

# Бело-голубые сувениры

Автор: Герман Янсон



Бизнес-сувениры, как известно, являются носителем рекламной информации дарителя. То есть это деловой подарок, который постоянно используют и о котором помнят. Однако, раскрученные бренды могут позволить себе использовать бизнес-сувениры не только как подарок, но и как продаваемую рекламную продукцию, получая при этом двойную пользу — моральную и финансовую.

Например, «Walt Disney» продаёт свои коллекционные значки, а в дилерских центрах «Mercedes» есть магазины с фирменными кепками и перчатками. Понятно, что далеко не каждый бренд может позволить себе продавать свои сувениры и зависит это, конечно же, от того, насколько прочную позицию он занимает на потребительском рынке и во многом — от вида деятельности.

В России эта тенденция наиболее ярко выражена среди футбольных клубов — болельщику не надо вручать ручку, чтобы он помнил о своей коман-

де и не забывал ходить на матчи. Он сам купит шарф или кепку и будет с радостью носить частичку любимой команды. В интервью заместитель Генерального директора по закупкам ЗАО «Зенит-Трейд», Ольга Батрасова рассказала, какую роль играют сувениры в жизни популярного питерского футбольного клуба. Кстати, именно «Зенит» первым в СССР, еще в 1984 году, выпустил собственную сувенирную продукцию — полиэтиленовые пакеты с символикой клуба и лозунгом «Зенит — Чемпион!».

— Как Вы считаете, каким образом атрибутика и сувениры «Зенита» помогают в продвижении футбольного клуба? Уместно ли сравнение «зенитовских» сувениров и бизнес-сувениров, которые используются исключительно для рекламных и имиджевых целей?

— Во всем мире, примерно с середины XX века, существует традиция продвижения и популяризации футбольных клубов, в том числе, и с помощью создания ассортимента с символикой клуба. В Европе, если ты болеешь за какую-либо команду, в твоём обиходе обязательно будет продукция с её символикой.

Не совсем корректно разделять нашу продукцию на бизнес-сувениры и не бизнес-сувениры. Правильнее было бы сказать, что в нашем ассортименте

есть продукция, которую можно использовать, в том числе, и в качестве бизнес-сувениров.

— Ассортимент «зенитовских» сувениров достаточно широк: галстуки, фоторамки, рюкзаки, мягкие игрушки и многое другое. Скажите, как такой ассортимент коррелируется с футбольной деятельностью? Есть ли разделение на фанатскую атрибутику и просто бизнес-сувенирную продукцию?

— Ассортимент нашей продукции действительно очень разнообразен. Мы делаем вещи, которые наши болельщики могут использовать в повседневной жизни, чтобы все, что их окружает, напоминало им о «Зените», имело символику любимой команды. Наши сувениры прекрасно коррелируются с футбольной деятельностью и никак ей не противоречат. Справедливо было бы разделить «зенитовские» сувениры на две основные группы. Первая: атрибутика болельщика, с которой он может брать с собой на стадион (флаги, шарфы, футболки, фан-шапки и пр.). Вторая: продукция, которую можно использовать и в повседневной жизни.

— Какие «зенитовские» сувениры наиболее популярны?

— Если рассматривать такую группу товаров, как бизнес-сувениры, то наиболее популярными являются галстуки, рубашки, VIP-вымпела, наборы ручек и т.д., то есть продукция, которая стоит в диапазоне от 1000р. и может являться представительским подарком. Для внутрикорпоративных подарков мы использовали этот же ассортимент или заказываем индивидуальный сувенир в единственном экземпляре с инициалами того, кому вручается подарок.

— Кто придумывает идеи для сувениров клуба?

— Их придумывает и создает дизайнерский отдел нашей компании, который входит в структуру отдела закупок.

— Следите ли Вы за бизнес-сувенирными новинками? Если да, то из каких источников берете информацию?

— Мы следим за новинками. Источники информации — это наши поставщики, профессионалы сувенирного бизнеса. Кроме того, регулярно поступают предложения от новых компаний. Мы всегда открыты к диалогу.

— Как реагирует покупатель на новые сувениры с символикой «Зенита»?

— Большинство наших покупателей постоянные, поэтому на любые новинки они реагируют с энтузиазмом.

— Какова стратегия использования бизнес-сувениров в следующем футбольном сезоне?

— Мы находимся в перманентном процессе обновления и усовершенствования ассортимента с символикой клуба. Потому что в этом году обязательно будут новинки, в том числе и в ассортименте бизнес-сувениров. ☑

White-and-blue souvenirs  
The leading football clubs from all over the world offer to their fans a variety of fan accessories and business souvenirs. Olga Batrasova, Deputy Director General for Procurement of Zenit-Trade CJSC, has told the Leader MAPP magazine of the practice in using business souvenirs and fan accessories of the famous St-Petersburg Zenit football club. It was Zenit, which was the first in the USSR to make the club brand bags with the club's insignia and the motto: "Zenit are the champions!"

