товара явно присутствует в потребительском сознании. Констатируя это как данность, в МАПП подготовили предложение о специальном «Дне российского сувенира». Смысл в том, чтобы для начала хотя бы раз в году корпоративные покупатели в своих закупках сувенирной продукции отдали бы предпочтение отечественным изделиям. Безусловно, пока что это не претендует на статус официально учрежденной правительством даты, а идея, выраженная девизом «Предпочитай отечественное. Покупай российское» будет стимулировать продажи на относительно небольшом сегменте рынка. В результате съезд внес в свою резолюцию предложение считать в этом году Днем российского сувенира 16 ноября, когда на предприятиях начинают всерьез задумываться о подготовке к новогодним праздникам, и впервые отметить его уже ближайшей осенью.

Полная версия опубликована на сайте Ассоциации МАПП

МЕРОПРИЯТИЕ ПРОШЛО ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



EXPOFORUM