Informacja prasowa Warszawa, 31.05.2023 r.

**Światowy rynek corporate gifting rośnie. W jakie prezenty biznesowe inwestować w 2023 roku?**

**Prezenty biznesowe i firmowe akcesoria zawsze były ważnym elementem prowadzenia firmy. Służyły do wyróżnienia pracownika czy wzmacniania relacji z klientami lub partnerami. W wyniku pandemii nabrały one nowego, jeszcze większego znaczenia. Przekłada się to na wzrost wartości globalnego rynku corporate gifting, która wynosi ponad 258 miliardów dolarów. Polska nie pozostaje jednak w tyle.**

Praca zdalna i hybrydowa, a także chęć budowania równości i integracji pracowników przyspieszają wzrost światowego przemysłu prezentów korporacyjnych. Eksperci oszacowali, że w 2022 roku na całym świecie aż 16% firm przeszło w całkowity tryb home office. W ubiegłym roku w USA liczba pracowników, którzy zdecydowali się na pracę z domu wzrosła o 24% w porównaniu do 2021 roku. Dla firm, które funkcjonują w tak rozproszonym środowisku, trafiony prezent stał się sposobem na wzmocnienie więzi między pracownikiem a organizacją. Podobnie, gdy relacje z klientami są utrzymywane na odległość – dobrze dobrany gift zaczął wypełniać tę lukę. Zdecydowanie potwierdzają to raporty. Obecnie szacowana na 258 miliardów dolarów wartość rynku upominków korporacyjnych ma wzrosnąć do 312 miliardów dolarów do 2025 roku[[1]](#footnote-1).

**Polskie firmy inwestują w pracowników**

Również w polskich firmach akcesoria czy upominki z brandingiem od dawna były popularnym sposobem na promocję marki, budowanie więzi z pracownikami i zwiększanie poczucia przynależności do organizacji. Mimo obecnych wyzwań ekonomicznych, tego typu działania nadal są skuteczne, a firmy inwestują w zakup merchu – czyli różnego rodzaju akcesoriów, a także odzieży z logotypem. Nic dziwnego – aż 97% zapytanych pracowników uważa dawanie prezentów, nawet niewielkich upominków, za dobrą praktykę stosowaną przez pracodawcę[[2]](#footnote-2). Dla większości jest to forma docenienia, poprawienia samopoczucia, troski i dbania o pracownika, a także element motywujący do pracy.

– *Na podstawie obserwacji, ale także danych jakimi są wyniki finansowe naszej firmy, jesteśmy przekonani, że przedsiębiorstwa w Polsce dbają i inwestują w corporate gifting. W korporacjach bardzo popularne są prezenty wręczane nowym pracownikom w momencie rozpoczęcia współpracy. Jedna z firm, która korzysta z naszych usług, podzieliła się informacją, że badanie przeprowadzone wśród nowych pracowników, wykazało wybór welcome pack'a, jako najatrakcyjniejszy etap onboardingu* – mówi Wiktor Rostkowski, współzałożyciel firmy MerchUp, specjalizującej się w produkcji personalizowanej odzieży i akcesoriów.

Polski przemysł prezentów korporacyjnych w czasie pandemii także mocno się rozwija. Na rynku pojawiły się nowe, innowacyjne usługi, które są kompleksowym rozwiązaniem dla firm – gifting as a service. Korzystając z tego modelu, firmy mogą zlecić na zewnątrz cały proces produkcji, pakowania i dostarczania prezentów.

**Czym obdarowywać w 2023 roku?**

Światowe trendy są jednogłośne – prezenty biznesowe powinny być przede wszystkim przemyślane. Niezależnie od tego czy stroną obdarowaną ma być pracownik, partner biznesowy czy dawny klient, firma powinna myśleć przede wszystkim o użyteczności danego upominku i jego jakości.

– *Nieprzemyślane upominki mogą wywołać efekt odwrotny do zamierzonego, nawet jeśli pracodawca miał najlepsze zamiary, wręczając czekoladkę znanej marki z miłym przesłaniem z okazji Dnia Doceniania Pracownika. Wyszliśmy już z ery tandetnych t-shirtów z logo firmy, które po jednym praniu traciły swój kolor czy długopisów przestających działać po pierwszym użyciu. Wysokiej jakości obrandowana bluza, w atrakcyjnym kolorze może być świetnym pomysłem na pierwszy prezent dla nowego pracownika i stać się wizytówką firmy. Ale sprawdzi się także jako gift dla partnera biznesowego, który nosząc ją stanie się niejako ambasadorem naszej marki* – mówi Aleksander Paczek, współtwórca MerchUp (dawniej BluzUp).

Wśród najbardziej pożądanych upominków firmowych znajduje się oczywiście gratyfikacja finansowa. Wyróżniane są także vouchery i bony na różnego rodzaju wyjścia czy karty podarunkowe, które mogą być świetnym uzupełnieniem firmowego podarunku[[3]](#footnote-3). Dobrym pomysłem będzie także zapytanie pracowników o to, jaki prezent chcieliby otrzymać, tym samym dostosowując się do ich różnorodności i potrzeb. Od przenośnych urządzeń elektronicznych po akcesoria biurowe i odzież – dostarczenie pracownikom prezentów, które odpowiadają ich preferencjom i stylowi życia, może być wartościowym elementem budowania relacji.

**O MerchUp**

MerchUp to założona w 2013 r. polska marka specjalizująca się w produkcji personalizowanego firmowego merchu. W asortymencie, oprócz odzieży szytej w lokalnych szwalniach, dostępne są też akcesoria biurowe oraz welcome packi. Brand posiada bogate doświadczenie we współpracy z działami HR i marketingu, z myślą o których wprowadził innowacyjną usługę Gifting as a Service. Umożliwia ona integrację z software’m używanym przez pracowników zespołów HR i pełną automatyzację firmowych zamówień. MerchUp rocznie realizuje ok. 800 różnych projektów, zarówno dla korporacji, średnich i mniejszych przedsiębiorstw, a także szkół i uniwersytetów.

**Kontakt dla mediów**

Katarzyna Zawadzka   
Tel.:+48 796 996 240  
E-mail: [katarzyna.zawadzka@goodonepr.pl](mailto:katarzyna.zawadzka@goodonepr.pl)

Ilona Rutkowska   
Tel.: + 48 796 996 259  
E-mail: [ilona.rutkowska@goodonepr.pl](mailto:ilona.rutkowska@goodonepr.pl)

1. Coresight [↑](#footnote-ref-1)
2. Badanie „Mikołaj w pracy… podarunki dla pracowników 2019”, przeprowadzone przez HBRP/ICAN Institute i Edenred [↑](#footnote-ref-2)
3. Katolog Marzeń, Raport: Potencjał prezentu dla pracownika 2021 [↑](#footnote-ref-3)