

## ART. PROMOCYJNE

# Sukces na starcie

WYWIAD  
Robert Załupski

Wywiad z **Katarzyną Wojniak**, sekretarzem Zarządu Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych.

**Robert Załupski:** Jak podsumujesz swoje trzy miesiące na stanowisku sekretarza Zarządu PIAP?

**Katarzyna Wojniak:** Muszę przyznać, że był to okres wyczerpanej pracy. Obsługa Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych została oddana w ręce zewnętrznej agencji dla której pracuje. Nastąpiły liczne zmiany reorganizacyjne, podjęte zostały działania mające na celu promocję członków naszego stowarzyszenia. Mocno postawiliśmy na lepszą współpracę z mediami branżowymi. Myślę, że efekty naszej pracy stają się coraz bardziej widoczne. Spotykam się z wieloma pozytywnymi opiniami a nawet gratulacjami.



**RZ:** Targi w Warszawie wraz z imprezą Monte Carlo zakończyły się sukcesem?

**KW:** Zarówno stoisko jak i działalność Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych cieszyły się wielkim zainteresowaniem zarówno zwiedzających jak i wystawców targów, o czym świadczy fakt napływających do nas nowych deklaracji. Członkostwo w PIAP daje naszym Członkom nie tylko możliwość bycia w elitarnym gronie firm ale również możliwość kształtowania przyszłości branży artykułów promocyjnych.

Wieczór Monte Carlo 2010 dla dostawców i agencji reklamowych, zakończył się wielkim sukcesem i mam nadzieję że długo zapadnie w pamięci wszystkich uczestników imprezy. Entuzjastycznie przyjęto na przykład set DJ Syfona. Kryjący się pod tym pseudonimem Tomasz Barudin na co dzień jest dyrektorem handlowym firmy Textet oraz wiceprezesem PIAP.

**RZ:** Jakie firmy powinny dołączyć do PIAP?

**KW:** Wszyscy przedstawiciele branży artykułów promocyjnych. To nie tylko gadżety i upominki reklamowe, ale także druk, wydruki wielkoformatowe i materiały POS. Stowarzyszenie będzie dążyć do konsolidacji całej branży artykułów promocyjnych. Stąd zaproszenie do wszystkich graczy tego rynku.

Mocno promujemy agencje reklamowe odpowiedzialne za sprzedaż produktów do końcowego klienta. To one mają być naszymi ambasadorami, budującymi w kontaktach bezpośrednich wizerunek naszej branży.

**RZ:** Jakie korzyści daje PIAP właśnie agencjom reklamowym?

**KW:** Specjalny pakiet obejmuje promocję w mediach branżowych oraz działania z wykorzystaniem narzędzi oferowanych bezpośrednio przez PIAP. To namacalne korzyści, które można uzyskać na starcie.

Chcemy aby agencje były autorem kampanii promującej gadżety, jako skuteczny nośnik reklamy.

**RZ:** Jakie działania podejmować będzie PIAP w tym roku?

**KW:** Nadrzędnym celem Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych w 2010 roku, będzie na pewno pozyskiwanie nowych Członków jak również ich promocja. Większa liczba firm Członkowskich umożliwi szersze działanie Izby i ochronę interesów branży.

PIAP planuje w 2010 roku wspomnianą kampanię artykułów promocyjnych jako skutecznego nośnika reklamy oraz przeprowadzenia pierwszego w Polsce badania rynku artykułów promocyjnych. Wszystkie te działania mają sprawić aby branża artykułów promocyjnych zwiększyła swój udział w torcie reklamowym.

Gorąco zapraszam wszystkie firmy działające w naszej branży do członkostwa w PIAP i dołączenie do liderów rynku. Naprawdę wierzymy w stowarzyszeniu, że razem możemy więcej. ■

# Targowa ekspansja

**PIAP**  
POLSKA IZBA ARTYKUŁÓW PROMOCYJNYCH

**Tylko 14 m2 stoiska i aż ponad 400 gości targowych. Prawie drugie tyle na imprezie Monte Carlo 2010. 15 000 rozdanych deklaracji, kilkaset gadżetów, 2 billboardy oraz nowi Członkowie. Tak w liczbach Polska Izba Artykułów Promocyjnych podsumowuje targi RemaDays. Sukces zrzeszającego liderów rynku artykułów promocyjnych stowarzyszenia przerósł wszystkie oczekiwania.**

Pierwsze deklaracje nowych członków zostały podpisane już na targach. Zainteresowanie stoiskiem Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych oraz działalnością Izby było bardzo duże, o czym świadczy fakt napływających do Izby deklaracji członkowskich. Coraz więcej agencji reklamowych widzi w PIAP szansę na wspólne działania marketingowe rynku artykułów promocyjnych. Do końca lutego znana będzie liczba wszystkich nowych firm.

Targi były dla PIAP nowym otwarciem. Pokazaliśmy się ze strony dynamicznego stowarzyszenia, które jest widoczne i potrafi dbać o promocję swoich Członków. Dzięki współpracującym z nami mediom branżowym mamy ponad 50 publikacji w ostatnich 3 miesiącach, a agencje zrzeszone w PIAP są bezpłatnie promowane w OOH magazine wśród klientów końcowych. Mamy plan w jak najszybszym tempie przekroczyć granicę 100 członków. Prowadzone rozmowy wskazują, że cel szybko zostanie osiągnięty – mówi Zbigniew Kaczor, prezes zarządu PIAP.

Polska Izba Artykułów Promocyjnych już po raz drugi była organizatorem wieczoru dla dostawców i agencji reklamowych. Impreza pod hasłem Monte Carlo 2010 odbyła się w warszawskim Clubie Opera.

Gospodarzami imprezy były firmy: Axpól Trading, Easy Gifts, giftsonline.pl, Inspirion, Macma Polska, Maxim. PAR Bakuła Sp.J. Textet Poland oraz ZGS Stefania Export-Import.

Tłumnie przybyli goście bawili się przy mini show sobowótora Michaela Jacksona a w Casino Royal mogli zagrać w ruletkę, black Jacka i pokera. Uczestnikom wieczoru towarzyszyły również sobowótory Angeliny Jolie oraz Elizabeth Tylor. Specjalny set zagrał DJ Syfon (Textet Crew).

Opinie gości są jednogłośnie – była to najlepsza impreza targowa integrująca środowisko naszej branży. Cieszymy się, że nawet nieoficjalne spotkanie może zaowocować deklaracjami nowych członków. Poparcie jakie zyskało PIAP pozwala nam patrzeć optymistycznie w nadchodzący rok – mówi Katarzyna Wojniak, sekretarz zarządu PIAP.

W najbliższym czasie PIAP zamierza skupić się dalej na pozyskiwaniu nowych członków, przygotowaniu briefu kampanii artykułów promocyjnych jako skutecznego nośnika reklamy oraz przeprowadzeniu pierwszych w Polsce badań rynku artykułów promocyjnych. 10 marca, w pierwszy dzień targów Euro-Reklama w Poznaniu, odbędzie się Walne Zebranie Członków. ■



## Polska Izba Artykułów Promocyjnych

jest organizacją zrzeszającą przedsiębiorców z branży artykułów promocyjnych. Ma ona na celu reprezentowanie i dbanie o interesy tych firm. Jest organizacją konsolidującą branżę, partnerem do rozmów z decydentami kształtującymi zewnętrzne warunki funkcjonowania, organizatorami targów i mediów. Izba jest partnerem do kontaktów z podobnymi stowarzyszeniami z innych krajów. Obecnie PIAP wraz z Członkami Założycielami liczy ponad 80 Członków. Liczba ta rośnie w ostatnich miesiącach w związku z aktywizacją działań marketingowo-promocyjnych Izby.

[www.piap-org.pl](http://www.piap-org.pl)