

№ 57 || СЕНТЯБРЬ 2013 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



СЕЗОННОЕ ПОПОЛНЕНИЕ СКЛАДСКИХ ПОЗИЦИЙ ОТ КОМПАНИИ

3venta

A Desire for Novelty



тел. +7 495 64 999 20,
e-mail: sales@3venta.com
www.3venta.com

▶ стр. 30

Круглый стол МАПП

Ежедневники сегодня

ВАШ ЛОГОТИП
из позолоченного металла
САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ нанесение
на ЛЮБЫЕ поверхности
САМОКЛЕЯЩАЯСЯ основа
БЕСПЛАТНЫЙ образец
18 каратная ПОЗОЛОТА

www.goldensticker.net
promo@promoline.ru
8 495 225 42 28



Подстаканники
из Кольчугино

с Вашим
логотипом

Тел. (34368) 98-077
(49245) 2-18-49



www.zio.ru

Коллекция *Адъютант*[®] 2014
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЕЖЕДНЕВНИКИ
И ДЕЛОВАЯ ГАЛАНТЕРЕЯ



www.adjutant.ru





Безграничные
опции
персонализации

23 дизайна
внутренних
блоков

Бесплатные услуги
по разработке
дизайна
индивидуальных
заказов

www.acar-group.ru

*Bon
Carnet*

boncarnet@acar-group.com
тел.: 8 (495) 636-27-62, 979-08-36

Более 300
вариантов
материала для
обложки

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

АКЦИЯ!



красная
↑
210 р.
с НДС
↓
цена

21-0307-11
Деревянная фоторамка
коричневый
6/24
155x130x35 мм



красная
↑
130 р.
с НДС
↓
цена

21-0380-05
Папка "Diplomat" A4 с блокнотом
синий
5/20
250x320 мм



21-0373-01
Записная книжка "Diplomat" с калькулятором
черный
20/80
135x90x17 мм

красная
↑
300 р.
с НДС
↓
цена



21-0340-32
Термос-кружка в автомобильной подзарядке
серебро/черный
1/24
Ø87x163 мм



красная
↑
162 р.
с НДС
↓
цена

IMPRESSION



Остров Сокровищ (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)318-18-90, 318-18-91
info@finndesign.ru

Все спецпредложения:
www.lgifts.biz



dpskanc.ru **РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО**
Канцелярских товаров

Меню **PASSPORT** **ПОДПИСЬ**

стр. **57**



стр. **10**



стр. **26**



6

ГОВОРIT РЕДАКТОР
От заката до отката

8

НОВОСТИ
Международные новости

10

НОВОСТИ
Лента новостей

24

ВЫСТАВКИ
China Sourcing Fair:
Gifts & Premiums»

26

ВЫСТАВКИ
Giffionery Taipei 2013: Праздник
креатива

28

МНЕНИЕ
5+1 вопрос МАПП
PROфессионалу:
Игорь Чижов,
ЗАО «Прагматика»,
Екатеринбург;
Валерий Бинкин,
«Кьюти-дизайн»,
Новосибирск

30

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП
Ежедневник сегодня. Произво-
дители – Поставщики

44

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
Адьютант® 2014: перезагрузка

46

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
АДЖАР ГРУПП РОССИЯ отмеча-
ет день рождения

48

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«STAN» – Униформа фирмы или
как купить «двигатель продаж»

50

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«ТЕКС» – Флисовый плед с
полноцветной печатью

круглый стол



52

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
TM SENATOR – Цифровая печать
и сублимация. Новые методы
нанесения.

53

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
TM SENATOR – Новинки 2013

54

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«ЗОМЕР» – Полиэтиленовые
пакеты – шелкография

55

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
Зарядка от LEDD Company

57

Антилогика 22

58

КЛАССИКИ МАПП
Классификатор сувенирной про-
дукции и рекламных услуг
Календарь выставок

64

Отраслевые выставки

PROФЕССИОНАЛ
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№57, 2013г., (сентябрь)

Президент МАПП:
Лео Костылев
(info@finndesign.ru)

Исполнительный директор МАПП:
Галина Дроздова
(galya@iapp-spb.org)

Журналист:
Екатерина Лазоркина

Антилогика:
Александр Косачев

Художественный редактор:
Константин Никулин
(konstantiniuz@gmail.com)

Корректор:
Варвара Мочалова

Секретарь:
Юлия Миронова
(info@iapp-spb.org)

Сотрудники МАПП:
Анна Монтлевич
(anna@iapp-spb.org)

Татьяна Улисова
(tanya-mapp@mail.ru)

Дизайн, верстка:
Константин Никулин

Адрес редакции: 194044, Россия,
г. Санкт-Петербург,
Зеленков переулок, д. 7А, офис 202
Тел.: +7 (812) 318-18-92, 318-18-93
E-mail: info@iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка
по собственной базе данных. Россия, СНГ,
Европа, Азия, членам Ассоциации МАПП,
по базе данных в рекламные агентства, по-
ставщикам и производителям
бизнес-сувенирной продукции,
в рекламно-производственные компании,
на выставках, по подписке.
Журнал в розничную продажу
не поступает.
Подписка оформляется через редакцию.

Типография ООО "Колорит"
197198, Санкт-Петербург, Б.Пушкарская,
10, офис 207
(812)380-03-99
www.tcolorit.ru
Заказ №
Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-
Западным окружным межрегиональным
территориальным управлением Министер-
ства РФ по делам печати, телерадиовеща-
ния и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-6267
от 29 ноября 2002 г.

PROFI.IAPP.RU

От заката до отката

ЛЕО КОСТЫЛЕВ, ПРЕЗИДЕНТ МАПП

ВЕСНОЙ этого года я получил приглашение принять участие в Круглом столе, прошедшем в рамках проведения выставки "Дизайн и реклама". К сожалению, из-за визовых формальностей я не мог посещать Россию в апреле и вынужден был отказаться. Анонс Круглого стола не блистал своей оригинальностью, как и состав участников, хотя то обсуждение, которое в итоге состоялось там, оказалось злободневным и интересным. Поэтому я прошу прощения у читателей нашего журнала за то, что возвращаясь к событию, ушедшему уже в историю нашей отрасли, но затронутая тема не теряет своей актуальности и сегодня, и вряд ли скоро её потеряет.

Нестабильность развития нашего бизнеса создаёт время от времени необходимость обсуждения на разных площадках вопроса недобросовестной конкуренции, наиболее часто принимающего в нашей отрасли форму отката. Кто-то из участников Круглого стола резонно заметил, что уничтожить коррупцию в нашей отрасли так же сложно, как "построить коммунизм в отдельно взятой стране". Коммунизм, действительно, невозможно построить в одной стране, ибо он изначально задумывался как ГЛОБАЛЬНАЯ общественно-экономическая формация. А коррупция или откаты — это частное явление экономической жизни локального рыночного пространства. Из школьной программы физики мы усвоили, что никакая часть целого не является целым, поэтому и смешивать локальные и глобальные явления не следует, особенно в сравнительных целях.

На рынке много говорят о "борьбе с откатами". Я же считаю, что "бороться" с ними не только неэффективно, но и бесполезно, как и вообще бороться с чем-либо. Борьба, как метод решения задач, безнадежно устарела



из-за слабой предсказуемости её результата и примитивности формы. И если кто-то сегодня предлагает бороться с чем-либо или кем-либо, то можно смело считать это если не признаком слабого интеллектуального развития, то, по крайней мере, отсталости взглядов и узости кругозора. Любая проблема имеет своё решение, и если таковое не лежит на поверхности или не является простым, это совсем не означает, что оно отсутствует. И уж тем более не является побудительным мотивом к борьбе.

Откат, как явление, имеет два источника и две составляющие, одинаковые для обеих сторон. Источники — это получающая и даю-

щая стороны, а составляющими являются экономическая и, назовём её так для простоты общения, психологическая. В итоге получается четыре задачи, для решения каждой из которых должны быть найдены методы. Необходимо заметить сразу, что лишь одна из задач является более или менее глобальной, то есть такой, которая не может быть решена в рамках отдельной отрасли.

Экономическая составляющая для дающей стороны возникает от слабой конкурентоспособности, невозможности создать такой продукт, который бы сам по себе удовлетворял потребности заказчика. В России, где поставщиков промпродукции можно сосчитать на пальцах одной руки, такая ситуация не удивительна. Все приходят к конечному заказчику с одними и теми же каталогами и могут конкурировать лишь в очень ограниченных рамках (качество услуги, гибкость оплаты, личные отношения и т.п.). Но, с другой стороны, небольшое количество поставщиков может быть развёрнуто к рынку своей единственной позитивной стороной, состоящей в том, что небольшому коллективу сравнительно легко договориться. И так как для уничтожения экономической составляющей дающей стороны отката требуется лишь совместное решение небольшого количества предпринимателей об отказе от работы с непрофессиональными дистрибьюторами, то этого в России пока достичь не так сложно. Сегодня каждый из российских больших поставщиков торгует своей продукцией с каждым, кто сумел набрать номер их телефона (и если кто-то из руководителей больших компаний с этим не согласен, то уверяю, это лишь их заблуждение, ибо за моими словами стоит личный опыт и эксперименты). Но если они смогут умерить свою жадность, засунуть

поглубже свои амбиции и победить в себе страх перед конкурентами, то эта часть проблемы отката будет решена моментально. Психологическая составляющая дающей стороны отката порождена за пределами нашей отрасли и является общим механизмом приспособления для всей страны. Дающий платит за своё удобство. В нашей отрасли, в частности, за недостатки своей работы, в сравнении с конкурентами (слабый профессионализм, невыгодные условия поставки и т.п.). И снова, искоренением этой составляющей может быть то же решение поставщиков о более тщательном выборе дилеров.

Экономическую составляющую получающей стороны можно решить лишь отчасти мероприятиями по повышению качества и профессионализма их обслуживания. Однако, потребность в промпродукции существует объективно, и где-то покупать её конечным заказчикам всё равно придётся, поэтому если внутри нашей отрасли созреет команда профессионалов с жёстким отношением к откатам, но это поможет справиться и с этой проблемой. Говоря проще, если получить откат при сделках с этой продукцией станет если не невозможно, то хотя бы затруднительно, это создаст благоприятную почву для полного искоренения явления. Проблема психологической составляющей получающей стороны, как я уже писал выше, является как раз той, которая не может быть решена в рамках одной отрасли. Беда в том, что в России коррупция не считается ни грехом, ни преступлением. Россияне приучаются к ней с детства и сегодня без неё слабо представляют свою жизнь. Кардинальным решением этой психологической зависимости от коррупции является лишь дальнейшее социальное развитие всего общества. Когда брать взятки, а ведь это целый ряд противоправных действий (воровство, мздоимство, мошенничество), а также целый ряд грехов (жадность, стяжательство, воровство), станет снова постыдным, эта проблема может быть решена. Стыд за такие действия может испытывать лишь человек, обладающий чувством человеческого достоинства, которое способно развиваться только у свободного человека. Русский же человек свободу не ценит и не любит, и никогда сам свободы не добивался. Дважды в истории России свобода русским была дарована сверху. В первый раз это закончилось плачевно для царя-освободителя Александра II, которого после многократных покушений удалось-таки угробить бомбой. А во второй

раз она была подарена россиянам в 1991 году, и не прошло и десяти лет, как граждане дружно и добровольно променяли её опять на "хлеб и зрелища", в формах порядка и экономической стабильности. Правильно говорят: "Раб не мечтает о свободе, он мечтает стать хозяином".

Однако, вернёмся непосредственно к теме нашего обсуждения. Несмотря на то, что одну составляющую из четырёх решить так просто не получится, сведением к минимуму остальных трёх удастся, я думаю, добиться приемлемого результата. Коррупцию ведь не нужно уничтожать полностью, как это представляют себе так называемые "борцы" с нею. Необходимо лишь создать тенденцию, обратную существующей сегодня. А для этого хватило бы успеха на 10-20%.

создании наиболее обширной дилерской сети, создании конкурентных преимуществ и т.п. Поэтому естественным следствием, в частности, недальновидной политики поставщиков явилось мнение, высказанное на конференции одним из представителей дилерской части рынка, который не считает откаты негативным явлением и доволен тем, что с их помощью "система работает". И с ним трудно спорить, ведь первостепенной задачей продающего конечному заказчику является удовлетворение потребностей покупателя. И если эти потребности состоят, в частности, из получения дополнительной выгоды в виде отката, то продавец просто обязан удовлетворить и её. В противном случае, он не только нарушит все незыблемые постулаты коммерции, но и нанесёт ущерб своему работодателю.

КАРДИНАЛЬНЫМ РЕШЕНИЕМ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЗАВИСИМОСТИ ОТ КОРРУПЦИИ ЯВЛЯЕТСЯ ЛИШЬ ДАЛЬНЕЙШЕЕ СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ВСЕГО ОБЩЕСТВА. КОГДА БРАТЬ ВЗЯТКИ, А ВЕДЬ ЭТО ЦЕЛЫЙ РЯД ПРОТИВОПРАВНЫХ ДЕЙСТВИЙ (ВОРОВСТВО, МЗДОИМСТВО, МОШЕННИЧЕСТВО), А ТАКЖЕ ЦЕЛЫЙ РЯД ГРЕХОВ (ЖАДНОСТЬ, СТЯЖАТЕЛЬСТВО, ВОРОВСТВО), СТАНЕТ СНОВА ПОСТЫДНЫМ, ЭТА ПРОБЛЕМА МОЖЕТ БЫТЬ РЕШЕНА.

Другим немаловажным вопросом в этой связи является: хочет ли бизнес-сувенирная отрасль избавиться от коррупции? За двадцать лет своего существования российский рынок научил предпринимателей не строить долгосрочных планов, так как ситуация, с их точки зрения, может измениться кардинально в любой момент. Откат является инструментом деятельности звена отрасли, которое торгует с конечным заказчиком. А выгода, причём долгосрочная, от уничтожения коррупции полностью достанется совсем другому сегменту рынка — поставщикам. Но поставщики в России довольствуются решениями гораздо более короткосрочных задач, типа максимизации прибыли в текущий период времени,

Отношение к откату в этом сегменте рынка изменится тогда, когда компании, работающие с конечными заказчиками, станут более профессиональными, научатся уважать тот продукт, который представляют (и поставщиков, с которыми работают!), и попутно смогут избавиться (при содействии тех самых поставщиков) от случайных людей, пришедших лишь с целью решить свои материальные проблемы любой ценой. Так что, как ни крути, а инвестировать в решение задачи об откатах придётся поставщикам. И пока их в России не так много, у них есть шанс договориться и решить её. Есть ли воля к этому, вопрос другой. И есть ли необходимый для этого разум — тоже.



FROM DUSK TILL KICKBACK

Leo Kostylev, The PROFESSIONAL magazine editor-in-chief reflects upon unfair competition among business souvenir industry representatives: the reasons and constituents of kickbacks, how to solve the corruption problem and does the industry want to be saved from it.



МАПП покоряет интернет

Кому как, а что касается МАПП, лето для нас было продуктивным. Пока большинство наслаждалось заслуженным отдыхом, редакция журналов "Профессионал РСБ" и "Лидер МАПП" усердно трудилась над тем, чтобы сделать общение с представителями отраслевых компаний еще более тесным и удобным.

В июле МАПП вышла к народу, а именно — в социальные сети, зарегистрировав аккаунты на сайтах ВКонтакте, Facebook и Twitter. Теперь последние обновления сайта Ассоциации, познавательные статьи и полезная информация — в легком формате непринужденного общения.

Также МАПП продолжает работу в деле объединения отрасли. Для этих целей в августе заработал Сервис новостей МАПП. Отныне компании могут поделиться самыми свежими событиями своей корпоративной жизни совершенно бесплатно: некоммерческие новости публикуются на всех интернет-ресурсах, включая электронную рассылку по базе данных, совершенно безвозмездно.

Но и на этом мы решили не останавливаться. В сентябре МАПП запускает новый проект — собственный блог. Бизнес-сувенирная отрасль глазами нашей редакции — на бескрайних просторах Интернета.

Найти нас можно по адресам:

vk.com/mapp_spb

[facebook.com/mapp.spb](https://www.facebook.com/mapp.spb)

twitter.com/MAPP_SPb

Сервис новостей МАПП: news@iapp-spb.org

Блог редакции: mappblog.wordpress.com

Международные новости

FESPA становится, действительно, международным событием

Более ста экспонентов избрали местом запуска или демонстрации своей новой продукции выставку FESPA 2013. Предварительная регистрация посетителей показывала превышение показателей прошлых лет. Представители 123 стран выразили желание посетить выставку в Лондоне, состоявшуюся 25-29 июня. Наибольшее число среди заранее зарегистрировавшихся являются жителями Европы, Северной Америки, Африки, Индии и Австралии. Среди европейских посетителей наибольшее число остаётся за жителями Великобритании, Германии, Италии, Испании и Франции. Сравнивая с прошедшими выставками, событие этого года является наиболее представительным как по составу экспонентов, так и посетителей. Более ста участников представили на выставке либо новинку, либо изделие, ранее не выставлявшееся компанией. Что, безусловно, свидетельствует об определённой направленности выставки этого года. Генеральный директор FESPA Нил Фелтон комментирует: "FESPA проводится каждый раз на новой площадке. В результате этого состав посетителей выставки постоянно обновляется, что способствует большей динамичности нашего шоу. На прошлогодней выставке в Барселоне, например, более половины посетителей были жителями Пиренейского полуострова, так что мы хорошо познакомились с бизнес-процессами местного рынка, что также способствовало росту нашего присутствия в этом регионе. На выставке в Лондоне в этом году мы, помимо нашей обычной работы, обратили особое внимание на деятельность агентств и компаний по декорированию из Великобритании и Ирландии. Лондон также представляет особый интерес для предпринимателей из Америки, Австралии и Азии, которые рассматривают его как одно из направлений развития своей деятельности.

О FESPA:



Образованная в 1962 году, FESPA является глобальной федерацией, объединяющей 37 локальных ассоциаций, членами которых являются компании, занимающиеся шелкографией, цифровой печатью и печатью на текстиле. Целями FESPA являются, с одной стороны, популяризация шелкографии и цифровых технологий переноса изображений, а с другой стороны, обмен опытом в сфере шелкографии и методов цифровой печати между участниками ассоциации в мировом масштабе, и через это — помощь в развитии своего бизнеса на основе изучения максимально передовых технологий. Акционерами FESPA являются все участники отрасли. В свою очередь, FESPA инвестирует миллионы евро в глобальное сообщество индустрии декоративных нанесений, поддерживая рост этого рынка. Дополнительную информацию о деятельности ассоциации можно получить по адресу: www.fespa.com

КОММЕНТАРИЙ МАПП: В России не только не существует ассоциации шелкографов, которая могла бы стать членом глобального объединения FESPA, но и даже не ведётся дискуссии на тему образования таковой. Хотя компаний, продающих технику для этих процессов (весьма кстати недорогую), а уж тем более, компаний, которые её используют, весьма достаточно. Видимо, желание вкладывать деньги в развитие всей отрасли, а не себя лично, пока не является преобладающим среди наших соотечественников.

WOT ВОЗВРАЩАЕТСЯ В СКАНДИНАВИЮ



Немецкая компания Veuer GmbH events планирует обновление проекта "WoT goes Scandinavia" (Турне промопродукции по Скандинавии), который проходил в странах Северной Европы в период с 1999 по 2008 годы. В передвижной выставке промопродукции принимали участие немецкие производители и оптовики, представлявшие свои новые коллекции дилерам из скандинавских стран.

Следующая шестидневная передвижная выставка планируется на конец апреля — начало мая 2014 года и пройдёт в Осло, Копенгагене и Хельсинки. В Осло и Хельсинки WoT примет своих гостей традиционно на борту паромов Silja Serenade и Crown of Scandinavia. В Копенгагене выставка пройдёт в расположенной в центре города гостинице Scandic Sydhavn Hotel. Бесценный организатор выставки Клаус Байер обещает местным дистрибьюторам тот же гостеприимный приём и тёплую атмосферу непосредственного общения, которые всегда сопровождали его выставки.

Приглашения на выставку WoT будут заранее рассылаться по базе данных организатора.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Выставка WoT всегда была небольшим кулуарным событием календарного года сувенищика из Скандинавии, её организатор Клаус Байер — давний друг нашей ассоциации. Поэтому желающим посетить это мероприятие российских профессионалов бизнес-сувенирного рынка просим обращаться в МАПП.

ПОЛОВИНА ОБОРОТА ОТ ПРОМОПРОДУКЦИИ

Производитель популярной компьютерной игры Angry Birds (Злые птицы), предустановленной на многих современных смартфонах и переносных компьютерах, финская компания Rovio объявила, что 45% её значительного годового оборота (2012: 152 миллиона евро) составляют доходы от продажи сопутствующих товаров. Причём компания не занимается выпуском или даже размещением заказов на многочисленные изделия, исполненные в форме героев популярной игры. И также не продаёт этих изделий. Rovio лишь торгует лицензиями на выпуск продукции. Это означает, что розничный оборот мягких игрушек, школьных принадлежностей, постельного белья, текстильных изделий и т.п. намного превышает не только приведённую сумму, но и, по-видимому, обороты самой компании-автора игры.

Популярность самой игры, кстати, в 2013 году стала значительно снижаться, что незамедлительно сказалось на стоимости акций компании Rovio. Падение стоимости акций и, соответственно, резкое снижение стоимости самой компании связано также с неудачной попыткой публикации нового детища компании. Игра не была воспринята рынком с тем же энтузиазмом, как флагман их бизнеса Angry Birds. Тем не менее, на продажи сопутствующей продукции эти рыночные колебания практически не оказали никакого воздействия. Так что не исключено, что по итогам 2013 финансового года доля сопутствующей продукции в структуре оборота компании значительно возрастёт.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Даже символ Чемпионата мира по лёгкой атлетике в Москве неизмеримо напоминает персонажа игры Angry Birds. Думаю, москвичи могли бы придумать что-нибудь более оригинальное. Ушли, видимо, те люди, которые могли создавать аутентичные дизайны, типа олимпийского Мишки. А жаль! Про выгоду от продажи этих зоре-птичек страшно даже подумать, не только что спрашивать.

ДОКЛАД RAPEX 2012. СНОВА ОБ ОПАСНОЙ ПРОДУКЦИИ



Согласно докладу Европейской комиссии по быстрому реагированию на небезопасную продукцию (сокращённо RAPEX), количество зарегистрированных случаев небезопасных изделий среди игрушек достигло в 2012 году 366, что на 13% превышает показатели прошлого года (2011: 324). Таким образом, 2011 год остался единственным, в течение которого количество подобных случаев было меньше, чем в предыдущем. Игрушки переместились на второе место по количеству небезопасной продукции с долей в 19%. Их опережают лишь текстильные изделия (668 случаев), а сразу за ними следует электроника (205 случаев). Далее в списке: мотоциклы (149) и косметика (86).

Большинство жалоб зарегистрировано на продукцию Китая и Гонконга. Доля продукции из этих стран составляла в 2011 году 58%, поднявшись за год на 4%. 17% продукции были произведены в Европе. Наиболее частыми сообщения о небезопасной продукции европейского производства приходили на изделия из Венгрии (15%), Болгарии (14%), Испании (10%), Германии (9%) и Великобритании (8%). Система RAPEX возникла в ЕС в 2004 году с целью выявления производителей некачественной продукции.

КОММЕНТАРИЙ МАПП:

Адептам "немецкого качества" на заметку: в Германии тоже умеют делать кое-как! С другой стороны, конечно, похвально, что ещё где-то в Европе что-то выпускают... Финляндии в списке нет, думаю, как раз по этой причине.

ВЫСТАВКА "REMADAYS EUROPE" ОТМЕНЕНА

Назначенная на 15-17 января 2014 года выставка RemaDays Europe в Нюрнберге отменена. Организатор выставки польская издательская компания GJC Inter Media совместно с немецкой компанией gmk & WNP Fachmessen, организатором выставки GiveADays в Штутгарте, пришли к соглашению об объединении их проектов. Новая дата проведения совместной выставки 13-15 февраля 2014 года. По соглашению сторон немецкий организатор выставки будет отвечать за привлечение участников из Германии, Австрии и Швейцарии, тогда как польская сторона возьмёт на себя потенциальных участников из остальных стран Европы.

Новая бизнес-суверенная выставка будет проводиться раз в два года под эгидой EXPO 4.0. Она волеётся в большое торговое шоу, другими частями которого являются TV TecStyle Visions (текстильные изделия и декорирование текстиля), wefec trade fair (рекламные технологии, цифровая печать и световая реклама) и DS TEC (цифровые рекламные и информационные системы). "Мы рады тому, что GJC Inter Media поддерживает выставку GiveADays, вливаясь в сильный союз участников EXPO 4.0. Мы надеемся на долгосрочное сотрудничество" — говорит Роланд Грубер, менеджер проекта GiveADays и один из генеральных директоров gmk & WNP Fachmessen — "Все компании, купившие стенды на RemaDays Europe 2014, смогут принять участие в выставке GiveADays. Все подписанные соглашения будут нами исполнены".

Славомир Гифинг, генеральный директор GJC Inter Media: "В результате договорённостей с GiveADays, мы рассчитываем увеличить количество посетителей для наших экспонентов. Мы видим значительный потенциал для бизнес-сувенирного сектора в концепции выставки GiveADays в рамках проведения EXPO 4.0 и хотим внести свой вклад успеха этого уникального выставочного проекта".

ПЛЕТЕННЫЕ КОРЗИНЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ВЕЩЕЙ ОТ КОМПАНИИ "2К КОРЗИНА" — СТИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ.



Главные составляющие уюта — это теплая атмосфера, порядок и индивидуальный стиль. Именно поэтому плетеные корзины являются идеальной составляющей любого помещения. Они легко справляются с задачами различной сложности, будь это ванная комната, детская, гостиная или кухня. Плетеные корзины экологичны и практичны. Компактные и вместительные, они найдут место в любом уголке вашего дома, став незаменимым аксессуаром и элементом декора. У нас огромный выбор плетеных изделий, заходите на наш сайт и звоните.

2К Корзина • +7 495 645 11 97
info@2kkorzina.ru • www.2kkorzina.ru

КОЛЬЧУГИНСКИЕ ПОДСТАКАННИКИ СТАЛИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЕЙ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ



Кольчугинский завод цветных металлов подготовил сюрпризы любителям подстаканников. Во-первых, наборы подстаканников в подарочном футляре теперь комплектуются специальным средством для

чистки драгоценных металлов, ведь только при постоянном уходе изделие сохранит первоначальный блеск.

А во-вторых, в комплект с позолоченными подстаканниками будут входить не обычные хрустальные стаканы, а деколированные золотом.

Самое приятное то, что на цене изделий данные нововведения не отразятся.

ТНП ООО "УГМК-ОЦМ"
 +7 (34368) 98-077
<http://www.zio.ru/ru/about/Chex7/>

КОМПАНИЯ АДЖАР ГРУПП СООБЩАЕТ, ЧТО СЕЗОН ЗАКАЗОВ ЕЖЕДНЕВНИКОВ В САМОМ РАЗГАРЕ !!!



Благодаря множеству креативных идей и высокому качеству нашей продукции мы сможем создать для Вас и Вашей компании ежедневник, который сможет выделить Вас среди других.

Мы предлагаем своим клиентам широкий выбор материалов: дизайнерская кожа, кожзаменитель, текстиль и даже войлок. Большой выбор функциональных деталей: держатель для ручки, карманы для визиток, лямссы, множество вариантов замков, разноцветные срезы ежедневников. Различные варианты нанесения логотипа Вашей компании: горячее, холодное тиснение, лазерное тиснение, печать логотипа во внутреннем блоке, логотип на лямссе, на срезе ежедневника и многое другое.

Также мы предлагаем Вам новинки сезона:

- эксклюзивные ежедневники с цветной бумагой (возможен окрас бумаги по пантону),
- записная книга BLACKBOARD с черной бумагой,
- ежедневники с флэш-картой (на 2, 4 и 8 ГБ).

Мы создадим для Вас ваш ежедневник!
000 "Бон Карнет" • 8(495)979-08-36, 8 (495) 636-27-62
 стенд на выставке IPISA 2013 № C-01,
www.acar-group.ru • www.бон-карнет.рф
boncarnet@acar-group.com

КОМУ НУЖНЫ ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПАКЕТЫ С НЕОБЫЧНЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ?

Компания "Аэрополиграфия-АПК" приступила к выпуску еще одного вида экологических пакетов.

Пакеты "Пеперматч" изготовлены с добавлением в полиэтилен бумаги. Это делает скорость их утилизации в естественных условиях сравнимой с биоразлагаемыми. Кроме этого у них очень оригинальный внешний вид — матовая и более жесткая поверхность. Логотип наносится методом шелкографии.



ГК "АЭРОПОЛИГРАФИЯ"
 +7 (495) 913-63-93
info@aero-pak.ru • paket@aero-pak.ru
www.aero-pak.ru

НОВАЯ СЕРИЯ НАБОРОВ ДЛЯ ШАШЛЫКА



"Русский Элитный Подарок" запускает производство новой серии подарочных наборов для шашлыка. Впервые рукояти шампуров изготавливаются из высококачественной, стабилизированной карельской березы и не имеют аналогов среди данного вида продукции. Наборы возможно комплектовать ножами подобного вида, из дамасской стали. Рукояти шампуров выпускаются в двух вариантах: натурального цвета и тонированные, что придает им особую неповторимость и схожесть с природным камнем.

Также, к Новому Году мы начали выпуск шампуров с литьем на рукояти в виде головы лошади. Наборы поставляются в кожаных колчанах ручной работы с росписью. Все изделия могут быть выполнены с индивидуальной росписью (логотипы, дарственные надписи и т. п.)

Контактная информация нашей компании в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Наборы для пикника", "VIP-подарки".

Русский элитный подарок, Москва
www.elitegift.ru

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СУВЕНИРЫ К НОВОМУ ГОДУ

К новому 2014 году "АЯ компания" подготовила как оригинальные бизнес-сувениры из стекла, керамики, пластика, металла, так и сувениры для промоакций — зажигалки, ручки, посуду, антистрессы, значки, медали, брелоки.

Разнообразная подарочная упаковка, а также новые современные технологии сделают возможным нанесение на любую поверхность и любым методом (в т.ч. и традиционным методом шелкографии, тампопечати, деколирования, лазерной гравировки, тиснением, термотрансфером.

"АЯ компания" • +7(495) 502-94-65
www.ay-company.ru



НАСТОЯЩИЙ ИНДИЙСКИЙ ЧАЙ В СТЕКЛЯННОЙ УПАКОВКЕ

К осенним и новогодним праздникам мы подготовили для вас новые подарочные коллекции настоящего индийского чая! Это высокогорный черный и зеленый чай самого лучшего качества. Наряду с традиционно имеющейся у нас упаковкой: мешочки из бархата, жестяные банки или бумага ручного производства, мы предлагаем чай в оригинальных стеклянных банках с логотипом вашей компании.



Чай является идеальным подарком для любого случая во все времена года. Он несёт в себе идею здоровья и дружбы. Такой подарок каждый получит с удовольствием. И будет вспоминать о вас с теплотой и радостью, которой вы с ними поделились.

И самое главное — мы сможем помочь вам с подарком за несколько дней до праздника!!!

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Чай персонализированный".

Meera Overseas, Москва — Индия

ТЕПЛЫЕ СУВЕНИРЫ К НОВОМУ ГОДУ



Саморазогревающиеся солевые аппликаторы — это необычные и в то же время полезные корпоративные сувениры с фирменной символикой.

Собственное производство в Москве позволяет принимать заказы на изделия уникальной формы, расцветки, с любым изображением, логотипом или текстом. Оригинальность данного сувенира состоит в завораживающем процессе нагрева аппликатора до +52°C.

В наличии имеются стандартные аппликаторы, выпускаемые компанией серийно для оптовой и розничной продажи. Теплые сувениры будут отличным подарком не только к Новому году, но и к 23 февраля, 8 марта или на День Медработника.

ООО "ДЕЛЬТА-ТЕРМ"

+7(499)157-70-40

info@deltaterm.ru • www.deltaterm.ru

ПОЛОТЕНЦА С ЛОГОТИПОМ



Компания "БрендТекстиль" продолжает принимать заказы на изготовление махровых полотенец и халатов с вашим фирменным логотипом даже в единичном экземпляре.

Полотенце, халат или тапочки с вашим логотипом в качестве сувенира или рекламной акции станет приятным, нестандартным, а главное нужным подарком потребителю, сотрудникам или клиенту.

Махровое изделие служит не один год (ведь его не выкидывают в корзину как бумажные, рекламные буклеты), и все это время логотип, нанесенный на изделие, постоянно напоминает потребителю о вас — что, несомненно, является желаемым результатом вашей рекламной акции.

БрендТекстиль • +7(499) 271-70-89

logotex@mail.ru • www.logotex.ru

МНОГИЕ НАШИ КЛИЕНТЫ ЖДАЛИ ЭТОЙ УПАКОВКИ! ВЫ ТОЖЕ?



Большие бумажные красочные новогодние пакеты под коробки, тубы, наборы. А также открытки!

Большой горизонтальный Пакет "На радость Детям" размером 41x33 и широким дном 15 см.

В него легко убирается шляпная коробка, туба. Большой горизонтальный пакет "Сказания о Чудесах" размером 40x30 и широким дном 17 см. В него легко убирается двойная туба. Эти пакеты — основа для новогодних наборов!

Зарезервировать Вы можете по телефону: +7 (495) 640 29 16

Оформите заказ на сайте

ПодаритеКрасиво.РФ

минимальная сумма заказа 5000 руб.

Правила Успеха Групп, Москва

FUTVOLKA
project.ru

+7 (495) 669-26-15

www.futbolka-project.ru

текстильные бренды
нанесение
пошив



Корпоративные
сувениры и подарки

PROMO
gift.su

+7 (495) 669-26-15

www.promo-gift.su

ТОРЖЕСТВЕННОЕ НАГРАЖДЕНИЕ ЛИДЕРОВ КАЗАХСТАНА, РОССИИ, УКРАИНЫ И БЕЛАРУСИ



29 мая 2013 г. — знаковый день для предприятий Казахстана, России, Беларуси и Украины. Именно в этот день, по традиции, в Конгресс-холле Торгово-промышленной палаты РФ в Москве, состоялось торжественное событие — подведение итогов и награждение лидеров экономики.

Организатором мероприятия выступила рейтинговая программа Национальный бизнес рейтинг при поддержке международной организации Союз национальных бизнес рейтингов и Научно-информационного центра статистических исследований.

Награды: орден "Слава России", медаль "Лидер России" и "За эффективность" для мероприятия изготовлены компанией ООО "СП "Колумб-Ру".

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Значки".

Колумб-ру, Москва — Украина

ТАБЛИЧКИ — ПАЗЛЫ



Вывески, таблички, световые конструкции — мир наружной рекламы богат и самобытен. Производственная компания "МеталГраф" предлагает новый вид табличек — пазлы. Всегда приятно "забить последний гвоздь", вставив последний недостающий фрагмент таблички. Почувствуйте себя творцами, а мы Вам в этом поможем!

С уважением, ваш "МеталГраф".

МеталГраф • +7 (812)326-05-50
www.metallografika.com • mtgr@inbox.ru

ВЕЧНЫЙ КАЛЕНДАРЬ, НАД КОТОРЫМ НЕ ВЛАСТНО ВРЕМЯ...

Обычный календарь в конце года летит в мусорную корзину. Вечный Календарь будет с вами, вашими



партнерами, друзьями, детьми, внуками, правнуками и праправнуками ВСЕГДА, так как он не теряет своей актуальности даже через сотни лет.

Числа и дни недели выделяются малыми магнитными курсорами, месяцы — большими. Ручная работа. Натуральные материалы: мореный дуб, нержавеющая сталь, кожа.

Вы можете повесить Вечный Календарь на стену или поставить на любую поверхность, присоединив подставку, входящую в комплект. По вашему желанию, на Календарь наносится имя, геральдический герб, дарственная надпись, дата, к которой приурочен подарок и т.д. Изображение запатентовано.

Максимальный размер календаря 1600x2400 мм.

Типография "Глория" • +7(495)5458216
mail@gloriart.ru • www.gloriart.ru

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОШИВ ПРОМООДЕЖДЫ

Промоодежда, изготовленная на заказ, всегда смотрится выигрышно и является залогом успеха рекламной кампании!



Особая промоодежда, шитая специально для проведения акции или группы акций, позволяет создать яркий ассоциативный образ, тем самым сделав рекламную кампанию запоминающейся. Мы можем гарантировать высокое качество пошива промоодежды и короткие сроки выполнения заказа. Работаем с разнообразными видами тканей, применяем самые современные и надежные технологии. Мы ценим своих постоянных заказчиков и предлагаем им выгодные условия сотрудничества, скидки и бонусы. Работаем по всей России!

Диалант.ру • +7(499) 320-99-97
3209997@mail.ru • www.di-promo.ru

БЛЭКНОТ! ЛОМАЯ СТЕРЕОТИПЫ ИЛИ БЕ- ЛЫМ ПО ЧЕРНОМУ...

Удивление — эмоция, которая появляется у каждого человека с момента рождения, когда едва открыв глаза, мы видим этот удивительный мир, вызывающий такое огромное количество самых разных вопросов и новых ощущений, и в те или иные моменты удивление неизбежно присутствует в нашей многогранной, полной неожиданностей жизни.



Мы любим удивлять наших Клиентов. Ломаем стереотипы, предлагаем оригинальный подарок! Книга исполнения желаний! БлЭкнот! Запишите все свои желания, мечты, идеи на черных листах серебряными чернилами — и они обязательно сбудутся. Вы сможете удивить своих друзей, коллег и партнеров.

И пусть даже самые смелые идеи воплощаются в жизнь...

PromoVere • +7 (499) 722-66-02
hr@promovere.ru • www.promovere.ru

НАБОР "КАМНИ ДЛЯ ВИСКИ" В ТУБЕ

Камни для охлаждения виски из ЛУЧШЕГО месторождения в мире. Soapstone (мыльный камень, талькомагнезит) создала природа 2,3 млрд. лет назад из застывшей лавы. В нашем природном минерале содержание магнетита, отвечающего за рекордную теплоёмкость, 40-50%.



Забудьте про лед! Любители виски могут быть уверены — вкус любимого напитка будет на комфортном уровне в 18-20°.

Благодаря уникальной теплоемкости камни умеют накапливать холод или тепло, медленно отдавая. В набор входит 9 кубиков размером 20 мм в мешочке из натурального хлопка и бокал для виски. Достаточно мешочек с камнями положить в морозильник, и в нужный момент он не подведёт.

Для корпоративных заказчиков предлагаем изготовление брендированной тубы, матирование стакана, персонализацию на мешочке, а самое главное — эффектную высококачественную гравировку на камнях!
СКЕЙЛ-сувениры • +7 (812) 324-09-09
www.kamni-viski.ru • cale-bs@mail.ru

РУССКИЙ ДОМ СУВЕНИРОВ

Новое направление — изготовление портретных матрешек по фотографии заказчика. Также напоминаем, что наши Русские сувениры с вашим фирменным логотипом по-прежнему возможно изготовить в единичном экземпляре. Матрешки, балалайки, штофы, лаковые шкатулки, хохломские ложки, жостовские подносы, компьютерные мышки и другие русские сувениры, дополненные фирменным логотипом, станут замечательным рекламным продуктом или бизнес-подарком вашим сотрудникам, партнерам, клиентам. У нас вы найдете чудесные сувениры, удачно воплощающие в себе красоту русской народной культуры, и отличную функциональность. Если вы ищете подарки иностранцам, наши сувениры станут для гостей страны прекрасным напоминанием о хлебосольной России. Русские сувениры — это настоящие источники доброй, позитивной энергетики, которой проникнуто все прикладное творчество Руси.

Русский Дом Сувениров
+7(926) 030-05-75
vipdoll@bk.ru • www.vipdoll.ru



БЛАГОРОДНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ ОЛОВА

Благородное олово в виде предмета интерьера или памятного подарка привлекает истинных ценителей красоты, людей, которые уважают ручную работу, художественное литье и выбирают необычные подарки для себя и близких. Наша производственная компания ООО "Станум" с 2006 года изготавливает эксклюзивные подарки из олова высокого качества из экологически чистых материалов. Собственная производственная база компании позволяет изготовить уникальные изделия по вашему заказу и воплотить задумку для корпоративного сувенира. В наличии также имеется ассортимент уже готовых подарков из олова: оловянные тарелки, часы, картины, ключницы, магниты, брелки, статуэтки, бокалы с оловом.

Станум • +7(495) 937-01-85
info@stanum.org • www.stanum.org



КОМПАКТНАЯ МЕТЕОСТАНЦИЯ ОТ BRIGHTCONCEPT

Мы знаем, что Вы высоко цените свою репутацию и соблюдаете все стандарты охраны труда на предприятии, закрепленные трудовым кодексом.

Факт: оптимальной температурой окружающей среды для умственной работы является 22 — 24°С, для физического труда 21 — 23°С. Для измерения и контроля над температурным режимом мы предлагаем Вам разместить в Вашем рабочем пространстве датчики — индикаторы температуры, воплощенные в форму компактных метеостанций; полный спектр показателей — от барометрального давления и температуры до часов — в одном невесомом приборе.

Также датчики могут быть запоминающимся и главное — нужным подарком для самих сотрудников компании, для партнеров и постоянных клиентов.

BRIGHT CONCEPT — рекламные сувениры, напрямую из Китая
+7 495 9559081
(для звонков из России)
+86 (020) 81 003568
(для звонков из КНР)
www.bright-concept.ru



ВЫШИВКА ФИРМЕННОЙ СИМВОЛИКИ НА ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЯХ

Торгово-производственная компания ООО "Наша семья", специализирующаяся на машинной вышивке, продолжает совершенствовать продукцию для рекламных акций, производственных и торговых компаний.

Мы предлагаем с нашего склада в Москве махровые полотенца, халаты, тапочки, наборы для сауны и т.д. с персонализированной вышивкой логотипа компании заказчика.

Нашими постоянными клиентами стали крупные гостиницы, рестораны, банки, производственные предприятия по пошиву одежды, рекламные компании.

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Вышивка на изделиях".
Наша семья, Москва

ТЕХНОЛОГИЯ DRI FIT ДЛЯ ПРОМООДЕЖДЫ УЖЕ В МОСКВЕ

Компания "Лиля Сэйлз Промоушн" принимает заказы на изготовление сублимационных футболок DRI FIT (драй фит) с нанесением логотипов любой сложности. Специальная обработка тканей позволяет обеспечить изделие высокую комфортность в носке за счет улучшенной воздухопроницаемости. Такая продукция, первоначально используемая для занятий спортом, успешно применяется и в качестве рекламной продукции. При этом нельзя путать футболки, изготовленные из простых синтетических тканей, с тканями DRI FIT.

PS. Просим обратить внимание! На складе в Москве всегда можно найти любой промотекстиль в самом широком цветовом диапазоне! Заходите на наш новый сайт www.leela.ru, смотрите все остатки в режиме реального времени и заказывайте продукцию прямо с сайта.

LEELA SALES PROMOTION
+7(495)229-11-94
info@leela.ru • www.leela.ru



ЗАКАЗАЛ В ДЕКО МЕДИА КОЖАНЫЙ ЧЕХОЛ ДЛЯ IPAD — ПОЛУЧИ КОЖАНЫЙ ПОДАРОК!

Теперь есть возможность заказать изготовление чехлов для iPad в соответствии со своим дизайном! Тем, кто делает заказ на кожаные чехлы, мы делаем подарки — кожаные бизнес-сувениры нашего производства, изготовленные в комплекте из той же кожи, что и чехол для планшетников.

Перечень сувениров указан ниже:
чехол для пропуска; чехол для наушников; чехол для паспорта; зажим для денег; кредитница; визитница.

Эта акция "Зайди за подарком" распространяется на все модели кожаных чехлов для iPad и Samsung.

ДЕКО Медиа • +7(495) 737-90-22
info@za-podar.com • www.ZA-PODAR.COM



Крупнейший в Восточной Европе Международный выставочный проект

ПОДАРКИ

Салоны:

ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА

БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ

ЭЛИТНЫЕ КАНЦЕЛЯРСКИЕ

ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА



*Новый Год
Экспо*



ВСЕ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



17–20 сентября 2013

17–20 марта 2014

Москва

ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР»

Организатор: **ПОДАРКИ ЭКСПО**

Под патронатом Правительства Москвы

При поддержке: Московской торгово-промышленной палаты,

Ассоциации Производителей и Поставщиков Подарков, Посуды и Бижутерии

Тел.: +7(495)729-31-38 expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НОМЕСТYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



24–27 сентября
2013 ОСЕНЬ

ЭКСПО

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ



12+

Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»

www.consum-expo.ru

20–23 января ЗИМА
2014

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НОМЕСТYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



Expo Rating



Реклама

ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ №1*

ЛАНДМАУЭР
ИДЕОСТЕНЫ, ВИД
ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМА



21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

24–27 сентября 2013

НАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОД
НСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИ
ЕВ-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ, ПРЕ
ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПРЕ

Реклама

www.reklama-expo.ru

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



Организатор:



При поддержке:



* Согласно Общероссийскому рейтингу выставочных мероприятий 2011-2012 гг. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСБЯ. Все выставки - участники прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными правилами.



**ПРАЗДНИЧНОЕ
ОФОРМЛЕНИЕ
РЕКЛАМА И
ИНФОРМАЦИЯ**



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА



16 – 18 ОКТЯБРЯ 2013
ВК «ЛЕНЭКСПО»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, РОССИЯ

Дирекция выставки
тел.: +7 (812) 240 40 40
e-mail: n.udnikova@expoforum.ru
www.trends.expoforum.ru

Организатор

**EXPOFORUM**

16 – 18 ОКТЯБРЯ 2013

24-я международная выставка
полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг

12 – 15 ноября 2013 года
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»



забронируйте стенд на www.polygraphinter.ru

Организатор:



Тел: +7 (495) 935 81 00
E-mail: polygraphinter@ite-expo.ru

При поддержке:



XV ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ ЗИМНЯЯ СКАЗКА

18 - 22 декабря

- экспозиция эксклюзивных изделий промыслов;
- презентация регионов на сценической площадке;
- выставка «Московский Сокольничий» - показ лучших изделий на охотничью тематику;
- Международный фестиваль войлока: «ШЕРСТИВАЛЬ»
- выставка подлинных традиционных костюмов XIX, начала XX веков;
- показательные мастер-классы одновременно на двух интерактивных площадках «Города мастеров»;
- третий российский ЭКО БИОСАЛОН, объединяющий ведущих российских производителей экологически чистой продукции.

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 7 (залы 1-6)
метро «Выставочная»



Генеральный
спонсор:



XVI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ ВЕСЕННЯЯ ФАНТАЗИЯ

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

19 - 23 марта 2014



Адрес: метро «Выставочная», 1-й Красногвардейский пр-д

Тел. Дирекции: (499)124-48-10, 124-08-09 www.nkhp.ru nkhp@mail.ru

ipsa

Institute
of Professionals
in Specialty
Advertising

**Рекламные
СУВЕНИРЫ
ВЕСНА 2014**

25-я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ИНДУСТРИИ РЕКЛАМНЫХ
СУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРОКОВ
И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМОУШН

**11-13 февраля
МОСКВА 2014
МВЦ КРОКУС ЭКСПО**

**ПАВИЛЬОН 2
ЗАЛ 7**

Организатор:
IPSA EXPO

Координаты оргкомитета:
тел.: (495) 585 31 54
(495) 585 31 24
факс: (495) 557 09 15

www.ipsa-russia.ru





СКРЕПКАЭКСПО
SKREPKAEXPO

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», павильон №3, зал №17.



XX международная специализированная **выставка**

КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ

ТОВАРОВ

11-13
марта 2014

+7 (495) 648 91 38

expo@apkor.ru

skype: skrepkaexpo

www.skrepkaexpo.ru

КРАСНОЯРСК

24-26 октября

XI ФОРУМ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ '13

Предпринимательство Сибири
ГОСЗАКАЗ, Сибирь

ЯРМАРКА ДЕЛОВЫХ УСЛУГ ДЛЯ БИЗНЕСА

- Банки и финансовые услуги
- Офисное оборудование
- Реклама и полиграфия
- Канцелярия и бизнес-сувениры

МВДЦ «Сибирь», ул. Авиаторов, 19
тел.: (391) 22-88-405, 22-88-611
fdu@krasfair.ru
www.krasfair.ru

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

ИНФОЭКСПО

РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

28 29 30
НОЯБРЯ 2013

Рекламная продукция.
Связь и телекоммуникации.
Мобильные средства связи.
Кабельное и спутниковое телевидение.

ВЦ «Балтик-Экспо»
на Острове

ВЫСТАВКА ФОТОРАБОТ МИР

ЧЕРЕЗ ОБЪЕКТИВ

КАЛИНИНГРАД

УЛ. ОКТЯБРЬСКАЯ, 3А
INNA@BALTICFAIR.COM
WWW.BALTICFAIR.COM

34-11-06
34-10-95

АРХИТЕКТУРА НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА ДИЗАЙН Б
ТВО ДИЗАЙН ПОЛИГРАФИЯ БРЕНДЫ
Я КНИГОИЗДАТЕЛЬСТВО КАНЦЕЛЯРИЯ
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА ДИЗАЙН БРЕНДЫ
ИР ПОЛИГРАФИЯ БИЗНЕС-СУВЕНИР
РИЯ НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА ПОЛ
АРХИТЕКТУРА ДИЗАЙН КНИГО
А КАНЦЕЛЯРИЯ АРХИТЕКТУРА
СУВЕНИРЫ ПОЛИГРАФИЯ
БРЕНДЫ ДИЗАЙН НАРУЖНАЯ РЕКЛА
КНИГОИЗДАТЕЛЬСТВО НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

almaty

design week - 2013

2й международный
фестиваль дизайна
в Алматы

20-22 ноября 2013
Дворец Спорта им. Балуана Шолака

Тел.: (727) 292-08-40, E-mail: info@adw.kz
www.adw.kz

ВЫСТАВКА

11-15 ДЕКАБРЯ

Елки, подарки и детям развлекалки!

НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА

ВХОД СВОБОДНЫЙ

ВЕРТОЛ
ИНТЕРЕСНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

пр. М. Нагибина, 30
Тел. 268-77-68



Сделайте закупки эксклюзивной подарочной продукции от надежных китайских поставщиков на выставке в Гонконге!

Основные разделы:

- Промо-пакеты
- Канцелярская и бумажная продукция, упаковка
- Электронные подарки
- Подарки и промо-сувениры

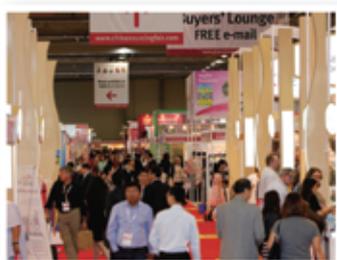


global sources
Gifts & Premiums
China Sourcing Fair: Hong Kong

19-22 октября 2013 года
Выставочный комплекс
AsiaWorld-Expo, Гонконг

Почему стоит посетить выставку:

- ✓ Около 90% экспонентов являются прямыми азиатскими производителями, преимущественно из Китая.
- ✓ Специальная sourcing зона – вы имеете возможность акцентировать внимание на сотнях специально отобранных поставщиками изделиях.
- ✓ Специальная зона экспресс-закупок – где представлены уникальные, тщательно отобранные товары компаний-поставщиков, заочно участвующих в выставке.
- ✓ Удобная площадка и время проведения выставки – выставочный комплекс рядом с международным аэропортом.
- ✓ Более 4000 фотографий представляемой продукции можно увидеть перед открытием выставки на сайте ChinaSourcingFair.com.



Сканируйте QR-код и получите подробную информацию, а также возможность зарегистрироваться для **БЕСПЛАТНОГО** посещения выставки:

ChinaSourcingFair.com/hk/gpx

VM13-0804-CSF1310-GP-Professional-Scp



Совместно с:

global sources
Christmas & Seasonal Products
China Sourcing Fair: Hong Kong

global sources
Home Products
China Sourcing Fair: Hong Kong

Вход только для специалистов – лиц старше 18 лет.
Розничная продажа на выставке запрещена.

*Фото продукции только для иллюстрации.

Октябрь 2013						
Пн.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.	Вс.
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

www.chinasourcingfair.com



global sources
**Gifts &
 Premiums**
 China Sourcing Fair: Hong Kong

19-22 ОКТЯБРЯ 2013 ГОДА, ASIAWORLD-EXPO, ГОНКОНГ



ИСТОЧНИК СПРОСА НА ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ ОТ НАДЕЖНЫХ ПОСТАВЩИКОВ КИТАЯ

Осенью этого года, на China Sourcing Fair: "Gifts & Premiums" в Гонконге, поставщики с материкового и островного Китая и Азии представят на своих стендах, огромный выбор подарков: аксессуары для iProduct, канцелярские принадлежности и множество другой сувенирной продукции. Привлекая тысячи посетителей из десятков стран мира каждый год, выставка является идеальной возможностью для обеспечения надежных поставщиков, имеющих опыт экспортирования на международные рынки. Выставка проходит с 19 по 22 октября 2013 года, в AsiaWorld-Expo, Гонконг. В новейшем Конференц-зале, расположенном в непосредственной близости от аэропорта.

ДЕЛОВЫЕ ВСТРЕЧИ С ВЕДУЩИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ КИТАЯ

90% экспонентов являются эксклюзивными для China Sourcing Fair. Многие изготовители — это владельцы своего производства, что при ведении переговоров дает возможность исключить посредников, вести дело с людьми, которые могут лучше всего ответить требованиям покупателя и помочь сэкономить на затратах. Также выставка ознаменована тем, что на одной площадке будут проводиться шоу "baby & children's products", "solar & energy saving products" и товары для Рождества и сезонных праздников. Отличное расположение выставки дает возможность сразу, как только вы приземлились в аэропорту Гонконга, посетить ее. Ведь выставочный комплекс находится в 1 минуте езды от аэропорта на скоростном поезде Airport Express.

В дополнение к объединению надежных производителей и поставщиков Китая, вы получите наиболее актуальную информацию от экспертов отрасли. Зарегистрированные посетители выставки могут бесплатно посещать семинары, презентации и принимать участие в специализированных переговорах "вопрос" — "ответ". Прочитайте отзыв из первых рук покупателя, и вы сейчас же найдете повод для бронирования билета в Гонконг.

"ОТЛИЧНОЕ КАЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ. Я РЕКОМЕНДУЮ ВСЕМ ПОСЕТИТЬ ВЫСТАВКУ И УВИДЕТЬ, КАКОЙ ШИРОКИЙ СПЕКТР ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ПРЕДСТАВЛЕН НА "**GIFTS & PREMIUMS**". ЭТО МЕРОПРИЯТИЕ ОЧЕНЬ ВАЖНОЕ ДЛЯ НАС, ВАЖНО ДЛЯ ПОНИМАНИЯ, ЧТО ПРОИСХОДИТ В МИРЕ. МЫ РАДЫ ТОМУ, ЧТО ПОСЕЩЕНИЕ ВЫСТАВКИ — ЭТО СПОСОБ НАЙТИ НОВЫЕ ТОВАРЫ И УЗНАТЬ О НОВЫХ УСЛУГАХ".

Боб Gotfredson, Соучредитель, IonLoop, США

ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ СЕГОДНЯ, ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ СВОБОДНЫЙ ВХОД

Пройдите регистрацию по адресу : ChinaSourcingFair.com/gp сегодня и это гарантирует вам бесплатный вход на конференции, что послужит пользой для вашего бизнеса. Бонус: AsiaWorld-Expo находится всего в нескольких минутах езды от Международного Аэропорта Гонконга и менее чем в 30 минутах езды на скоростном поезде Airport Express из центра Гонконга. Удобное расположение комплекса позволяет покупателям провести большую часть своего времени на конференциях и максимизировать свои возможности для обеспечения бизнес-партнерства.

О CHINA SOURCING FAIRS

China Sourcing Fairs является ключевым компонентом маркетинговых услуг, предлагаемых Global Sources. Ведущий посредник в торговле с КНР предоставляющий рекламную продукцию для бизнеса. В 2013 году China Sourcing Fairs празднует свой 10-летний юбилей.



CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & PREMIUMS

Oct 19-22, 2013, AsiaWorld-Expo, Hong Kong

The China Sourcing Fair: Gifts & Premiums opens at AsiaWorld-Expo,

Hong Kong on Oct 19-22. The Fair features emerging suppliers from Greater China and Asia. For more information or to pre-register: www.chinasourcingfair.com/hk/gpx.

GIFTIONERY TAIPEI 2013: Праздник креатива

67-Я ЕЖЕГОДНАЯ ВЫСТАВКА GIFTIONERY TAIPEI ПРОШЛА В TAIPEI WORLD TRADE CENTER EXHIBITION. ЧЕТЫРЕ ДНЯ — С 24 ПО 27 АПРЕЛЯ — ЕЕ ПОСЕТИТЕЛИ МОГЛИ ЛЮБОВАТЬСЯ САМОБЫТНОЙ ТАЙВАНЬСКОЙ КУЛЬТУРОЙ, ВОПЛОЩЕННОЙ В ПОДАРКАХ И СУВЕНИРАХ. НЕОБЫЧНЫЙ ДИЗАЙН И ТВОРЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ ПЕРЕПЛелись С ВЕКОВЫМИ ТРАДИЦИЯМИ И НАРОДНЫМИ МОТИВАМИ, ПОДОБНО САМОЙ КУЛЬТУРЕ ТАЙВАНЯ, КОТОРАЯ ЯВЛЯЕТСЯ СЛИЯНИЕМ СТАРОГО И НОВОГО.

ОРГАНИЗАТОРОМ выставки, как и прежде, выступил TAITRA (Совет по Развитию Внешней Торговли Тайваня). А участие в ней в этот раз приняли более 530 экспонентов, разместившихся на 701 выставочном стенде.

За прошлые годы Тайвань завоевал признание и признательность иностранных партнеров, получив всевозможные международные дизайнерские награды. Тайваньские компании, годами работавшие на европейских и американских заказчиков, благополучно повернулись от штампа "Сделано в Тайване" к "Дизайн разработан в Тайване". И если первый свидетельствует о качестве продукции, то второй — о ее аутентичности. Что в свою очередь показывает: продукция Тайваня набирает силу на международном рынке.

Для тайваньских производителей неизменно важна экологичность выпускаемой ими продукции. Практически все экспонируемые товары изготовлены из экологически чистых или переработанных материалов.



Так, Solis Fabric Technology с гордостью представила рюкзаки из произведенной на Тайване инновационной эко-ткани — полиэстера, сделанного из утилизированных пластиковых бутылок. Рюкзаки очень легкие, непромокаемые, с красивым дизайном в веселых цветах. Как рассказал Simon Cheng, директор по маркетингу, особое внимание производитель уделяет деталям: ручки рюкзаков надежно прошиты. Кроме того, все рюкзаки предусматривают возможность хранения ноутбука, имея противоударную защиту внутри.

Coplay Cultural & Creative Corporation также занимается производством ярких сумок. Несмотря на слишком красочный по меркам Европы дизайн, основная часть ассортимента рассчитана не на подростков, а на женщин 20–40 лет. И хотя бренд, по словам представителя компании, трудно презентовать тем, кто не понимает саму культуру Тайваня, компания успешно развивает бизнес не только в азиатских странах, но и в США.

Вся продукция National Taiwan Craft Research and Development Institute (Национальный тайваньский институт научного исследования и развития ремесел) оформлена в природных мотивах. Среди товаров, представленных Институтом на Giftionery Taipei в этом году, — деревянная лакированная посуда, фарфор и предметы интерьера, а также легкие шарфы, изготовленные с использованием только натуральных красителей и раскрашенные в природные цвета — коричневый, зеленый, голубой.

Не менее частый экспонент выставки — Cheerful Fashion Goods — тайваньская компания с тридцатилетней историей. Основанная в 1981 году, компания долгое время производила товар исключительно для западных брендов. Но теперь, когда ее продукция стала хорошо известна на рынке бизнес-сувениров, запустила собственную линию дизайнерских сувениров Poodehii.

В штате компании почти 100 дизайнеров, многие из которых — обладатели сразу нескольких международных наград. Кстати, их фотографии, оформленные а-ля Энди Уорхол, размещены на стенде компании, который выполнен в красном цвете, символизирующем в китайской культуре цвет удачи.

Похоже, удача действительно сопутствует компании. Cheerful Fashion Goods поставляет свою продукцию в Европу, Японию, немного в США и продолжает разрабатывать дизайн для многих известных иностранных компаний.

Среди интересных решений, предложенных компанией, можно отметить ручку-нунчаки, предметы с крутящимися элементами, которые успокаивают и помогают





думать (ручка с подвижным наконечником и обложка для паспорта со вставкой), сумку, которая складывается всевозможными способами и перчатки, получившую награду Excellent World Productin Taiwan.

"Я счастливый человек, — говорит Президент компании Chiel Hou, — потому что творчество — моя страсть и мой бизнес".

Наверное, то же самое можно сказать и об очаровательном дизайнере Лоле, на выставке представлявшей бренд Studio in Blooom. Компания, основанная в 2008 году тремя молодыми креативными людьми, в выставке участвует впервые, хотя уже имеет собственные магазины в Японии и Тайпее. Продукция Studio in Blooom — это тайваньский handmade текстиль с принтом: полотенца, фартуки, промосумки, обложки для книг и айпадов, наволочки, скатерти. Рисунки на ткани выполнены в традиционном стиле тайваньского хаус-декора — росписи стен и пола. Авторы, по их собственному утверждению, черпают вдохновение из жизненного опыта и воспоминаний, пытаются использовать дизайн для выражения своих идей.

На стенде Cang Mo Digital Art разместились книжные обложки, закладки для книг и наклейки. Карточки для школьников с изображениями необычных животных, вроде ката-циклопа с тремя хвостами, соседствовали с закладками-шпалгалками для студентов



и стикерами с пожеланиями. Эти наклейки дарят на китайский Новый год и приклеивают на дверь. Считается, что они приносят удачу и здоровье.

Linag Thing Enterprise специализируется на дизайне и изготовлении предметов из стекла — наград, статуэток, подсвечников, ваз, предметов для ванной комнаты и т.д. Компания была основана в 1983 году на Тайване, а с 1993 года производство переехало в Китай (Донгуан). В послужном списке Linag Thing Enterprise — работы для Walmart, IKEA, Disney и других всемирно известных компаний. В оформлении используется каллиграфия и изображения известных памятников, таких как Эйфелева башня или Статуя свободы.

Orientea Enterprise производит натуральные средства из масла чайного дерева. На его основе изготавливаются масла для пищи, лосьоны для тела, шампуни, масла для волос и кожи, и даже средства для мытья посуды и стирки.



Компания-обладательница дизайнерской награды Golden Pin Award 2010, Nine Tree International Co, представила бренд Kalki'D Art Design. Чайники, кастрюли, крышки, ножи и другие кухонные предметы их коллекции OSICHEF — яркие, легкие и креативные. Также компания производит поверхности из инновационного быстросохнущего материала, вода с которых исчезает моментально. Похоже, еще немного — и цель компании (произвести кухонную революцию), будет достигнута.

И, напоследок, отметим док-станцию для iPhone от компании Gecko Enterprise. Уникальное устройство переводит музыку из формата электронной в акустическую. Компания основана в 2011 году, но уже получила GoldenPinAward.



Цена станции — 1760–2240 тайваньских долларов (1 доллар примерно равен 1 рублю), а GeckoEnterprise вот-вот появится на европейском рынке. Ценителям качественной музыки на заметку.

На базе выставки также прошел семинар, спикеры которого делились опытом успеха на западном и японском рынках. Среди тем семинара — что можно и что нельзя делать, чтобы выйти на европейский рынок, успешный брендинг в Японии, внутренние директивы и как превратить их в коммерческий продукт.

Giffionery Taipei в очередной раз продемонстрировала, что единство качества, креативного дизайна и доступной цены сувениров — не утопия. Главное — знать, где его искать.



Центр торговли Тайваня
125009, Москва, Тверская ул., 24/2, к. 1,
(495)2342988

<http://moscow.taiwantrade.com.tw/>

199178, Санкт-Петербург,
В.О., 3-я линия, д.62
(812) 677-33-68

<http://stpetersburg.taiwantrade.com.tw>



GIFTIONERY TAIPEI 2013: THE FESTIVAL OF CREATIVITY

The 67th annual show Giffionery Taipei had been held in Taipei World Trade Center Exhibition. The visitors had enjoyed the original Taiwan culture, embodied in gifts and souvenirs, for three days – April 24 to 27. Unusual design and creative innovations have been intertwined with ancient traditions and folk themes just as Taiwan culture in itself blends the old and the new.

5+1

ВОПРОС МАПП ПРОФЕССИОНАЛУ

► 1. Несколько лет назад на бизнес-сувернирном рынке России возникло общественное некоммерческое объединение "Содружество профессионалов рынка бизнес-сувениров и подарков", собравшее несколько десятков руководителей фирм отрасли. Отчёты о первых шагах этой организации хотя бы раз в год публиковались на отраслевом интернет-ресурсе "Сегмент", откуда каждый интересующийся мог почерпнуть для себя информацию о деятельности и планах участников. Мы также реагировали на происходившее публикациями в "Профессионале". В последний год информации о "Содружестве" стало значительно меньше, хотя косвенные сведения свидетельствуют о планах её расширения. С чем связана атмосфера если не секретности, то усилившейся кулуарности объединения?

► 2. Одной из задач "Содружества", указанной на сайте объединения, является "помощь в формировании рынка БСП" (бизнес-сувениров и подарков), а целью создания некоммерческой структуры ставится "способствовать развитию индустрии". Скажите, какие конкретные шаги для выполнения этих задач уже сделаны? Какую помощь в формировании рынка "Содружество" уже оказало и как способствовало развитию нашей индустрии?

► 3. Ещё одной задачей "Содружества" является "разработка тактических и стратегических рекомендаций рынку бизнес-сувениров и подарков". Где можно ознакомиться с уже разработанными рекомендациями? Или они являются внутренними документами объединения, доступ к которым имеют лишь

члены "Содружества"? Если последнее утверждение верно, то как, по вашему мнению, это сочетается с целью развития отрасли?

► 4. Среди достижений "Содружества" имеется фраза о том, что оно "стало авторитетной силой", "отстаивающей интересы своих членов". Как, с вашей точки зрения, это согласуется с целью образования "Содружества", которая состоит в "способствовании развитию индустрии"? Нет ли противоречия в этих двух высказываниях?

► 5. Участниками "Содружества" разработана программа и сформирована общеотраслевая ассоциация НАРСИ. К сожалению, сайт ассоциации ещё более скуп на информацию, чем страничка самого "Содружества". Однако по имеющемуся там списку вступивших в НАРСИ можно сделать вывод, что далеко не все участники "Содружества" объединились также и в ассоциацию (всего 5 членов!). А вы вступили? В чём вы видите принципиальное отличие ассоциации от "Содружества"?

► 6. В Уставе НАРСИ прописана процедура вступления в неё новых членов. Кроме согласия с уставом ассоциации, вступающему требуется также согласие действующих членов НАРСИ. Не кажется ли вам этот пункт дискриминационным? Если ассоциация претендует на роль общеотраслевой, может ли она отказывать участникам отрасли во вступлении, тем более, ограничивать их решением уже вступивших? Не станет ли способ приёма новых членов в НАРСИ, с вашей точки зрения, скрытой формой недобросовестной конкуренции?



ИГОРЬ ЧИЖОВ,
ЗАО "ПРАГМАТИКА", ЕКАТЕРИНБУРГ

ВНАЧАЛЕ ПО ВОПРОСАМ 1-4.

Сразу же: молодцы редакция, чётко, грамотно сформулировали вопросы, циркулирующие по рынку (только вот зря их пригладили). Их можно суммировать в один общий вопрос: почему кто-то что-то делает на рынке, обсуждая это только в узком кругу и не отчитываясь...

Повторюсь, ещё раз: считаю, что для бизнеса (естественно и для моего личного) необходимо некое "общеотраслевое объединение": площадка для общения с коллегами, для обмена опытом и информацией, для решения общих для всех проблем консолидированными усилиями. Именно поэтому после прекращения в 2008 году работы РАППС я был одним из инициаторов создания Содружества.

По определённым причинам для Содружества был выбран закрытый формат (в т.ч. для откровенного обсуждения наших бизнес-вопросов среди узкого круга лично знакомых лиц) и ничего в этом предосудительного я не вижу. Также я считаю хорошим и важным для отрасли форматом организацию несколькими компаниями комитета по промпродукции при АКАР. Снимаю шляпу перед Л. Костылевым (хотя по каким-то конкретным вопросам я с ним и не согласен), который, в первую очередь, на личной харизме реализует единственный полноценный общеотраслевой журнал, а также и МАПП. Было бы здорово, если бы в течение 2008-2013 гг. существовало бы ещё несколько разных по формату и составу общественных объединений, где бы "обкатывались" возможные пути решения общеотраслевых проблем.

После создания Содружества в кулуарах и публично звучало много советов, критики, предложений — что нужно было бы сделать вообще и, в частности, непосредственно нам (мне и моим коллегам по Содружеству). Можно сколь угодно указывать на допущенные ошибки. Согласен, можно было сделать больше, что-то можно было сделать по-другому... Но здесь очень к месту фраза одного из кандидатов в мэры Екатеринбурга: на вопрос избирателя "Когда у нас отремонтируют подъезд?", он в сердцах ответил: "Сделайте хоть что-нибудь сами!".

Меня никто не уполномочивал рассказывать о жизни Содружества (а рассказать есть что!). Но вот только несколько

общезвестных результатов деятельности Содружества, важных для отрасли в целом:

- после прекращения работы РАППС мы сумели удержать некоторую консолидацию на нашем рынке в виде пусть и малой, но заметной общественной организации (Содружества). Она может и, по моему разумению, должна стать одной из основ для новой общеотраслевой Ассоциации;
- мы развернули вначале внутри Содружества, а затем и публично острую (только, что до мата не доходило) дискуссию о ценовой конкуренции. И посмотрите: на сегодня практически у всех Поставщиков 1-ого эшелона в Дилерских Договорах есть пункт о ценовой конкуренции;
- до Содружества "голоса дилеров" не были слышны вообще, и слово "старшего брата" (Поставщиков) было "первым и последним". А сейчас ситуация, в т.ч. вследствие консолидированной работы всех членов Содружества, кардинально изменилась: абсолютно все Поставщики готовы к компромиссным решениям, учитывающим и интересы дилеров;
- инициирован процесс создания НАРСИ, для чего сформирована инициативная группа;
- налажен обмен информацией внутри Содружества о "плохих поставщиках".

ЧТО КАСАЕТСЯ НАРСИ (П.5 И П.6).

НАРСИ пока ещё формируется Инициативной Группой, в т.ч. организационная структура и регламентирующие документы для работы на начальном этапе. При этом очевидно, что в дальнейшем Общее Собрание и Совет Ассоциации по мере необходимости будет их корректировать. Хотя сейчас пока рано ещё обсуждать работу НАРСИ, но одно могу с уверенностью сказать: общеотраслевая Ассоциация должна объединять всех, в т.ч. и главных конкурентов — только тогда это будет сила.



ВАЛЕРИЙ БИНКИН,

"КЬЮТИ-ДИЗАЙН", НОВОСИБИРСК

1 ВОПРОС

Атмосфера келейности — для Содружества это нормально. Мы не общественная организация, не ассоциация.

Напомню, мы неформальное объединение физических лиц (друзей) — Содружество. Мы и создавались, как закрытая (келейная) группа, внутри которой можно обсуждать самые сокровенные бизнес-вопросы, делиться самым сокровенным бизнес-опытом. Кстати напомню, это случилось в 2009 году, в разгар кризиса в Бухаре. Мы, впервые, глядя в глаза друг другу, будучи прямыми конкурентами!!!, делились своими фишками борьбы за жизнь. Ни одна ассоциация (даже родной РАППС) в такой тяжёлый момент — нам, небольшим компаниям из регионов и Москвы, не предложила чего-то подобного. Так вот, возвращаясь к вопросу — делиться сокровенным можно только с близкими людьми, которым доверяешь. Какая тут может быть открытость...

А про то, что раньше выкладывали информацию, а теперь нет или меньше — это говорит о взрослении и некой самодостаточности Содружества.

2 ВОПРОС

Не буду досконально препарировать наши достижения. Скажу о главном, на мой взгляд: мы научились разговаривать друг с другом на самые острые темы, и продолжаем учиться слушать и слышать друг друга — при том, что многие из нас прямые конкуренты. На наших конференциях и на форуме нашего сайта uniongifts.ru ищутся и отрабатываются формы обмена опытом, знаниями, технологиями. И все эти наши "истории" понемногу начали мультиплицироваться, проникать в рынок — мне это видно. Со мной на выставках и дилерских конференциях очень часто говорят люди не из Содружества о темах, которые мы поднимаем. И они говорят нашими словами.

3 ВОПРОС

Вы слишком глобализируете вопросы. Поймите, у нас не стоит задачи в три хода изменить весь рынок.

Мы работаем внутри себя — 50 человек представляют 50 сильнейших компаний в своих регионах с суммарным объемом несколько миллиардов рублей. На себе технологии отработываем.

Да, мы выдаем важные рекомендации, делаем предложения, предлагаем изменения в каких-то конкретных ситуациях, возникающих у Членов Содружества с Вендорами, друг с другом, с другими участниками рынка. Какие-то из них публикуются, какие-то остаются закрытыми, какие-то распространяются по рынку сами.

4 ВОПРОС

Никакого противоречия. К примеру, требования жёсткого исполнения всеми сторонами дилерского договора, в вопросах соблюдения скидочной политики, в работе с браком, с рекламациями, с неплательщиками. Это разве не способствует развитию индустрии? При том, что в наших рядах представители двух сторон — и дилеры, и Вендоры. И мы ищем и находим умные компромиссы в защите интересов.

5 ВОПРОС

По поводу НАРСИ — там нет пока членов, там есть только 5 учредителей и "Кьюти-дизайн" среди них. Ассоциация находится в стадии регистрации — оказалось непростое дело, с первого раза не вышло. Корректируем документы, ставим все точки над i.

Принципиальная разница между Содружеством и НАРСИ: первое — это неформальное закрытое объединение физ. лиц, а второе — формальное открытое объединение юр. лиц со всеми вытекающими тонкостями.

6 ВОПРОС

Ваш вопрос преждевременен, вы видите техническую версию сайта и документов. Вернёмся к нему после регистрации НАРСИ.



5+1 QUESTIONS FROM IAPP TO PROFESSIONAL

Social non-profit union The Commonwealth of Business-Souvenirs and Gifts Market Professionals gathered few tens of branch firms' leaders together. The Commonwealth members worked out a program and organized an industry-wide association NAASI (National Association of Advertising and Souvenirs Industry). Two of them, Valery Binkin (CUTY-DESIGN, Novosibirsk) and Igor Chizhov (PRAGMATIKA CC, Yekaterinburg), answer editorial questions.

СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС	ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

Ежедневники сегодня

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП

Производитель — Поставщик *(печатается в сокращении)*



ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ,
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИН-
ГУ ЗАО "ПОНИ",
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



СВЕТЛАНА ЖИРОВА,
ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬ-
НОГО ДИРЕКТОРА ООО
"БОН КАРНЕТ", МОСКВА



СЕРГЕЙ ЯКУШИН,
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕК-
ТОР ЗАО "КОМПАНИЯ
А-ВЕРС", МОСКВА



АЛЕКСАНДР КАСИЧ,
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕК-
ТОР ООО "МИР ЕЖЕДНЕВ-
НИКОВ", МОСКВА



ДМИТРИЙ ЛАВРИК,
ДИРЕКТОР ТИПОГРАФИИ
"АЛЬФА-ДИЗАЙН",
МОСКВА



ТАТЬЯНА ОРДОНОВА ,
ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ
ООО "ИНТЕМПО", МОСКВА



ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ,
РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕД-
ЖЕР CASPI GROUP (КАСПИ
ГРУПП), СТАМБУЛ



АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ,
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ
ПРОЕКТАМ, КОМПАНИЯ
"АРТ БАЗАР", МОСКВА



ИРИНА УЛАЕВА,
ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕР
КОМПАНИИ "БЮРОКРАТ",
МОСКВА



РОМАН ВАРЛОВ,
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
ПО ЗАКАЗНОЙ ПРОГРАМ-
МЕ HAPPY GIFTS GROUP,
МОСКВА

СБ	1
ВС	2
ПН	3
ВТ	4
СР	5
ЧТ	6
ПТ	7
СБ	8
ВС	9
ПН	10
ВТ	11
СР	12
ЧТ	13
ПТ	14
СБ	15
ВС	16
ПН	17
ВТ	18
СР	19
ЧТ	20
ПТ	21
СБ	22
ВС	23
ПН	24
ВТ	25
СР	26
ЧТ	27
ПТ	28

МАПП: Первые два вопроса обращены к производителям. Начнем с традиционного: расскажите историю вашей торговой марки, бренда.

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Ежедневники Адьютант® появились на российском корпоративном рынке 12 лет назад. В то время на нём царили иностранные бренды, лидеры мировой индустрии ежедневников. Нам было у кого учиться, но молодость, как известно, "недостаток, который быстро проходит", а за ней приходят опыт и желание создавать уникальный продукт. С первых дней Адьютант® стал лабораторией, ателье по созданию индивидуальных ежедневников малыми тиражами. Наша сильная сторона — собственное производство и возможность перестраивать его под конкретные нужды конкретных клиентов.

На сегодняшний день торговая марка Адьютант® — это крупнейший российский бренд ежедневников и деловой галантереи, полностью ориентированный на производство индивидуальных изделий в сегменте b2b. Многолетний опыт отработки технологического и производственного процессов, изучения зарубежного опыта, потребительского спроса, создания федеральной дилерской сети позволили предложить клиентам уникальную услугу по созданию своего неповторимого продукта и распространить её практически по всем регионам России и в Белоруссию.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Фабрика АДЖАР ГРУПП производит качественную, стильную продукцию уже много лет. Подтверждением этому может служить верность наших клиентов, которые из года в год доверяют свои заказы нам. На рынке СНГ и Европы наша компания представляет бренды, которые создавались с учетом всех пожеланий наших клиентов к корпоративной продукции:

"Von Carpe!" — коллекция эксклюзивных ежедневников, которые сочетают в себе элегантность, высокое качество и функциональность.

"ARWEY" — линия многофункциональных стильных записных книг.

"LUUDS" — коллекция современных бизнес-аксессуаров из натуральной кожи.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: ТМ "Brunnen" была зарегистрирована в 1903 году в Германии, компанией Baier & Schneider Group. Под этой торговой маркой выпускается следующая продукция: деловая полиграфия (ежедневники, планинги, блокноты и др.) и школьная канцелярия

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Компания "Мир ежедневников" является производителем деловой и полиграфической продукции, выпускаемой под брендом KAVANTA с 2006 года. На данный момент компания продолжает удерживать одно из лидирующих мест среди производителей деловой продукции. Мы постоянно увеличиваем производственные мощности. С 2014 года открывается второе производство в Москве. Специализация — производство ежедневников и изделий из кожи по индивидуальному дизайну. В коллекциях используется большой выбор переплетных материалов высокого качества, разнообразие блоков и видов персонализации.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Московская типография "Альфа-Дизайн" выпускает ежедневники, еженедельники, недатированные дневники и небольшой ассортимент кожаной галантереи под двумя торговыми марками ALFABOOK (бизнес

коллекция, больше ориентированная на продажи b2b) и Carpe Diem (коллекция для продаж b2c). Наша типография работает на полиграфическом рынке с 1994 года, а производством ежедневников занимается с 2000 года.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Фабрика "Diarpelle" — крупнейший итальянский производитель внутренних блоков для ежедневников, а также самих ежедневников, еженедельников, телефонных книжек и другой канцелярской продукции с 2002 года выпускает на рынок свою продукцию под брендом "inTempo Fireze".

ООО "ИНТЕМПО" с 2006 года является эксклюзивным представителем этой марки в России, специализируется в разработке совместно с итальянским партнером индивидуальных корпоративных коллекций и дальнейшей их поставке нашим заказчикам. Наиболее удачные конструкции становятся стандартными изделиями и составляют основу итальянского ежегодного каталога "inTempo". Наш девиз: каждому заказчику свою индивидуальную коллекцию.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Компания CaspiGroup была создана в 2008 году в Стамбуле, чтобы удовлетворить растущий спрос на VIP бизнес-подарки, а также ежедневники. На данный момент у компании есть филиалы в таких странах как: Азербайджан, Россия, Грузия, Казахстан, Украина, Таджикистан.

МАПП: Чем ваш ежедневник лучше продукции конкурента, если взглянуть на него глазами простого покупателя?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Каждый ежедневник, который мы создаем — это результат совместного творчества заказчика, дизайнера и технолога, поэтому каждый ежедневник — особенный, ведь в нем огромный процент участия клиента. Это как произведение искусства, которое отражает своего создателя. Здесь и неповторимый внешний вид, и характер, и эмоциональная составляющая. Каждый из них не похож на любой другой, как и люди. Вот почему Адьютант® — это принципиально новый подход к изделиям для делового планирования.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Основное наше отличие от конкурентов — это сочетание качества, дизайна и цены. Модели, которые мы представляем в линии ежедневников БОН КАРНЕТ не похожи на модели других производителей, они совмещают в себе необходимые простому пользователю опции, такие, например, как флэш-карта (это наша новинка), держатель для ручки, магнитная застёжка и интересный дизайн блока, все это в совокупности с качественным исполнением. Наша кожаная коллекция выполнена из дорогой натуральной кожи, эти ежедневники могут быть достойным подарком любому человеку.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Несомненные преимущества ТМ BRUNNEN — качество, презентабельность, практичность, соответствие цены и качества! На наш взгляд, удобный и функциональный блок. Бумага, отличного качества, каландрированная. А также, в премиум-сегменте мы используем уникальную кожу ручного покраса Ля Фонтейн, что выгодно выделяет нас среди конкурентов.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Компания Мир ежедневников специализируется на дизайне и производстве изделий из

ПН	31
ВС	30
СБ	29
ПТ	28
ЧТ	27
СР	26
ВТ	25
ПН	24
ВС	23
СБ	22
ПТ	21
ЧТ	20
СР	19
ВТ	18
ПН	17
ВС	16
СБ	15
ПТ	14
ЧТ	13
СР	12
ВТ	11
ПН	10
ВС	9
СБ	8
ПТ	7
ЧТ	6
СР	5
ВТ	4
ПН	3
ВС	2
СБ	1

кожи и деловой продукции. Ключевыми направлениями нашей деятельности является создание нестандартных изделий. Квалифицированный персонал, располагающий большим опытом работы и знанием технологий, строгий контроль качества на всех этапах производства позволяют гарантировать нашим клиентам короткие сроки, надежность и высокое качество изделий.

Все этапы производства нестандартных изделий контролируются специальным подразделением.

Мы предлагаем: дизайн любой сложности, более 2000 видов переплетных материалов, подбор цвета спирали и прошивки, индивидуальные блоки, выкрас кожи по пантону, различные виды фиксаторов блока.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Большинство наших базовых моделей имеют названия, заимствованные из архитектурной отрасли (Капитель, Ротонда, Аркбутан и т.д.). Такая аналогия пришла очень легко, потому что мы не просто делали бизнес-план и разрабатывали дизайны первой коллекции в 1999 и 2000 годах, — мы в буквальном смысле слова выстраивали этот проект. Сначала закладывая основательный фундамент, в котором не было места компромиссам. Только высококвалифицированные специалисты. Только самое передовое оборудование, обеспечивающее полный производственный цикл и максимально возможный уровень качества. Только лучшие европейские материалы. Лучший дизайн моделей от одной из лучших дизайн студий России, которая разработала специальный кириллический шрифт для сеток внутренних блоков наших ежедневников. Делали это не только потому, что работает над проектом команда профессионалов и перфекционистов, а потому, что в нашем бизнес-плане была прописана задача: "производить лучшую линейку отечественных ежедневников b2b (в среднецееновом и высоком сегментах) ни в чем не уступающую лучшим европейским образцам". Решив эту задачу, мы, в известной степени сняли вопрос конкуренции с другими российскими производителями, — у нас серьезное конкурентное преимущество по дизайну, ассортименту и качеству продукции; по сравнению с основными европейскими конкурентами мы быстрее, эластичнее, ближе к российскому заказчику. Это развернутый ответ. Есть еще один важный момент. Наш первый бизнес — print on demand (печать по требованию). Поэтому помимо производства базовой коллекции мы делаем ежедневники "под заказ". А это значит, что наши ежедневники могут быть ровно настолько лучше продукции наших конкурентов (или даже нашей собственной базовой коллекции), насколько это потребуется нашему заказчику. Это преимущество любого высококлассного и качественного производства — управляемая себестоимость при неизменном уровне качества. Даже будучи произведенным "под заказ" из более бюджетных (нежели в базовой коллекции), но качественных европейских материалов, наш ежедневник будет выглядеть безупречно.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: У каждой компании, которая поставляет на рынок ежедневники, есть свой потребитель. Наши ежедневники абсолютно индивидуальные, не имеющие аналогов в текущем году. Мы, как ателье высокой моды, каждый год выпускаем новые коллекции, отличающиеся дизайном, подбором материала, сочетанием материалов, цветов и т.д., а лучше они или нет — это не совсем корректный вопрос, т.к. у каждого есть свое понимание, что для его клиентов лучше. Опыт работы с рекламными агентствами говорит о том, что они отталкиваются прежде всего от вкусов, приоритетов и, конечно, бюджетов своих заказчиков.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Разновидностью, сочетанием цветов, качеством.

МАПП: Следующий вопрос адресован к поставщикам и производителям: существует мнение, что век ежедневников, так же как компакт-дисков и многих других носителей информации, подходит к концу. Успешная альтернатива им — электронные средства хранения и использования информации — смартфоны, планшеты... Как Ваша компания реагирует на эти вызовы времени? Что вы делаете для того, чтобы выбор пользователя пал всё-таки на бумажный носитель информации?

РОМАН ВАРЛОВ: Безусловно, достижения технического прогресса теснят, как Вы говорите, бумажные носители. Но мы делаем всё для того, чтобы продлить век печатных ежедневников и еженедельников, и не только сохранить, но и увеличить долю этой продукции на падающем рынке. И нам это удаётся. Взять, например, ежедневники торговой марки Bruno Visconti. За счет разнопланового ассортимента коллекции, вывода на рынок модных, необычных и удобных для использования моделей, за счёт использования нестандартных покровных материалов обложек и различных по дизайну и по содержанию типов внутренних блоков, за счет грамотной маркетинговой политики и эффективной работы с рекламными агентствами, нам удается демонстрировать высокие темпы роста продаж.

Если же говорить о ежедневниках ТМ Альт, то стоит упомянуть об их соответствии высоким стандартам качества. Коллекция Альт отличается не самым широким, но чётко позиционированным ассортиментом и самыми привлекательными на рынке ценами. Именно комфортная цена в соответствии с качеством дают возможность выдерживать нашим ежедневникам исключительные тиражи.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Мы это слышим каждый год и, тем не менее, ежедневники покупают, покупают и будут покупать. Когда на встрече с партнерами вы делаете пометки, то люди видят вашу заинтересованность, а если вы сидите с планшетом, то можно подумать, что интереса речь партнера у вас не вызывает (пример — всем известный случай с Дмитрием Медведевым).

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Отмечу, что это мнение бытует уже порядка 10 лет, перетекая из года в год. Безусловно, технический прогресс не стоит на месте, и электронные игрушки приходят в нашу жизнь, но заменить печатные изделия полностью вряд ли смогут. Причин много, начиная от особенности нашей российской ментальности и склонности к написанию, до вполне обоснованного и серьезного фактора надежности. У ежедневника не сядет батарейка в неподходящий момент, он не зависнет и у него не сгорит карта памяти или плата, ему не нужно, чтобы ловил wi-fi или 3G. Он более универсален и надежен, и аналогов для его замены в существующем на сегодняшний момент виде не существует. Истина в том, что продукты технической эволюции и печатные изделия — это всё же разные рыночные направления и ниши. Они развиваются и совершенствуются параллельно друг другу, но не являются взаимозаменяемыми.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Мы пока не замечаем влияние такой тенденции на наши заказы, у нас заказы датируемой продукции только растут. Но, тем не менее, чтобы

ВТ	1	СР	2	ЧТ	3	ПТ	4	СБ	5	ВС	6	ПН	7	ВТ	8	СР	9	ЧТ	10	ПТ	11	СБ	12	ВС	13	ПН	14	ВТ	15	СР	16	ЧТ	17	ПТ	18	СБ	19	ВС	20	ПН	21	ВТ	22	СР	23	ЧТ	24	ПТ	25	СБ	26	ВС	27	ПН	28	ВТ	29	СР	30
----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

не отстать от времени и не упустить момент, когда такое может случиться, мы уже подготовили альтернативу ежедневникам, это наша новая коллекция кожаных бизнес-аксессуаров LUUDS, в которую входят чехлы для планшетов и смартфонов и много других видов изделий. Но я уверена, что ежедневники еще долго будут держать свои позиции корпоративного подарка.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Практика показывает, что сейчас различные бумажные носители используются наравне с электронными гаджетами. В зависимости от вида сохраняемой информации, мы стараемся предложить продукцию, соответствующую предпочтениям по дизайну, которая бы дополняла электронный носитель, которым пользуется покупатель.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Ежедневник функционален и удобен в использовании, и нет смысла сравнивать данные виды хранения информации. Модельный ряд ежедневников KAVANTA разнообразен. Разработано несколько моделей ежедневников с карманами для электронных средств хранения информации.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Я по образованию советский инженер и кое-что еще неплохо помню. Но не волнуйтесь, не буду сейчас говорить про энтропию, Томсона-Планка, Больцмана, теорию информации и Шеннона. Чем сложнее система, тем большее количество факторов влияет на ее работоспособность — это просто. Небольшие технические проблемы в нескольких компаниях — это ерунда, по сравнению с мощным электромагнитным импульсом, надолго (или навсегда) выводящим из строя всю электронику, включая слабозащищенные электронные средства хранения информации. В 2002 г. у нас был очень правильный рекламный слоган: "Ежедневник — это гаджет, у которого не садятся батарейки".

Время от времени, встречаясь с "коллегами по цеху", мы вспоминаем много разных баек на похожие темы и крылатую фразу из отличного фильма — "сапог в бою надежнее" тоже. Потому, что на наш взгляд, возможность быстрого и эффективного воспроизведения информации на аналоговых носителях (читай — полиграфия) является важнейшим элементом информационной безопасности нашего государства.

И еще, когда говорят о смартфонах и планшетах, я предлагаю добавить к словосочетанию "электронные средства хранения информации" слово "общедоступной". Даже против нашей воли, вы меня понимаете, — эта информация доступна не только нам. И последние события, и международные скандалы только сделали очевидным то, что давно предполагалось пытливыми и критически настроенными обывателями. Как вы думаете в ваш ежедневник, выполненный полиграфическим способом, так же легко заглянуть???

Компакт диски, несмотря на свое удобство на определенном этапе, а теперь уже и новые цифровые стандарты в музыкальной индустрии не помешали ренессансу винила...

.. Я никогда не буду читать классику с ридера, обкрадывая самого себя в ощущениях. Это не эстетство. Это уважительное отношение к Литературе, к Языку, к нашей Культуре. То, ежедневник, дневник, книга и электронный носитель информации — это просто абсолютно разные вещи. Каковыми, по сути, и являются. Причем, полезные, каждый по своему. Но абсолютно не заменяющие друг друга.

С экономической, прикладной, рекламной и правовой точки зрения:

Самодостаточные электронные устройства хранения и использования информации, такие как, упомянутые — смартфон



AVANZO DAZIARO

COLLEZIONE PORTFOLIO
ITALY

nazarenogabrielli



Made in Italy

- Продукция для делового планирования nazarenogabrielli и Avanzo Daziaro
- Аксессуары premium и бизнес класса Avanzo Daziaro
- Линия эксклюзивных ежедневников Collezione Portfolio
- Коллекция блокнотов и записных книг Portobello



ООО "Арт Базар"

Эксклюзивный дистрибьютер торговых марок
г. Москва, Подсосенский переулок, дом 23, стр. 5

+7 (495) 775 5110
www.ebozaar.ru

СБ	31
ПТ	30
ЧТ	29
СР	28
ВТ	27
ПН	26
ВС	25
СБ	24
ПТ	23
ЧТ	22
СР	21
ВТ	20
ПН	19
ВС	18
СБ	17
ПТ	16
ЧТ	15
СР	14
ВТ	13
ПН	12
ВС	11
СБ	10
ПТ	9
ЧТ	8
СР	7
ВТ	6
ПН	5
ВС	4
СБ	3
ПТ	2
ЧТ	1

и планшет, в среднеценовом сегменте стоят сотни долларов. Ежедневники среднеценового сегмента это от 7,50 до 15\$ за штуку. То. ежедневник, как бизнес-подарок, выдержит бюджет значительно большего количества компаний. И для законопослушных компаний такой бизнес-подарок допустим, подарок же стоимостью в сотни долларов трактуется уже как взятка.

Для того, чтобы клиент выбирал бумажный носитель — мы производим качественные и ЧЕСТНЫЕ изделия, не выдавая качественный кожаный или рециклированные изделия за натуральную кожу и строго отслеживая такие утилитарные свойства изделий, как открываемость, износостойкость и другие важные параметры.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Наши ежедневники выполняют не только утилитарную функцию как книжка для записей, но прежде всего это престижный корпоративный подарок и современный модный аксессуар, поэтому продажи индивидуальных проектов в ближайшем будущем будут востребованы наряду с гаджетами.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Все-таки не хочется в это верить, так как писать от руки на бумаге намного лучше. Используя ежедневник, человек не будет думать, закончится ли на телефоне или в любом другом электронном устройстве зарядка, взял ли он зарядное устройство или нет.

Используя ежедневник, человек не будет получать вредные для организма лучи экрана.

Для того, чтобы выбор клиента пал на бумажный носитель информации, создаем интересные ежедневники, подарочные наборы, куда можно поставить ежедневник, телефон, ручку и т.д.

МАПП: Вопрос к поставщикам: какова доля ежедневников в общей статистике продаж вашей компании? Какова сравнительная характеристика объемов продаж за последние годы?

РОМАН ВАРЛОВ: Высокая эффективность ежедневника как рекламного носителя достигается за счет отличного качества и умеренной цены. Мы делаем ставку на все ценовые сегменты. Bruno Visconti — это средний и высокий ценовой сегмент. Альт — лучшее по качеству предложение в низком ценовом сегменте.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: 65%. В целом динамика позитивна. Ежегодный рост 20%, каждый год мы внедряем на рынок уникальные инновационные решения в области бизнес-подарков.

МАПП: Вопрос к производителям и поставщикам: последние 3–4 года продажи блокнотов уверенно догоняют, а может, уже и обгоняют продажи датированной продукции. Как деловой аксессуар блокнот стал встречаться гораздо чаще. Возможно ли, да и нужно ли, изобретать новые блоки для датированных изделий, удешевлять и упрощать датированный товар в попытке удержать продажи? Может быть, проще вообще отказаться от датировки? Как ваша компания реагирует на эту ситуацию?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Несмотря на смещение потребительского спроса в сторону блокнотов, датированный ежедневник по-прежнему остается флагманом изделий делового планирования и реальным помощником в каждодневных делах. Современный заказчик очень требователен, изменчив

и разнообразен в своих предпочтениях. Кто-то остается верным датировке, а кто-то идет новаторским путем. Следует рассматривать эту тенденцию с точки зрения дополнительной мотивации для нас — производителей. И если у заказчиков возникает такая потребность — надо думать, как ее удовлетворить. Работать над расширением ассортиментной линейки, разрабатывать новые дизайны, сочетать блокноты и датировку. Вот почему в основу коллекции Аджутант® заложена идея конструктора. Это открывает безграничные возможности для заказчика и позволяет предоставить ему выбор. Каждый находит в коллекции что-то, подходящее именно ему.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Да, действительно, спрос на записные книги стал расти, мы это заметили еще 3 года назад и создали коллекцию записных книг ARWEY. Из года в год процент продаж записных книг растет, но в России все еще больший процент занимает заказ датированной продукции. И должно пройти еще немало времени, прежде чем записные книги выместят с рынка датированную продукцию. Мы предлагаем нашим покупателям большой выбор датированной продукции и записных книг. Ежедневники не надо удешевлять, их надо делать более функциональными, модными, практичными.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ, ВСТРЕЧАЯСЬ С "КОЛЛЕГАМИ ПО ЦЕХУ", МЫ ВСПОМИНАЕМ МНОГО РАЗНЫХ БАЕК НА ПОХОЖИЕ ТЕМЫ И КРЫЛАТУЮ ФРАЗУ ИЗ ОТЛИЧНОГО ФИЛЬМА — "САПОГ В БОЮ НАДЕЖНЕЕ" ТОЖЕ. ПОТОМУ, ЧТО НА НАШ ВЗГЛЯД, ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРОГО И ЭФФЕКТИВНОГО ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ НА АНАЛОГОВЫХ НОСИТЕЛЯХ (ЧИТАЙ — ПОЛИГРАФИЯ) ЯВЛЯЕТСЯ ВАЖНЕЙШИМ ЭЛЕМЕНТОМ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НАШЕГО ГОСУДАРСТВА.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Мы стараемся расширять линейку продукции, в ассортименте присутствует датированная, полудатированная, недатированная продукция и блокноты, тиражи варьируются в зависимости от разных условий. Поэтому в любой ситуации мы готовы удовлетворить пожелания заказчиков!

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Ежедневники в рекламном сувенирном бизнесе занимают одну из лидирующих позиций. Наша компания не наблюдает понижения спроса на данную продукцию. Индивидуальный ежедневник, благодаря рекламным вставкам и индивидуальному блоку — интересный рекламный сувенир в плане информации. Объем продаж ежедневников в нашей компании составляет около 60%.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Дневники, блокноты и ежедневники — это разные сегменты одного рынка. Мы рады, что к датированной продукции, выпуск которой даже в период 2009–2012 гг. рос в нашей компании по 15–20% в год, добавились еще два растущих вида продукции.

ПН	30
ВС	29
СБ	28
ПТ	27
ЧТ	26
СР	25
ВТ	24
ПН	23
ВС	22
СБ	21
ПТ	20
ЧТ	19
СР	18
ВТ	17
ПН	16
ВС	15
СБ	14
ПТ	13
ЧТ	12
СР	11
ВТ	10
ПН	9
ВС	8
СБ	7
ПТ	6
ЧТ	5
СР	4
ВТ	3
ПН	2
ВС	1

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Мы не исследуем глубоко рынок дистрибуции, мы идем от пожелания наших заказчиков.

Иногда заказывают и блоки с пустыми страницами, но ничто не заменит персональный блок из изысканной бумаги с логотипом Вашей компании. Безусловно, недатированные блоки составляют большую часть всех проданных блоков. По всей видимости, это дает большую свободу выбора для пользователей и более практично.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Каждый использует ежедневник (датированный) и блокнот по-своему; одни ежедневник (датированный) используют как блокнот, так как понравилась обложка ежедневника, другие — наоборот. Наша компания реагирует на эту ситуацию спокойно, так как самое главное, чтобы клиент был довольным и ежедневник получился именно таким, как он хотел.

РОМАН ВАРЛОВ: 15 мая все информационные агентства России распространили новость о том, что премьер-министр Дмитрий Медведев поменял свой современный гаджет на блокнот. Это произошло после критики, что якобы премьер-министр вместо слушания докладов на конференциях играет в игры на планшетном компьютере, а не делает на нем отметки и замечания в речах докладчиков. Это про роль блокнотов (-:

А что касается датированной продукции, то речь ведь идёт именно о ежедневнике. А это абсолютно иной, отличный от блокнота продукт, который предназначен для других целей. В нашем ассортименте вы не найдете упрощенных вариантов блоков ежедневников, наоборот, мы предлагаем новые, более современные и удобные. Продажи ежедневников ТМ Gruppo Visconti и Альт растут год от года, что даёт возможность вендору экспериментировать как в части блока, так и в части обложки.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Датированная продукция всегда будет востребована, хотя действительно спрос на нее немного упал. Ежегодно что-то изменяем и дополняем во внутреннем блоке ежедневника. Есть также полудатированные и недатированные ежедневники. При закупке датировки, конечно, есть риски, так как товар сезонный, но мы на них идем.

ИРИНА УЛАЕВА: Несмотря на то, что все большую популярность сегодня набирают электронные средства хранения и использования информации (смартфоны, планшеты и т.д.), бумажные планировщики не теряют свою актуальность. Даже имея электронные гаджеты, люди не отказываются от датированных ежедневников. Не могут и блокноты полностью заменить ежедневники. Продукция LETTS в ассортименте нашей компании представлена широкой линейкой датированных, недатированных ежедневников и блокнотов, но самыми востребованными по-прежнему остаются датированные ежедневники, несмотря на все современные тенденции.

МА П П: Вопрос к производителям: ежедневник "до и после". С момента кризиса 2008 года прошло уже около 5 лет. Вспоминают его до сих пор. Как вы оцениваете вашу "предкризисную" коллекцию сезона 2009 по сравнению со "свежей", сезона 2014? Что вам удалось сохранить, а что исчезло навсегда? Сильно ли изменился за это время вкус клиента? Удалось ли вам выйти на докризисный уровень в количественном плане?



GERMINTM
diary

Another reflection on...

СОЗДАЁМ ИМЕННО ВАШ
ЕЖЕДНЕВНИК

+7 (495) 744 00 63
info@yusma.ru
www.germindiary.com

ЧТ	31
СР	30
ВТ	29
ПН	28
ВС	27
СБ	26
ПТ	25
ЧТ	24
СР	23
ВТ	22
ПН	21
ВС	20
СБ	19
ПТ	18
ЧТ	17
СР	16
ВТ	15
ПН	14
ВС	13
СБ	12
ПТ	11
ЧТ	10
СР	9
ВТ	8
ПН	7
ВС	6
СБ	5
ПТ	4
ЧТ	3
СР	2
ВТ	1

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: В 2009 году мы предлагали 18 стандартных сшивок, а в 2014 — 33 варианта, в докризисном каталоге было представлено 45 блоков, а в новой коллекции 119. И так по всем позициям! Мы просто физически не можем не развиваться! Объем производства вырос в 1,5 раза.

Сегодняшние заказчики стали намного требовательней, они уже не хотят выбирать готовую продукцию, даже из больших коллекций, для них важно самим принимать участие в её создании. Это как игра в конструктор: есть множество переплётных материалов, их комбинации, цвета, различный дизайн блоков, множество вариантов персонализации, и из всего этого они хотят создать что-то своё, непохожее, в идеале — неповторимое.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Мы молодая динамично развивающаяся компания на российском рынке, кризисный год был для нас годом прироста оборота, и до сих пор мы только набираем обороты из года в год. По поводу коллекций, да, мы очень сильно изменили свои коллекции, мы отказались от стандартных моделей и создали коллекцию БОН КАРНЕТ уникальную, с интересными моделями, которые раньше были недоступны в складской программе.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Безусловно, за 5 лет коллекция претерпела определенные изменения, но отдельные виды изделий, пользующиеся неизменным спросом, уже более 10 лет и сейчас радуют поклонников TM BRUNNEN. Если опираться на наш опыт, то мы отказались использовать блоки с "вырубкой", так как это серьезно удорожает изделие, а функционала не прибавляет. На докризисный количественный объем календарной продукции мы не вышли, но вводя новые изделия, а именно блокноты на "резинке", приближаемся к нему.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Пройдя через кризис, безлези роста, поиски собственного пути к заказчику компания продолжает свое развитие. Потенциал роста прибыли нашей компании оценивается до 40% в год. Изменилось многое, но удалось сохранить высокое качество продукции, креативность и инновационный подход. Каждый сотрудник нашей компании — профессионал, каждый заказ — образец индивидуального подхода. Ежедневники все более поражают разнообразием конструктивно — декоративных решений, используемые современные материалы богаты фактурами и большой палитрой цветов. Для каждого заказчика технологи и дизайнеры разрабатывают индивидуальное решение в соответствии с брендом компании. Кожа и искусственные материалы подбираются по пантонам.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Практически прекращен выпуск телефонных книжек, увеличено количество моделей ежедневников и дневников, сократился средний тираж, но количество заказов выросло, предпочтения клиентов в модельном ряде серьезно поменялись, но две лидирующих модели сохраняют лидерство.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Те заказчики, у кого приоритет только бюджет, как писал классик "числом поболее, ценою подешевле", заказывают продукцию так называемых "итальянских брендов" в Китае и Турции. Мы свою продукцию производим только на итальянском производстве, отслеживаем выполнение заказов, и количество наших клиентов только растет. Безусловно, это большой труд сохранить своих заказ-

чиков, тем более, очень требовательных заказчиков. Пока мы успешно справляемся с этой задачей, несмотря на кризис.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Кризис обошел нас стороной, так как большинство нашей продукции состоит из VIP-продукции.

МАПП: И снова вопрос к производителям: ежедневник сейчас — это всё-таки канцтовар или бизнес-сувенир? Кто чаще выступает покупателем ваших изделий — канцелярская компания или рекламное агентство?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: В нашем случае это 100% деловой подарок. Мы работаем исключительно на корпоративном рынке, поэтому наша система работы строится на основе всероссийской дилерской сети, представленной рекламными агентствами по всей стране, от Камчатки до Мурманска.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Для нас ежедневник — это бизнес-сувенир. Основные наши заказчики — это рекламные агентства. Мы работаем с ними вместе над созданием интересных, индивидуальных ежедневников, записных книг, кожаных изделий для их корпоративных заказчиков.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Несомненно, сегодня ежедневник преимущественно бизнес-сувенир, основные покупатели — рекламные агентства.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Если говорить о покупателях, то в первую очередь — это рекламные агентства, но также клиентами являются канцелярские компании и прямые клиенты. Среди них: компании-лидеры рынка и известные бренды различных сфер деятельности, в том числе: банки, страховые, автомобильные, телевизионные и торговые компании. Компания нацелена на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Для нашей компании, прежде всего — бизнес-сувенир. Хотя в последнее время заметен интерес и канцелярских компаний к нашей продукции.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Для нашей компании ежедневник — это корпоративный подарок. Наши заказчики в основном конечные потребители и рекламные агентства. В меньшей степени московские книжные магазины.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Канцтовар и бизнес-сувенир, смотря как использовать. В основном выступают рекламные агентства.

МАПП: Ответ на следующий вопрос мы хотели бы услышать и от производителей, и от поставщиков: склейка против прошивки блока — ещё один извечный спор. Какому виду скрепления блока и почему ваша компания отдаёт предпочтение? А что предпочитает клиент?

РОМАН ВАРЛОВ: Клееный тип блока не используется в предлагаемом нами ассортименте. Используются различные виды прошивки, а также крепление блока на гребне скрытом, либо полускрытом. Клиент предпочтёт тот ежедневник, который прослужит долгое время и будет удобен для письма. Наши ежедневники в этом плане клиентам очень нравятся.

ПТ	1
СБ	2
ВС	3
ПН	4
ВТ	5
СР	6
ЧТ	7
ПТ	8
СБ	9
ВС	10
ПН	11
ВТ	12
СР	13
ЧТ	14
ПТ	15
СБ	16
ВС	17
ПН	18
ВТ	19
СР	20
ЧТ	21
ПТ	22
СБ	23
ВС	24
ПН	25
ВТ	26
СР	27
ЧТ	28
ПТ	29
СБ	30
ВС	31

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Avanzo Daziago надежно прошиты, мы не продаем склеенные блоки.

ИРИНА УЛАЕВА: Для нашего ассортимента такой вопрос не стоит. Продукция LETTS имеют двойное скрепление блока: проклейка + прошивка, что является одной из составляющих высокого качества продукции.

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: В большей степени клиент отдает предпочтение прошитым блокам, но в последнее время значительно увеличился спрос на блоки с клеевой основой. Поэтому в коллекции Адьютант® представлены и те, и другие! В этом вопросе опять же важен двусторонний диалог с заказчиком, обратная связь. Мы очень чутко относимся к пожеланиям и потребностям наших заказчиков и стараемся оперативно на них реагировать. Так среди новинок последней коллекции появилась линейка блоков на термоклее — City, где представлены ежедневники, еженедельники и записные книжки.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Мы производим блоки для ежедневников в комбинации шивки и клея. Причем мы используем 2 вида клея, холодный и горячий. Это очень важный момент. Горячий клей позволяет корешку блока хранить крепкость, а холодный — гибкость (наш блок легко открывается на 360 градусов). Наша технология позволяет сделать блок гибким и одновременно прочным, в отличие от других производителей, которые используют только комбинацию шивки+ горячий клей. Поэтому у нас такого вопроса с выбором, шивка или склейка, никогда не возникало.

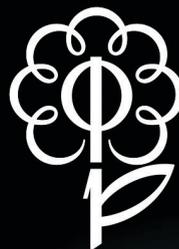
СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Надежность блока изделий ТМ BRUNNEN обеспечивается эксклюзивным клеевым креплением, фиксирующим каждую страницу и в отдельных моделях ниткошвейным креплением страниц. Оба варианта гарантируют длительное использование.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Ниткошвейное скрепление блоков — надежный способ скрепления, обеспечивающий хорошие потребительские свойства. Производства деловой печатной продукции в твердом переплете предпочитают изготовление с применением именно этой технологии, что обеспечивает надежную раскрываемость до самого корешка.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Это не спор. Склейка блока без прошивки — нарушение технологии, существенно ухудшающее потребительские свойства белых изделий. Такие как открываемость (так как склейка баз прошивки имеет прочность только в случае использования термоклеев и PUR клея, которые имеют низкую эластичность), удобство записи (в блоках на термоклее и PUR клее минимум 15% площади страницы — в районе корешка — непригодны для записи) и износостойкость.

Способ крепления блока должен соответствовать продолжительности службы изделия, интенсивности использования и прикладным функциям. Этому учат студентов в нашем профильном полиграфическом ВУЗе (МГУП) на 3 курсе (в рамках дисциплины брошюровочно-переплетные процессы). Поэтому очень важно, чтобы "сапоги тачал сапожник".

А замена прошивки на склейку — это яркий пример того, что мы называем НЕЧЕСТНОЙ продукцией, которая портит рынок. Человеку, получившему в подарок такой "ежедневник", вряд ли будет удобно пользоваться им, и тем более низка вероятность, что он поддержит после этого



Ф А Б Р И К А

«Ростовская
Финифть»

ОСНОВАНА В 1918

Корпоративные подарки
Ювелирные украшения
Уникальные предметы посуды
Религиозные предметы
Изделия на заказ



152155, Ярославская обл., г. Ростов
Борисоглебское шоссе, 3
тел.: +7 (48536) 7-55-19, 7-59-10
www.finift-nhp.ru
e-mail: td@podarok-finift.ru

ПН	1
ВТ	2
СР	3
ЧТ	4
ПТ	5
СБ	6
ВС	7
ПН	8
ВТ	9
СР	10
ЧТ	11
ПТ	12
СБ	13
ВС	14
ПН	15
ВТ	16
СР	17
ЧТ	18
ПТ	19
СБ	20
ВС	21
ПН	22
ВТ	23
СР	24
ЧТ	25
ПТ	26
СБ	27
ВС	28
ПН	29
ВТ	30

идею заказать ежедневник как корпоративный сувенир для своей компании.

Цель замены, конечно же, очевидна — снижение себестоимости. Производство без прошивки блока и проклейка термоклеем ускоряет отделку блока в разы, существенно снижая себестоимость.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Мы отдаем предпочтение мягким, легко открывающимся блокам, в основном на полузакрытой спирали. Безусловно, производим и клеено-сшивные и клееные блоки. Качество одних и других безупречное, т.к. фабрика использует самое передовое оборудование.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Всем видам скрепления клиент предпочитает в основном ниткошвейное скрепление.

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: БЕЗУСЛОВНО, ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС НЕ СТОИТ НА МЕСТЕ, И ЭЛЕКТРОННЫЕ ИГРУШКИ ПРИХОДЯТ В НАШУ ЖИЗНЬ, НО ЗАМЕНИТЬ ПЕЧАТНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ПОЛНОСТЬЮ ВРЯД ЛИ СМОГУТ. ПРИЧИН МНОГО, НАЧИНАЯ ОТ ОСОБЕННОСТИ НАШЕЙ РОССИЙСКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ И СКЛОННОСТИ К НАПИСАНИЮ, ДО ВПОЛНЕ ОБОСНОВАННОГО И СЕРЬЕЗНОГО ФАКТОРА НАДЕЖНОСТИ. У ЕЖЕДНЕВНИКА НЕ СЯДЕТ БАТАРЕЙКА В НЕПОДХОДЯЩИЙ МОМЕНТ, ОН НЕ ЗАВИСНЕТ И У НЕГО НЕ СГОРИТ КАРТА ПАМЯТИ ИЛИ ПЛАТА, ЕМУ НЕ НУЖНО, ЧТОБЫ ЛОВИЛ WI-FI ИЛИ 3G. ОН БОЛЕЕ УНИВЕРСАЛЕН И НАДЕЖЕН, И АНАЛОГОВ ДЛЯ ЕГО ЗАМЕНЫ В СУЩЕСТВУЮЩЕМ НА СЕГОДНЯШНИЙ МОМЕНТ ВИДЕ НЕ СУЩЕСТВУЕТ. ИСТИНА В ТОМ, ЧТО ПРОДУКТЫ ТЕХНИЧЕСКОЙ ЭВОЛЮЦИИ И ПЕЧАТНЫЕ ИЗДЕЛИЯ — ЭТО ВСЁ ЖЕ РАЗНЫЕ РЫНОЧНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И НИШИ. ОНИ РАЗВИВАЮТСЯ И СОВЕРШЕНСТВУЮТСЯ ПАРАЛЛЕЛЬНО ДРУГ ДРУГУ, НО НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫМИ.

МАПП: Еще один общий вопрос: цена против качества. Как дешёвое редко бывает хорошим, так и дорогое редко бывает доступным. Чему сейчас отдаёт предпочтение клиент — цене или качеству? На какой ценовой сегмент сбыта в сезоне 2014 делает ставку ваша компания?

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Не соглашусь. Хорошее может быть доступным, тому пример наша марка Avnzo Daziago — доступно и очень достойно! Произведено на лучших фабриках Италии. Клиент отдает предпочтение качественному товару, т.к. очень важно на каком ежедневнике стоит логотип его компании.

ИРИНА УЛАЕВА: Цена не всегда определяет качество. Можно найти очень качественный продукт по весьма доступной цене, а дорогой товар может оказаться сомнительного качества. Ни для кого не секрет, что зачастую мы платим только за бренд.

Тем не менее, можно купить ничуть не уступающий по качеству продукт по более низкой цене, но менее известной торговой марки. Если говорить о предпочтениях клиентов, то ситуация всегда индивидуальна. Для одних определяющим фактором является цена, для других — качество. Продукция LETTS, представленная в нашем ассортименте, это как раз тот случай, когда за разумные деньги можно приобрести товар настоящего английского качества. Разнообразная отделка делает продукцию Letts доступной и желанной для россиян с

практически любым достатком. Здесь найдется и престижная модель для руководителя, и практичная альтернатива для его сотрудников.

РОМАН ВАРЛОВ: Высокая эффективность ежедневника как рекламного носителя достигается за счет отличного качества и умеренной цены. Мы делаем ставку на все ценовые сегменты. Bruno Visconti — это средний и высокий ценовой сегмент. Альт — лучшее по качеству предложение в низком ценовом сегменте.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Наши клиенты отдают предпочтение комбинации качества изделия, дизайна и цены с хорошим сервисом. Наш ценовой сегмент средний+. У нас есть и линия промо, ценовая категория от 180 рублей, и линия

VIP, ценовая категория от 1500 рублей. Также поскольку мы специализируемся на спецпроектах, ценовая категория полностью зависит от выбора нашего клиента. Но, мы никогда не будем гнаться за низкой ценой в ущерб качеству продукции.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Мы рады любому покупателю и предоставляем ему для выбора широкий ассортимент, основную ставку мы делаем на средний ценовой сегмент, хотя в конце сезона мы испытываем некоторый дефицит в изделиях с дорогими обложками.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Компания ориентирована на эксклюзивный подход к запросам заказчика. Выпускаем ежедневники бизнес и VIP сегментов. Ценовой диапазон разнообразен. Продукция производится в соответствии с потребностями клиента.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Я говорил, — наши сегменты это среднеценовой (как основной для рынка ежедневников B2b) и высокий сегмент.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Качество продукции "inTempo" никогда не зависит от цены. Если требуется, мы всегда готовы предложить вариант более простой конструкции, более дешевого материала обложки, но качество всегда отвечает самым высоким требованиям.

ПТ	31
ЧТ	30
СР	29
ВТ	28
ПН	27
ВС	26
СБ	25
ПТ	24
ЧТ	23
СР	22
ВТ	21
ПН	20
ВС	19
СБ	18
ПТ	17
ЧТ	16
СР	15
ВТ	14
ПН	13
ВС	12
СБ	11
ПТ	10
ЧТ	9
СР	8
ВТ	7
ПН	6
ВС	5
СБ	4
ПТ	3
ЧТ	2
СР	1

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Мы предлагаем клиентам качественный товар по доступной цене, и самое главное — время, успеваемость в нужный срок. Наши клиенты отдают предпочтение качеству.

МА П П: И снова обратимся к производителям. Наличие конкурента — это всегда хороший побудительный мотив для движения вперед. Кого вы считаете конкурентом своей продукции? Кто на ваш взгляд является лидером рынка на данный момент? Какие события, связанные с конкурентами, в прошедшем сезоне, вы считаете интересными?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Одно скажу, мы интеллигентная компания, и никогда о конкурентах плохо не говорили — ни на семинарах, ни на встречах. Мы интересуемся и любим их всех, как "побудительный мотив движения вперед"! А если серьезно, самый главный конкурент для нас — мы сами. Ну не умеем мы спокойно жить!

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Мы молодая компания, которая на российском рынке не так давно, и конечно, когда мы вышли на этот рынок, то уже существовало множество компаний, которые стойко держали свои позиции, это компании, поставляющие на российский рынок итальянские и немецкие ежедневники. Они достойны уважения и мы еще не вышли на их уровень по оборотам, но стремимся к этому. Но тем не менее у нас есть своя ниша, которую мы заняли и стойко удерживаем, это производство спец. заказов, так как мы непосредственно фабрика, реальная, большая, современная, высокотехнологичная, с большим опытом работы по производству необычной продукции. Наша гибкость и большие производственные возможности позволяют нам удерживать свои позиции на рынке.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Конкурентами являются все компании-производители, находящиеся в данном сегменте рынка, а именно NG, среди российских — Адьютант. Мы не выделяем лидеров, мы за интересное соревнование!

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: В настоящее время сравнительно небольшая часть компаний на российском рынке занимается производством индивидуальных ежедневников высокого качества, гораздо больше продают стандартные изделия со склада. Конкурентами по высококачественной продукции считаю ряд итальянских фабрик, но при одинаковом качестве наша продукция имеет наименьший ценовой диапазон. Благодаря конкуренции каждый год выпускаем новые коллекции. Огорчает, что, к сожалению, приходится сталкиваться с копированием наших моделей российскими производителями.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Наши основные конкуренты — это две глобальные международные компании, производящие и продающие ежедневники в различных странах мира.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Мы всегда внимательны к продукции других производителей, но стараемся производить такие ежедневники, чтобы у них не было конкурентов.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Конкурентов у нас нет.

МА П П: Вопрос к производителям и поставщикам: факт, что продукция, имеющая в названии немецкие или итальянские корни, подчас производится на противоположном

конце земного шара. Волнует ли вашего клиента страна производства вашего ежедневника? Насколько сильно отличается качество ежедневников, изготовленных в Европе, в Азии, в России. Ваше мнение.

РОМАН ВАРЛОВ: Часть нашего ассортимента ежедневников производится в КНР на разных фабриках, которые предварительно участвуют в тендерах за право их производить. Выигрывают лучшие фабрики с лучшей культурой производства, имеющие техническую возможность выполнить совсем не стандартные заказы. Клиента волнует качество и наличие на складе. И то, и другое мы обеспечиваем.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Вся наша продукция произведена в Италии. Для наших клиентов важно качество продукции, а самое качественное производство в Европе, именно поэтому у нас фабрики в Италии.

ИРИНА УЛАЕВА: Ежедневники, произведенные в Азии (Китае) отличаются, как правило, низкой ценой и аналогично невысоким качеством. Некоторые отечественные производители сегодня могут предложить продукцию стабильного качества, но европейские компании по-прежнему занимают лидирующие позиции.

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: На мой взгляд, это норма рынка, своего рода неотъемлемая часть общеиндустриального маркетинга игроков. Что же касается Адьютанта® — то это российская торговая марка, которая зародилась в Санкт-Петербурге, и весь современный производственно-складской комплекс площадью более 3000 м² с полным технологическим циклом, начиная от печати блоков, заканчивая всеми видами персонализации, находится также в Санкт-Петербурге. Говорить о качестве изделия, опираясь только на страну производителя, трудно. Здесь важны и производственные мощности, и техническое оснащение компании, и качество материалов, из которых изготавливается изделие, и профессионализм сотрудников. Мы гордимся тем, что наше производство полностью ориентировано именно на изготовление изделий для планирования, технологическая база постоянно обновляется, а мощности растут. Высокий уровень компетенции сотрудников и качественные материалы дают нам возможность создавать неповторимые изделия, сохраняя при этом малые тиражи и короткие сроки поставки вплоть до Нового года.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Нашего клиента волнует качество продукции. Им важно знать, где производят продукцию. Для этого мы приглашаем клиентов посетить нашу фабрику и увидеть своими глазами — кто мы. Наличие итальянского названия на ежедневнике не гарантирует его качество. Тем более, что все мы знаем, что процент продукции с европейскими брендами, производимый в Европе, стремительно падает. Большинство продукции производится в Китае, и качество, конечно, отличается от европейского. Российские производственные возможности растут из года в год, но нужно еще много времени, чтобы они вышли на необходимый уровень.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Ежедневники ТМ BRUNNEN производятся ТОЛЬКО В Германии, в случае необходимости мы готовы подтвердить страну происхождения продукции официальными документами. Относительно других производителей — мы можем обсуждать только качество конкретного бренда.

ВС	30
СБ	29
ПТ	28
ЧТ	27
СР	26
ВТ	25
ПН	24
ВС	23
СБ	22
ПТ	21
ЧТ	20
СР	19
ВТ	18
ПН	17
ВС	16
СБ	15
ПТ	14
ЧТ	13
СР	12
ВТ	11
ПН	10
ВС	9
СБ	8
ПТ	7
ЧТ	6
СР	5
ВТ	4
ПН	3
ВС	2
СБ	1

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Бренд является показателем качества изделия. На мой взгляд, Турция и Италия лидируют в полиграфической промышленности благодаря качественным материалам, высокому контролю качества и креативному подходу.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Мы производим ежедневники только из европейских материалов. При этом, являясь участниками ВЭД, могли бы делать закупки в любой стране мира. Для нас важен не только дизайн итальянских или голландских переплетных материалов, не только качество используемых нами европейских сортов бумаги, для нас не менее важна экологическая безопасность материалов, из которых мы делаем наши книги. И эта составляющая на высоте у наших европейских поставщиков. Наша типография сейчас находится в процессе сертификации одним из престижнейших экологических сертификатов. И мы гордимся тем, что наши ЧЕСТНЫЕ книжки еще и безопасны для пользователя. А бумага, потраченная на их производство — восполняемый ресурс, и пополнение ресурса находится под строгим международным контролем.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: ЕЖЕДНЕВНИКИ ПОКУПАЛИ, ПОКУПАЮТ И БУДУТ ПОКУПАТЬ. КОГДА НА ВСТРЕЧЕ С ПАРТНЕРАМИ ВЫ ДЕЛАЕТЕ ПОМЕТКИ, ТО ЛЮДИ ВИДЯТ ВАШУ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ, А ЕСЛИ ВЫ СИДИТЕ С ПЛАНШЕТОМ, ТО МОЖНО ПОДУМАТЬ, ЧТО ИНТЕРЕСА РЕЧЬ ПАРТНЕРА У ВАС НЕ ВЫЗЫВАЕТ (ПРИМЕР — ВСЕМ ИЗВЕСТНЫЙ СЛУЧАЙ С ДМИТРИЕМ МЕДВЕДЕВЫМ).

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Да, наши заказчики очень требовательны к качеству и стране происхождения продукции. Они имеют возможность вместе с нами проконтролировать выполнение заказов и при необходимости пользуются этим правом. Практически всегда опытный профессионал может сказать, кто произвел этот ежедневник и где, а значит, безусловно, есть отличительные особенности каждого производителя. Выбор за потребителем.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Отличается качеством, так как в Азии, а конкретно в Китае, отдают внимание количеству, нежели качеству. Нашим клиентам важна страна производства ежедневника.

МАПП: Вопрос к поставщикам: формат и цвет — что сейчас в тренде?

РОМАН ВАРЛОВ: Формат традиционно пятый (А5, либо В5), цвет — синий. Но системы, построенной на статистике, здесь не усматривается. Другие цвета, отличные от синего, также демонстрируют превосходные результаты.

АЛЬБЕРТ ЭРЖИБОВ: Цвет сезона серо-зеленый и фиолетовый, ну и классика черный и белый, безусловно, все эти цвета присутствуют в обложках наших ежедневников.

Форматы карманные, чуть меньше стандарта А5, все меньше становится больших настольных ежедневников.

ИРИНА УЛАЕВА: Ежедневник сегодня — это не только удобный инструмент планирования, который помогает правильно распределить ваше время, но зачастую и модный аксессуар. Как любой модный аксессуар, ежедневник отражает модные тенденции от сезона к сезону. В первую очередь, это — цвета и материалы обложек. Самым актуальным, по-прежнему, остается формат А5. Никогда не выходя из моды классические цвета: черный, коричневый, синий. Актуальны в этом сезоне цвета: фиолетовый, голубой, цвет фуксия.

МАПП: Вопрос к производителям: Что нового? Чем ваша коллекция 2014 сможет удивить или порадовать потенциального покупателя?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: В этом году у Адьютанта во всех смыслах "взрывная" коллекция, она полна сюрпризов и не похожа ни на одну из предыдущих: начиная от дизайна и концепции каталога, заканчивая новыми революционными линейками.

В последние годы на европейском рынке широкую популярность получили изделия со скругленным блоком и обложкой, нередко дополненные резинкой-фиксатором и удобным конвертом на нахзаце. Вот как раз ими мы будем радовать заказчиков в этом году! В коллекции Адьютант® 2014 мы представляем две новые линии: Freenote и City — 65 новых блоков! Ежедневники, еженедельники, записные книжки разных форматов и цветов, со скругленными углами блоков и обложки, цветными резинками-застежками, с твердыми и мягкими обложками и разнообразными блоками уже ждут вас в новом каталоге коллекции.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: В этом сезоне самая популярная модель — это ежедневник с флэш-картой. Также удерживает свои позиции ежедневник на полускрытой спирали с гибкой обложкой. Наши клиенты — корпоративные заказчики, поэтому у нас актуальный цвет из года в год — синий. В 2014 мы подготовили модели с магнитными застежками, держателями для ручек, резинками на обложке, внутренними карманами, в моде функциональность.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Коллекция 2014 рассчитана на требовательного покупателя, которому мы готовы предложить различные варианты в зависимости от предпочтений. В числе интересных опций — новый конструктив и новые обложки, как пример, ежедневник в гибкой обложке Флексии.

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Ежедневники KAVANTA 2014 года поражают разнообразием конструктивно-декоративных решений. Основные модели — ежедневники на полускрытой спирали, модели с обложками портфолио и разнообразные комбинации переплетных материалов. В коллекциях KAVANTA сочетаются итальянские материалы и разнообразные фурнитуры — фиксации блоков на магнитные застежки, резинки, кнопки, замки. Преобладают бирюзовый, ярко-красный, оранжевый, глубокий оттенок синего, зеленого и фиолетового цвета. Интересно сочетание однотонного искусственного материала PU на обложке с внутренним материалом под замшу. Персонализация любой сложности: металлический шильд, индивидуальный блок, печать логотипа на обресе.

ПН	1	СР	3	ПТ	5	СБ	6	ВС	7	ПН	8	ВТ	9	СР	10	ЧТ	11	ПТ	12	СБ	13	ВС	14	ПН	15	ВТ	16	СР	17	ЧТ	18	ПТ	19	СБ	20	ВС	21	ПН	22	ВТ	23	СР	24	ЧТ	25	ПТ	26	СБ	27	ВС	28	ПН	29	ВТ	30	СР	31
----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

внутренний материал обложки с вышивкой логотипа, печать логотипа на ляссе и резинке и т.д.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Три основных тренда, придерживаясь которых мы сформировали для наших заказчиков конкурентные преимущества:

1. Большой ассортимент моделей. Здесь типография Альфа-Дизайн предлагает серьезный выбор в рамках коллекции ALFABOOK и неограниченный выбор по индивидуальным заказам.

2. Большой ассортимент цветов переплетных материалов. Мы постоянно поддерживаем на нашем складе в Москве более 100 оттенков кожзама и 1000 цветов переплетного шелка. Учитывая, что в стандартном каталоге цветов Pantone 1000 цветов — мы можем предложить ежедневник, идеально совпадающий с цветом бренда. Для корпоративного рынка это важно.

3. Время реагирования сокращается. Дневники — сезонный продукт. У наших заказчиков, за редким исключением, — это бюджет 4-го, в лучшем случае 3-го квартала. В последние годы все меньше корпоративный сегмент интересуют стандартные модели. Поэтому, большое значение в этих условиях имеет время предоставления информации, согласований, образцов и сигнальных экземпляров. Учитывая этот фактор можно говорить о том, что российские производители имеют серьезное конкурентное преимущество.

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Все коллекции индивидуальные и раньше, чем их получит наш заказчик — это большой секрет. Но мы надеемся, что, как и в предыдущие годы, мы сумеем порадовать наших клиентов необычными дизайнерскими решениями, подбором материалов и цветов, новыми видами персонализации.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Наша компания уделяет особое внимание созданию собственного каталога. Коллекция 2014 года уникальна по-своему: в ней семейство синих, зеленых, красных, черно-белых, черно-серых и красно-черно-белых ежедневников, а также разных наборов.

МАПП: Заключительный вопрос к производителям.
Пользуетесь ли вы ежедневником в своей работе? Если да, то каким именно?

ИГОРЬ ГОЛОСОВСКИЙ: Уже не первый год пользуюсь нашим недатированным еженедельником с блокнотом 15x21 см. Казалось бы, в таком формате разворот с недель не оставляет много места для записи, однако вторая часть еженедельника — пронумерованный блокнот. Поэтому я вижу все события недели на одном развороте и могу записать большой объем информации на пронумерованных страницах блокнота, сделав на них ссылку с любой страницы еженедельника.

Удобно и компактно.

СВЕТЛАНА ЖИРОВА: Мне важно, чтобы под рукой всегда находился датированный ежедневник, мне важны даты для планирования встреч, дел. Мой ежедневник А5 формата, с кожаной обложкой-портфолио, с множеством карманов, где я могу хранить записи, визитки, ручку.

СЕРГЕЙ ЯКУШИН: Конечно! Ежедневником BRUNNEN

АЛЕКСАНДР КАСИЧ: Ежедневник является неотъемлемой частью моей жизни. Отдаю предпочтение ежедневнику KAVANTA из натуральной кожи на спирали с фиксацией на магнит. Благодаря функциональным внутренним карманам и петле для ручки данная модель является удобной в использовании.

ДМИТРИЙ ЛАВРИК: Да, я пользуюсь еженедельником. На моем рабочем месте переплет на закрытой пластиковой спирали, весьма демократичный и максимально экологичный итальянский кожзам. И недатированным дневником, с разделом планирования на текущий и последующий год в моем портфеле. Дневник в классическом шито-клееном переплете, полумягкая обложка из натуральной кожи КРС итальянского производства, обработанной без хрома, растительного дубления (технология vegetable oil).

ТАТЬЯНА ОРДЕНОВА: Это датированный ежедневник-портфолио в суперобложке из дизайнерской натуральной кожи с внутренним блоком на спирали и недатированный еженедельник на полузакрытой спирали из кожзама.

ИСМАИЛ ГУСЕЙНЛИ: Да, использую, из новой коллекции.



МАПП, редакция журналов "Профессионал рекламного сувенирного бизнеса" и "Лидер МАПП" благодарит **АНДРЕЯ ИЛЬИНА**, сотрудника представительства ТМ DURABLE в России, до этого 10 лет занимавшегося продвижением известной торговой марки ежедневников, за помощь в составлении вопросов. А также всех участников "Круглого стола" за содержательные и интересные ответы, за внимание к выбранной теме.

Уважаемые коллеги! Обращаем ваше внимание, что круглый стол печатается в сокращении. Полная версия будет опубликована на сайте МАПП

<http://iapp.ru/news.php?cat.16>

Следите за нашими новостями!



**ROUND TABLE
 NOWADAYS DIARY**

Round table participants discuss diaries in this issue. Producers and suppliers tell about their production and their companies' experience. Whether people find a worthy alternative to a diary, does the compromise between price and quality exist, what is a nowadays diary and other interesting questions at Round table column.

АДЪЮТАНТ® 2014: ПЕРЕЗАГРУЗКА



АДЪЮТАНТ® появился на российском корпоративном рынке как творческая мастерская по созданию индивидуальных ежедневников и деловой галантереи. Вот уже более 12 лет мы строго следуем заданному курсу и создаем неповторимые изделия. Находясь в безостановочном процессе творчества, мы стремимся открывать перед заказчиками новые возможности для создания уникальных, единственных в своем роде изделий. Коллекция Адьютант® 2014 полна сюрпризов и меняет традиционный подход к изделиям для делового планирования.

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В переплетных материалах, как и в высокой моде, каждый год появляются новые тренды. Для коллекции 2014 мы отобрали самые актуальные и интересные материалы на синтетической основе итальянского производства:

- **NEON** — уникальный шелковистый термоматериал, напоминающий по фактуре велюр или нубук. Единственный синтетический материал коллекции, который при блинтовом тиснении — светлеет. Цветовая палитра этого материала включает 6 самых востребованных оттенков.
- **PONY** — имитирующий кожу животного фактурный материал с легкой

игрой полутонов, идеально смотрится как в цельном изделии, так и в сочетании с другими материалами, представлен в 3 цветовых решениях.

- **CORK** — мягкий материал, передающий фактуру пробкового дерева. Натуральные оттенки цвета подчеркнут экологическую ориентированность вашей компании.

СШИВКИ



Уделяя большое внимание производству изделий из комбинированных материалов, мы традиционно добавляем новые сшивки в серию Комби. Коллекция Адьютант® 2014 насчитывает 33 стандартные модели, включая новинки: сшивку Комби-2 "Сектор" и сшивки "Корешок" и "Арка" (Комби-3).

Мы предлагаем только форму сшивок — цвета и материалы заказчик выбирает сам! Это замечательная возможность малыми усилиями, при тираже от 40 штук, создать свой фирменный индивидуальный ежедневник.

БЛОКИ И ЕЖЕДНЕВНИКИ



Из года в год, создавая новые коллекции, мы тщательно отслеживаем тренды и тенденции европейского и российского рынков изделий для планирования, стремимся слушать и слышать своего заказчика и быть чуткими по отношению к каждому клиенту. В последние годы на европейском рынке широкую популярность получили изделия со скругленным блоком и обложкой, нередко дополненные резинкой-фиксатором и удобным конвертом на нахзаце. В Коллекции Адьютант® 2014 мы представляем две новые линии: Freenote и City.

ЛИНИЯ FREENOTE:

Все углы блоков и обложек линии Freenote скругленные (кроме записных книжек на пружине). Каждое изделие этой линии по умолчанию комплектуется резинкой-фиксатором. Графика блоков ежедневников и еженедельников двухцветная: серый+коричневый. Записные книжки: одноцветная печать — серый.

Для удобства использования изделий линии Freenote мы позаботились о наличии различных размеров блоков — от самых компактных до крупноформатных.

Ежедневники датированные: 8,5x13 см, 10x16 см, 15,5x21 см. Еженедельники датированные и недатированные: 9x13 см, 10,5x16 см, 15,5x21 см, 20,5x27 см. Записные книжки без печати, в клетку, в линейку: 9x13 см, 10,5x16 см, 15,5x21 см, 20,5x27 см. Обложки изделий линии Freenote твердые, без поролона (обложки записных книжек на пружине — мягкие). Блоки линии Freenote печатаются на белой и на тонированной бумаге. Несмотря на скругленный угол, представлены блоки как с золотым, так и с серебряным обрезом.

Оставаясь верными идеям создания корпоративных шедевров, мы напоминаем, что

ЛИНИЯ
ФРЕНОТЕ



АДЬЮТАНТ®: ПЕРЕЗАГРУЗКА

65 НОВЫХ БЛОКОВ

• БЕЛЫЕ • ТОНИРОВАННЫЕ

С ЗОЛОТЫМИ И СЕРЕБРЯНЫМИ ОБРЕЗАМИ

• УГЛЫ БЛОКОВ И ОБЛОЖЕК СКРУГЛЕННЫЕ КРОМЕ ЗАПИСНЫХ КНИЖЕК НА ПРУЖИНЕ

• **ОБЛОЖКИ ТВЕРДЫЕ БЕЗ ПОРЛОНА**

NEW

ОБЛОЖКИ ЗАПИСНЫХ КНИЖЕК НА ПРУЖИНЕ – МЯГКИЕ

ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКИ ДАТИРОВАННЫЕ : 8.5 x 13 см ; 10 x 16 см ; 15 x 21 см

ЕЖЕНЕДЕЛЬНИКИ ДАТИРОВАННЫЕ И НЕДАТИРОВАННЫЕ : 9 x 13 см ; 10.5 x 16 ; 15.5 x 21 см ; 20.5 x 27 см

ЗАПИСНЫЕ КНИЖКИ БЕЗ ПЕЧАТИ В КЛЕТКУ В ЛИНЕЙКУ : 9 x 13 см ; 10.5 x 16 см ; 15.5 x 21 см ; 20.5 x 27 см



ЛИНИЯ CITY



МЯГКИЕ ОБЛОЖКИ

БЕЗ СШИВОК

С РЕЗИНКОЙ

ФИКСАТОРОМ

- БЕСШОВНОЕ КЛЕЕВОЕ СКРЕПЛЕНИЕ БЛОКА
- СКРУГЛЕННЫЕ УГЛЫ БЛОКОВ
- ОДНОЦВЕТНАЯ ПЕЧАТЬ (СЕРЫЙ).

ЕЖЕДНЕВНИКИ ДАТИРОВАННЫЕ 10.5X14 CM; 12X20 CM

ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК ДАТИРОВАННЫЙ 20X12 CM

ЗАПИСНЫЕ КНИЖКИ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ И ВЕРТИКАЛЬНЫЕ – В КЛЕТКУ,

В УГОЛОК, БЕЗ ПЕЧАТИ, С ОТРЫВНОЙ ПЕРФОРАЦИЕЙ 10.5X14 CM; 14X10.5 CM

NEW

все блоки линии Freenote можно заказать в обложке из любого материала, в любом цвете и в любой сшивке коллекции Адьютант® 2014.

ЛИНИЯ CITY:

Изделия этой линии имеют скругленные углы блоков, обрезанные заподлицо с обложкой. А основой крепления блока служит термоклей. Печать блоков линии City осуществляется в одну краску — серую.

Ежедневники датированные: 10,5x14 см, 12x20 см. Ежедневник датированный 20x12 см. Записные книжки вертикальные и горизонтальные — в клетку, в уголок, без печати, с перфорацией: 10,5x14 см, 14x10,5 см.

Изделия линии City изготавливаются только с мягкими обложками без сшивок, но в любом материале и цвете коллекции Адьютант® 2014.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ:



В каждую коллекцию мы добавляем новую возможность для творчества и воплощения самых смелых идей. В разделе "Персонализация" добавились новые опции: прямолинейная прошивка зигзаг (для Комби 1); рекламная полоса на обложку; печать изображений или рекламной информации по обрезу; тиснение по обрезу, для линии Freenote в качестве персонализации доступно золочение и серебрение обреза.

Значительно обогатилась цветовая палитра плоских резинок, теперь они представлены в 8 цветах: черная, синяя, голубая, зеленая, оранжевая, красная, бордовая, серая. Для линии City появилась круглая резинка (черная, синяя, коричневая, красная). Кроме того, с этого года стала доступна печать по резинке (белая, светло-голубая, серая, светло-коричневая) в 1-2 краски, ширина резинок — 1 см и 1,5 см.

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ:

Впервые в коллекции Адьютант® 2014 появился раздел "Индивидуализация". Нередко у заказчика возникает потребность в личной, адресной коммуникации через ежедневник. В таком случае изготовление клише для одного экземпляра обойдется до-

статочно дорого. Идя навстречу заказчикам, мы создали перечень дополнительных опций для персонализации изделий, доступных тиражом от 1 штуки: печать по обрезу, печать фирменной символики по ляссе в 1-2 краски, печать по резинке и полноцветная печать по синтетическому материалу.

СЕРИЯ COMPLETE — ГОТОВЫЕ ИЗДЕЛИЯ СО СКЛАДА



Особое внимание мы уделяем формированию готовых складских позиций. На сегодняшний день серия Complete насчитывает порядка 170 изделий.

НОВИНКИ СЕРИИ COMPLETE:

- **ЕЖЕДНЕВНИК WOOD** — сшивка в 2 цвета, выполненная из материала Асего, передающая фактуру натурального дерева. Удачно подчеркивает социально-ориентированную политику бизнеса.
- **ЕЖЕДНЕВНИК RED** выполнен в сшивке материалов Nebraska (красный) и Memoгу (серый). Обладая фактурой натуральной кожи, они по праву признаны одними из самых популярных материалов коллекции.
- **ЕЖЕДНЕВНИК RED+** представлен лимитированной серией коллекции Адьютант® 2014. Ежедневник выполнен в контрастной сшивке эксклюзивного глянцевого материала Flash (красный) и матового Brand (серый).

Линейка изделий Optima пополнилась недатированным ежедневником и датированным ежедневником формата 20x26 см в бордовом цвете, а также планингом винного

цвета с открытой пружиной. Кроме того, линейку дополнили адресные папки формата А4 в синем и винном цвете и визитницы в самых востребованных цветах (винный, коричневый, синий и черный).

Серия Complete порадует новыми блоками линии Freenote и City. Для обложек этих складских позиций были специально выбраны популярные материалы разных цветов и фактур (Replica, черный; Nature, винный; Memoгу, синий), чтобы предоставить заказчику возможность выбирать даже среди готовых изделий. Линия Freenote представлена датированными ежедневниками и ежедневниками форматов 8,5x13 и 10x16, датированными ежедневниками на тонированной бумаге форматов 9x13 и 10,5x16. Кроме того, в серию Complete вошли изделия с золотым (материал Madera) и серебряным (материал Eclipse) обрезом разных форматов: от 10x16 см до 15,5x21 см. Широко представлены записные книжки в клетку и в линейку как на белой, так и на тонированной бумаге, от самого маленького формата 8,5x13 см до самого большого 20,5x27 см.

Все изделия линии Freenote в серии Complete по умолчанию комплектуются резинкой-фиксатором и петлей-резинкой для ручки в цвет обложки, а также дополняются бумажным конвертом на нахзаце.

Среди готовых изделий линии City представлены датированные ежедневники формата 10,5x14 см и 12x20 см, датированные ежедневники, 20x12 см, а также записные книжки в клетку, в линейку, в уголок, с перфорацией, тонированные. Обложки изделий линии City в серии Complete выполнены в хитовых цветах: синем (материал Fox) и красном (материал Replica). Каждое изделие линии City по умолчанию комплектуется круглой резинкой-фиксатором.

Познакомьтесь с многочисленными новинками коллекции Адьютант® 2014, получить каталог, задать интересующие вопросы и зарядиться хорошим настроением можно будет в Москве на выставке "IPSA Рекламные Сувениры. Осень-2013". Мы будем рады видеть вас 10-12 сентября в выставочном комплексе "Крокус-Экспо" на стенде D-09. Давайте фантазировать вместе!

Ваш Адьютант®



ADJUTANT® 2014: THE REBOOT

The Adjutant® brand presents new collection and tells about production potential. Actual and interesting materials, stitching variants, sensitiveness towards latest fashion trends, new personalization and individualization options — that's everything needed to help you creating your own, unique diary.

АДЖАР ГРУПП РОССИЯ отмечает день рождения

ВОТ УЖЕ СЕМЬ ЛЕТ КОМПАНИЯ АДЖАР ГРУПП РАБОТАЕТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ. ОСНОВАННАЯ В 2006 ГОДУ, ОНА УСПЕЛА ЗАВОЕВАТЬ ДОВЕРИЕ И ПРИЗНАТЕЛЬНОСТЬ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ, ПРИ ЭТОМ ПРОДОЛЖАЯ ПОКОРЯТЬ ВСЕ НОВЫЕ ВЫСОТЫ. И С КАЖДЫМ ГОДОМ ПОПУЛЯРНОСТЬ КОМПАНИИ ТОЛЬКО РАСТЕТ.

АДЖАР ГРУПП – это одна из крупнейших фабрик в Турции, производящих ежедневники, записные книги и деловую кожгалантерею по индивидуальным заказам для корпоративных клиентов.

Производственные возможности фабрики, оснащение, профессионализм сотрудников позволяют производить продукцию, которая не только конкурентна наравне с европейскими производителями, но и выигрывает по многим параметрам. В этом и заключается главный успех компании АДЖАР ГРУПП в России.

Компания представляет свои бренды на российском рынке:

BON CARNET

коллекция креативных ежедневников;

ARWEY

стильные многофункциональные записные книги;

LUUDS

коллекция кожаных аксессуаров;

NOTEECO

линия эко-бизнес-тетрадей из переработанной бумаги.

Ежедневники под торговой маркой BON CARNET сочетают в себе креативный дизайн, функциональность и отличное качество. Мы предлагаем нашим заказчикам следующие коллекции со склада в Москве:

Линия Сгосо из натуральной кожи черного и синего цветов – новинка ассортимента Bon Carnet. Отделка обложки ежедневников имитирует текстуру крокодиловой кожи и украшена металлическим шильдом цвета золота. Съёмная обложка-портфолио, с карманами под визитки и документы и ляссе из натуральной кожи в цвет ежедневника. Коллекция дополнена планингами и визитницами тех же расцветок.

Не менее эффектны ежедневники Elegante – еще одна новинка из натуральной кожи высокого качества с дизайнерской прострочкой ромбами. Формат изделия – А5+, съёмная обложка-портфолио, карманы и ляссе. С внутренней стороны обложка отделана текстилем золотого цвета с жаккардовой вышивкой. Цвет среза зависит от цвета обложки: золотой – у ежедневников черного и серебряный – у ежедневников синего цвета.

В роскошной коллекции Prestige представлены датированные ежедневники 15x24 см черного и коричневого цветов, а также недатированные, разных расцветок и форма-

– Croco, Elegante и Prestige. Такой подарок приятно не только получать, но и дарить.

Коллекция Trend заявлена ежедневниками с обложками черного, коричневого и синего цветов и таких же цветов визитницами.

Линия Silvano – это ежедневники формата А5 в обложках синего, зеленого и коричневого цветов из кожзаменителя, планинги и визитницы.

Ежедневники, планинги и визитницы коллекции Winner облачены в обложки из искусственной кожи синего, коричневого, красного, серого, бордового цветов



тов: 15x24 см черного, коричневого и синего цветов, А4 – черного и коричневого цветов и тех же цветов ежедневники размером 21x20. Съёмная обложка-портфолио из натуральной кожи с кармашками под визитки и документы, золотая ткань с запечаткой в отделке форзаца и нахзаца, эксклюзивная французская бумага и ляссе, также из натуральной кожи. Линия дополнена планингами черного, коричневого и синего цветов.

Красивая подарочная упаковка с пергаментной бумагой – еще один плюс в пользу ежедневников Bon Carnet как престижного и безупречного во всех отношениях подарка. В нее упаковываются изделия категории VIP

Хит продаж этого года – новая коллекция Log. К обложке ежедневников прикреплена съёмная флешкарта на 2 гБ. У ежедневника скругленная спинка обложки, без биговки и продавки вдоль корешка, с резинкой в цвет обложки – черный, синий или красный. Формат изделия – А5

Ультрасовременная коллекция Timex представляет собой ежедневники размером 16x23,5 см на полускрытой спирали, с мягкой обложкой с кармашками для визиток на форзаце.

Дизайн ежедневников новой линии Timex Lock, обладающих теми же параметрами, что и Timex, дополнен магнитной



застежкой с хлястиком под ручку. Кроме того, Timex Lock выпускается в формате А5 (14,3x20,5 см).

Гибкая обложка ежедневников Alto также имеет полускрытую спираль металлического цвета и кармашки под визитки и документы. Обложка изготовлена из высококачественного итальянского кожзаменителя синего цвета с прострочкой по периметру и имеет круглые углы. Внутренний материал – тоже козам.

Для линии Idea (также новой в ассортименте Bon Carnet) характерны круглые углы обложки, твердый переплет из комбинации материалов (высококачественный итальянский кожзаменитель синего цвета Chagme) со скругленным корешком, магнитный замочек-хлястик из кожзаменителя Vivella под ручку и ляссе в цвет материала.

Застежка-хлястик ежедневников серии Nevada а5 аккуратно и надежно фиксирует ручку. Гибкая обложка ежедневников изготовлена из высококачественного кожзаменителя синего цвета.

Линия Методу изготовлена из высококачественного кожзаменителя бордового цвета.

Обложка с круглыми углами прошита по периметру нитью в цвет материала, биговкой и мягкостью.

Stars имеет мягкую обложку с круглыми углами, ляссе и резинку коричневого цвета.

Еще одна новинка – ежедневники Twill, материалом для обложки которых служит высококачественный итальянский кожзаменитель синего цвета Twill. Обложка, не прошитая по периметру, имеет резинку, без беговки и продавки вдоль корешка.

Ежедневник – несомненно один из лучших бизнес-сувениров. И, наверное, самый универсальный. Кем бы ни был его

получатель – корпоративным сотрудником или высокопоставленным руководителем, – подобный знак внимания придется как нельзя кстати.

Именно поэтому так важно, чтобы выбранный вами подарок оказался достойным во всех отношениях. Остановив свой выбор на Bon Carnet, вы можете не сомневаться в том, что тот, кому вы его преподнесете, останется доволен. А разнообразие коллекций позволит выбрать наиболее подходящий по случаю и финансовым возможностям дарителя вариант. Главное – какой бы ежедневник вы ни выбрали для себя или в подарок, в своем выборе вы не разочаруетесь.

Если вы не найдете в нашей складской программе ежедневника, который подойдет именно вашей компании, мы разработаем и изготовим его по специальному заказу. Вот только некоторые из многих опций, которые предлагает наша фабрика:

- печать индивидуальных блоков
- огромный выбор бумаги, кожама, натуральной кожи
- все виды переплетов
- все виды обложек
- вырубка логотипа на обложках, вырубка в блоке
- любые виды перфорации блока

- плетеное ляссе или печать логотипа на ляссе
- окрас среза блока ежедневника в пантон
- логотип на срезе блока (до 4 цветов)
- вырубка в блоке под ручку
- печать на обложке из кожама или кожи

Хотим обратить ваше внимание на то, что наши блоки для ежедневников мы делаем по особой технологии, прошивая и склеивая горячим и холодным клеем. Прошивка и горячий клей придают блоку прочность. А холодный клей – гибкость. Таким образом мы достигаем результата, при котором блок можно открывать на 360 градусов.

Оборудование компании регулярно модернизируется в соответствии с новейшими тенденциями в сфере полиграфии. Поэтому АДЖАР ГРУПП всегда готова воплотить самые смелые идеи своих клиентов, не отступая при этом от неизменного качества своей продукции.

Семь лет – срок внушительный. И все же это только начало. Впереди новые цели, новые планы, новые достижения. Свой праздник – день рождения – компания АДЖАР ГРУПП встретит в кругу самых близких – своих клиентов. Как и должно быть у тех, кто любит свою работу и дорожит людьми, для которых ее делает.

Мы хотим поблагодарить наших корпоративных клиентов за семилетний опыт совместной работы, который принес нам множество креативных идей, за доверие, оказанное нашей компании. Надеемся на дальнейшее взаимодействие, а также будем рады сотрудничать с новыми клиентами, пополняя копилку идей по созданию ежедневников и стильных бизнес-аксессуаров.

Адждар Групп
ООО «Бон Карнет»,
тел.: 8(495)979-08-36, 8 (495) 636-27-62
стенд на выставке IPSA 2013 № С-01,
 сайт: www.acar-group.ru, www.бон-карнет.рф,
 e-mail: boncarnet@acar-group.com



ACAR GROUP RUSSIA CELEBRATES ITS BIRTHDAY

Russian branch of one of the biggest factories in Turkey producing diaries, notebooks and business leather goods celebrates the seventh anniversary. The company presents BON CARNET brand – the creative diaries collection. These diaries combine striking design, functionality and a great quality.

Униформа фирмы, или как купить «двигатель продаж»



*Балыбин Валерий,
генеральный директор
компании STAN*



ДАВНО стало азбучной истиной, что продавать клиенту свой товар — это прямой путь вызвать раздражение и отторжение. Даже в том случае, если товар клиенту нужен. Первоклассная компания продает клиенту не то, что ему нужно, а то, что он хочет. Это и решение проблем бизнеса клиента, и избавление от рутинной работы, и новый уровень доходов компании клиента. Последнее, пожалуй, самое важное. Никто не откажется купить себе "рост продаж". Но разве кто-то на рынке продаёт такой товар?

Для компании STANcolor вопрос более чем риторический. Свою работу мы начинаем с выяснения потребностей клиента, и именно эти потребности стремимся в ходе сделки закрыть. Поэтому вопрос об увеличении уровня продаж через грамотное внедрение корпоративной униформы ставится перед нами постоянно, и мы уверенно и профессионально его решаем.

Не стоит быть голословными и вдаваться в сухую теорию. Мы подобрали несколько примеров из своей практики, где введение единой формы одежды качественно повлияло на продажи в компаниях наших клиентов и, в некоторых случаях, даже изменило саму структуру продаж. Сегодня мы предлагаем возможность ознакомиться с нашим опытом.

Мы уверены: живые примеры учат лучше любого тренера.

Задача внедрить на производственном предприятии единую форму одежды, казалось бы, она не связана напрямую с продажами. Первоочередная цель — командообразование и следование правилам внутреннего распорядка. Нашему заказчику приходилось преодолевать молчаливое сопротивление коллектива — корпоративная

На предприятии существовал спортивный клуб, в командных играх которого участвовали многие сотрудники, остальные, так или иначе, болели за своих фаворитов. Мы предложили создать униформу для клуба и персонала, обслуживающего спортивную инфраструктуру в фирменных цветах самого предприятия — заказчика. Для рабочей формы применили модели со спортивным силуэтом, в обязательном порядке учитывали размер владельца — форма должна была сидеть идеально, как для состязания. Визуальная корреляция с униформой компании была достигнута. В результате форма рабочей одежды стала популярна, так как по сути в рабочее время стало возможно носить то, что удобно и комфортно во время спортивного досуга.

прибылью для предприятия.

Другой пример непосредственного влияния единой формы одежды на рост продаж — из области розничной торговли. Наш клиент построил неплохой сетевой бизнес — мобильные кофейни для нескольких больших городов. Идея бизнеса основывалась на потребности спешащих утром на службу офисных работников прихватить с собой стаканчик с бодрящим напитком — пик продаж приходился на раннее утро. Однако сам уровень продаж клиента совершенно не устраивал.

Уже предварительный анализ ситуации выявил проблему. Красивые автомобили-кофейни с блестящим оборудованием привлекали внимание, но процесс расчета за напиток вызывал у клиентов дискомфорт — два субъекта в вязаных шапочках и



униформа не приобрела у работников производства популярности. Мы предложили внедрение формы как бизнес — процесс с исследованием целевой аудитории и продажи потенциальным потребителям актуальных для них ценностей.

Со временем одежда спортивного клуба, а также и некоторые элементы униформы поступили в продажу во внутренний магазин компании в связи с появлением дополнительного спроса. Задачу внедрения рабочей формы удалось решить с

кургузых полушубках принимали деньги и отпускали напиток.

Общепит — отрасль, чувствительная к тому, как организован процесс. Чистота рабочего места и видимые унифицированные детали бизнеса успокаивают клиентов, подавая им сигнал,

что и сама продукция готовится по стандартам. Мы донесли эту мысль клиенту и предложили несколько комплектов формы в расчете на любые погодные условия. Неформенные детали одежды запрещались. В результате доверие потребителя было восстановлено — продажи пошли вверх.

Следующим этапом стал заказ форменной одежды для промouтеров сети, продвигающих услугу в парках и других общественных местах. Бизнес клиента и его сотрудники в единой форме одежды стали частью городского пейзажа.

Сложность третьего кейса состояла в том, что форма одежды на розничном предприятии уже была. Однако нужного эффекта не приносила. В торговом зале к сотрудникам за помощью обращались редко, хотя продаваемый товар требовал деятельного участия консультанта. Проблема была в самой униформе: на спинах футболок продавцов красовалось непонятное большинству потребителей слово "staff", а на груди — логотип компании, также написанный латиницей.

Дизайнером компании STANcolor был предложен более дружелюбный к посетителю вариант униформы продавца — консультанта. Из корпоративных цветов заказчика мы выбрали более яркий (изначально был чёрный). Логотип перенесли на спину футболку (менять начертание бренда было нельзя), а на груди разместили надпись "Обратитесь ко мне, я Татьяна" —

у каждого сотрудника на футболке было написано своё имя. Для сотрудников на испытательном сроке внедрили лайт — вариант надписи: "Я покажу оборудование в работе".

Первые несколько дней после внедрения униформы оживили работу в торговом зале заказчика, рост продаж не заставил себя ждать. Руководитель ритейлера обратился к нам за повторным заказом, при этом попросил разработать еще десяток креативных надписей для персонала. В этом процессе заказчик с удовольствием поучаствовал сам.

Международные компании давно оценили важность униформы в отношении потребителя к товару или услуге. Регламенты по корпоративной одежде учитывают и место, где реализуется продукт, и возможности визуального восприятия той или иной информации, которую несет униформа работника. В связи с этим форма сотрудника может стать и носителем актуального горячего предложения, и своеобразным ориентиром в большом торговом зале, и эмоциональным связующим звеном между брендом и потребителем. Униформа способна решать многообразные задачи в сфере продаж при условии системного подхода.

Надеемся, примеры из повседневной практики компании STANcolor помогут отечественным компаниям сделать процесс внедрения корпоративной формы одежды более комфортным и целенаправленным.



CORPORATE UNIFORM, OR HOW TO BUY A SELLING ENGINE

International companies have already appreciated an importance of uniform in consumer's attitude towards goods or services. STANcolor helps its clients to solve a problem of sales rate increase by competent application of corporate uniform. STANcolor's director general Valery Baliabin tells about the examples from its daily practice.



8-800-555-53-05
WWW.STAN.SU
stan@stan.su

ФЛИСОВЫЙ ПЛЕД С ПОЛНОЦВЕТНОЙ ПЕЧАТЬЮ

УНИКАЛЬНЫЙ НОСИТЕЛЬ ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ АКЦИЙ

Современная технология текстильной (промышленной) печати позволяет наносить широкоформатные изображения на ткань. Например, на всю поверхность пледа. Данный метод – не шелкография или дорогостоящая сублимация, при изготовлении этих изделий печать наносится на суровую ткань, и только потом обрабатывается – ворсуется. За счет этого не теряется фактура ткани, плед остается мягким и приятным на ощупь.



Печать может быть ротационной – повторяющийся рисунок, с длиной рапорта, обычно 64 см, а также более сложная, плоская печать. Печать может быть в цветности до 12 цветов, при этом передается градиент, если он присутствует в макете.

В плоской печати длина рапорта значительно больше, и за счет этого можно нанести неповторяющийся макет на всю площадь изделия. Это может быть просто логотип компании, размещенный в центре пледа, или же любой другой дизайн, предоставленный заказчиком.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОЖЕЛАНИЙ ЗАКАЗЧИКА И БЮДЖЕТА, МЫ СМОЖЕМ ИЗГОТОВИТЬ И ПОСТАВИТЬ ПЛЕДЫ РАЗЛИЧНОГО РАЗМЕРА И ПЛОТНОСТИ. ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ КАК КЛАССИЧЕСКИЙ ПЛЕД, ТАК И ПЛЕД TRAVEL В ЧЕХЛЕ-ПОДУШКЕ, ИЛИ ПЛЕД ДЛЯ ПИКНИКА С ВЛАГООТТАЛКИВАЮЩЕЙ ОСНОВОЙ.

Преимущество таких пледов – низкая цена. Она сопоставима со стоимостью однотонного флисового пледа, брендированного стандартным методом (вышивка, шелкография и т. д.) Но клиент получает абсолютно уникальный продукт с уникальной персонализацией и качеством исполнения.



123995, Россия, Москва
Бережковская наб., 20, стр. 5
тел. +7 495 207 75 06
Info@plaid.ru
www.plaid.ru



woolpool



КОМПАНИЯ ТЕКС ПРОИЗВОДИТ И ИМПОРТИРУЕТ ТЕКСТИЛЬНУЮ ПРОДУКЦИЮ ДЛЯ РЫНКА КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ.

ПЛЕДЫ

Одним из ключевых направлений компании ТЕКС является производство и поставка пледов и различной текстильной продукции с рекламным нанесением, от логотипа (брендирование) до полноцветного широкоформатного нанесения любого изображения. Кроме стандартных изделий, мы готовы разработать и изготовить изделия с учетом пожеланий заказчика по корпоративным цветам, бюджету и т. д. К пледам предлагаются различные варианты подарочной упаковки.

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПЛЕДЫ С ТЕКСТИЛЬНОЙ (ПРОМЫШЛЕННОЙ) ПЕЧАТЬЮ

Технология текстильной (промышленной) печати позволяет нанести изображение на всю поверхность пледа. Данная позиция – отличный выбор для крупномасштабных PR-акций, за счет низкой стоимости изделий.

ЛЕТНЯЯ КОЛЛЕКЦИЯ

Пледы travel & picnic. В нашей коллекции TRAVEL & PICNIC представлен широкий выбор пледов для пикника и путешествий. Это незаменимый аксессуар в автомобиль, в дорогу, на природу.

ПЛЕДЫ КЛАССА ПРЕМИУМ

Для производства пледов используется шерсть ягнят овец монгольских пород. Эти изделия по своим тактильным качествам схожи с кашемиром. Кроме уже признанного качества пледов WOOLPOOL, важным преимуществом является невысокая стоимость изделий, по сравнению с аналогами европейских производителей. Кроме того в коллекции представлены пледы из кашемира.

ПЛЕДЫ КЛАССА ЭКОНОМ (ПРОМО)

Для малобюджетных акций в нашем ассортименте представлены акриловые и флисовые пледы.

КОРПОРАТИВНЫЕ АКСЕССУАРЫ И АКСЕССУАРЫ ДЛЯ ОДЕЖДЫ

Новым направлением в нашем ассортименте является разработка и производство корпоративных аксессуаров для одежды: шелковые платки, галстуки, кашне и т. д. В качестве подарков мы готовы предложить аксессуары для одежды из кашемира и шерсти ягненка – шарфы и палантины. Если бюджет невелик, мы готовы изготовить аналогичные изделия из современных качественных искусственных материалов: полиэстер, акрил, вискоза и т. д. Работа напрямую с крупнейшими производителями и контроль всего производственного процесса позволяет нам предложить высококачественные изделия по доступным ценам.

СОБСТВЕННОЕ ШВЕЙНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Большую часть изделий нашего ассортимента мы изготавливаем на нашем швейном производстве. Кроме пледов, это широкий ассортимент текстильной рекламной продукции, от промоизделий (шарфы, варежки, шапки из флиса, промосумки, фартуки, и т. д.), до качественной одежды (тостовки, ветровки, безрукавки и много другое).

ИМПОРТ

Наша компания является прямым импортером всей представленной продукции. Мы работаем исключительно с производителями. Прямые поставки и собственное швейное предприятие позволяют нам значительно снизить затраты на производство продукции и предлагать качественные изделия по выгодным ценам с минимальными сроками.



ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ И СУБЛИМАЦИЯ

НОВЫЕ МЕТОДЫ НАНЕСЕНИЯ ПРЕДЛАГАЕТ ТМ SENATOR, МОСКВА



НАШ СЕРВИС ДЛЯ ВАШЕЙ МАРКИ.

Превосходная продукция требует превосходного сервиса. Великолепная техника индивидуализации: круговая шелкография на 360°, тампопечать, лазерная гравировка, деколирование эффектно и многогранно представляют марку, предприятие или рекламное послание. Теперь наряду с привычными методами персонализации ТМ SENATOR предлагает воспользоваться новыми — ЦИФРОВОЙ и СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТЬЮ.

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ на папках из линии продуктов "Деловые аксессуары" гарантированно привлечет внимание. Под нанесение используется практически вся поверхность папки, лишь тонкий краешек остается незапечатанным. При этом картинки или цветовые оттенки, все виды логотипов и фотографий переносятся легко и быстро, без дорогостоящих расходов на изготовление пленок для шелкографии и печати.

Благодаря ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ возможно долговечное нанесение всех видов логотипов в требуемых красках с учетом корпоративного стиля.

Плюсы ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ:

- Возможность печати больших фотографий и графики.
- Реалистичное качество фотографий.
- Техника подходит для нанесения названий и логотипов.
- Более широкий спектр цветов.
- Печать небольших тиражей.
- Оперативность за счет экономии времени на предпечатной подготовке (нет необходимости вручную изготавливать сменные печатные формы).
- Избегание совмещения цветов при печати.

СУБЛИМАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ — это печать краской, при которой краска через сублимацию переходит с сублимационной бумаги на окрашиваемую поверхность. Технология СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ используется нашей компанией для фотореалистичной печати на специально подготовленных для сублимации кружках. С помощью такого нанесения можно с легкостью переносить любое изображение. Высокое качество печати и оптимальное использование рекламной поверхности делает кружку индивидуальным носителем информа-

ции. Изделия, выполненные по сублимационной технологии, являются самыми яркими и фотореалистичными на сегодняшний день.

Плюсы СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ:

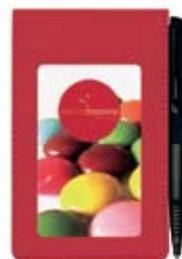
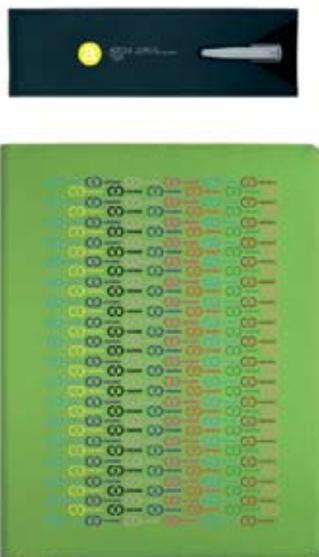
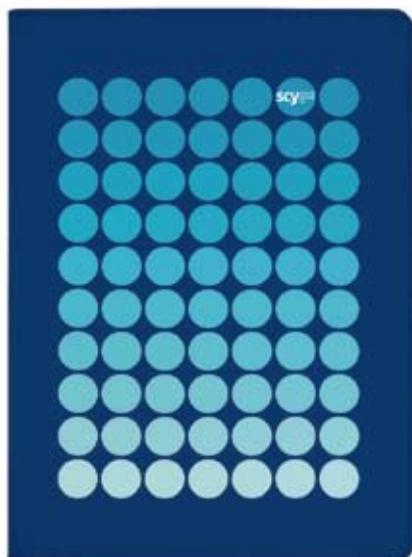
- Простота и удобство.
- Возможность печати небольших тиражей.
- Качественное изображение фотографического качества.
- Оптимальные сроки печати.

Убедительное сочетание дизайна, качества и материала создает полноценное пространство для бесчисленных возможностей нанесения. Многообразие высококачественных технологий печати позволяет оформить изделие самым различным способом. ТМ SENATOR обыгрывает это с помощью богатого опыта и направленного сервиса. Объединяя привлекательный дизайн и высокую практическую ценность в повседневном использовании, изделия превращаются в идеальные площадки для нанесения логотипов и рекламных сообщений.

SBA Ltd., +7 (495) 514-03-44

sba@senator-pen.ru

www.senator-pen.ru



НОВИНКИ 2013

senator.



NAUTIC TOUCH PAD PEN

В два счета шариковая ручка превращается в совершенное приспособление для ввода данных на устройствах с сенсорным экраном и становится идеальным спутником на работе и дома.

SWEEP

Элегантные формы и индивидуальность кружки SWEEP оправдают самые смелые ожидания, привлекая всеобщее внимание к размещенной на них рекламной информации. Изящно изогнутая ручка идеально сочетается с прямыми линиями силуэта, способствуя созданию потрясающего и неповторимого образа.



PURITY GLASS

Выразительность в форме и материале: популярная серия PURITY пополнилась стаканом, выполненным в одном стиле с кружкой. Производит впечатление виртуозное сочетание формы и функциональности.



MYBAG

Все под контролем: все мелкие предметы с легкостью помещаются в myBAG и при этом все всегда под рукой. Компактный чехол можно удобно расположить в любой сумке.



Полиэтиленовые пакеты — шелкография



ры. Как правило заказывают 30x40, 40x50 и 60x50 см.

По стоимости за 1 штуку не дешево, но во флексографии сумма в 2000 рублей не сможет покрыть минимальные затраты на печать. В шелкографии ниже производительность, но и затраты на печать ниже. Качество нанесения в шелкографии гораздо выше — элементы четкие и яркие.



Персонал — только русские.

Снизив расходы, мы даем хорошую стоимость и качество. Краски только сертифицированные и импортные. Краски российского производства мы не используем из-за невыносимого запаха. Сейчас стоимость за пакет 40x50 белый 50 мкм печать в 1 краску с 1 стороны при тираже 1000 штук для рекламных агентств 6 рублей 80

КАК ЧАСТО Вы заказывали пакеты и сталкивались с проблемой, что тираж 100 штук или 1000 отказываются печатать? А ведь не каждой компании нужны пакеты большими тиражами (флексопечать). Зачастую их негде хранить, некому раздавать, качество печати не устраивает и т.д. Если фирме нужно всего 100 пакетов, тогда они заказывают



получаются шедевры. За сложные совмещения мы обычно наценку не делаем, хоть это и прописано в прайс-листе.

Свое производство мы вывезли из Москвы 5 лет назад. Конкурировать по ценам со столичными издержками сложно, а так затрат на аренду под производство ноль, кроме коммунальных платежей, да и затраты на трудовые ресурсы ниже.



Краски, как правило, кроющиеся, что дает высокую насыщенность, даже белый цвет мы печатаем в 1 прокат. Единственное — мы не можем печатать полноцветные картинки, так как растр у нас очень крупный и печатают пакеты на однокрасочных станках. Полиэтилен не держит форму как картон или бумага, что затрудняет печать изображения со сложными совмещениями. Но если работать с душой, то



копеек за штуку.

Работаем с НДС, офис и склад в Москве. Очень часто заказчики пытаются выйти напрямую на производство в регионе, думая, что будет дешевле. Но основной подготовительный процесс и оплата только через московский офис.

ПВД пакеты,
бумажные пакет, шнур.
Компания "ЗОМЕР", г.Москва
www.zomer.ru,
www.shnur.ru

пакеты, отпечатанные методом шелкографии.

Самый маленький размер, который мы можем делать 20x30 см, а самый большой 70x60 см. Это не самые популярные разме-

PLASTIC BAG. THE SERIGRAPHY

How often did printing houses deny you making a small number of plastic bags with your company's logotype? ZOMER Company offers a serigraphy print over plastic bags, which allows to design even a small circulation and unpopular sizes. You'll have high-quality printing and rich colors in a required quantity.

Зарядка от LEDD Company

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ПОРТАТИВНЫЕ (МОБИЛЬНЫЕ) ЗАРЯДНЫЕ УСТРОЙСТВА POWERBANK — БЕЗ ПОДЗАРЯДКИ ТЕЛЕФОНА ИЛИ СМАРТФОНА ДО НЕДЕЛИ



МОЖНО ли почти на неделю отказаться от использования обычной сетевой зарядки смартфона, телефона, планшета или иного гаджета?

- Да. Можно. И даже на больший срок.

Современные смартфоны и планшеты такие прожорливые. В поездках часто сталкиваетесь с невозможностью использования обычной сетевой зарядки. Пара часов в социальных сетях, загрузка новых подкастов с использованием 3G-сети, несколько фотографий — и батарея помахала ручкой. К сожалению, для многих людей этот сценарий становится реальностью ежедневно. Иногда, разговаривая со знакомыми, слышится писк, а затем разговор прерывается. Они перезванивают с другого телефона и говорят сакраментальное: "Батарея разрядилась". Наличие зарядных устройств в машине, на рабочем месте — отнюдь не панацея. Кто-то привык носить с собой зарядку и в ресторанах выбирает места поближе к розеткам. Так рождаются современные шутки "телефоны вновь стали проводными, но теперь мы привязаны к электрической розетке".

Неприятный, но вполне типичный для современного человека, случай. Забыли зарядить свой телефон, и он предательски выключился в самый нужный момент. В ре-

зультате намеченные встречи не состоялись, и вообще, весь день прошел в ощущении какой-то беспомощности. В этой статье мы не будем размышлять на тему нашей зависимости от гаджетов и давать советы о том, как обходиться без телефона. Вместо этого поговорим об аксессуарах, позволяющих избежать таких неприятных ситуаций. Практичное решение, а именно внешний аккумулятор PowerBank, оборудованный USB выходом и набором переходников, делающих его совместимым практически с любыми типами современных гаджетов, поможет Вам быть всегда на связи.

ДАВАЙТЕ ПОСЧИТАЕМ:

Емкость аккумулятора в современных смартфонах колеблется от 1200 до 1800 mAh. В среднем — 1500mAh. Емкость аккумулятора PowerBank от 2400 mAh до 10400 mAh
"Делим" аккумулятор на батарейку :-)

ПОЛУЧАЕМ: примерно 1,6 (для 2400 mAh) и 6,9 (для 10400mAh). — Чего? Разумеется, зарядок... или суток. В итоге, Вы можете заряжать свой телефон или смартфон от внешнего аккумулятора POWER BANK неделю.

Какой смартфон, телефон, планшет или гаджет можно заряжать? — Да, практически, любой. В комплекте с портативным аккумулятором POWER BANK возможны переходники для Apple (Iphone, Ipad), Samsung (Galaxy 3, Note 2), Nokia, LG и других производителей. Есть и переходник для любой электроники, которая заряжается через microUSB.

ЕЩЕ с PowerBank — Вы можете заряжать не только телефоны, но и фотоаппараты, планшеты, плееры MP3/4, PSP одновременно, ведь usb выходов на зарядку часто бывает сразу два.

Размеры устройства POWER BANK достаточно компактны для того чтобы носить его с собой в кармане, маленькой дамской сумочке, брать в поездки и походы.

Стильные, компактные, очень яркие зарядные устройства PowerBank с возможностью зарядить практически любое цифровое устройство: iPhone, iPod, SamsungGalaxy, а также большинство остальных современных телефонов, плееров, видеоигр и электронных книг прекрасно подойдут для сувенира или корпоративного подарка! Преимущество такого подарка очевидно — он универсален как для мужчин так и для женщин любой возрастной категории и достатка.

Для заказа устройства PowerBank с логотипом обращайтесь к представителю — LEDD Company.

LEDD Company

Удачных покупок и продаж, коллектив LEDD Company

www.ledd.suwww.usb2b.ru

info@ledd.su

+7(495) 646 09 08



LEDD COMPANY CHARGER

Universal portable PowerBank chargers allow to forget about unpleasant surprises such as phone, camera or gadget battery run down.

Stylish, compact and brilliant external accumulator PowerBank can charge almost every digital device for a term of a week – from iPhone to players and videogames. It will be a perfect souvenir or corporate present for the men as well as for women of any age group.

ВСЁ для термотрансферной и сублимационной печати

ЗЕНОН-ПЕТЕРБУРГ:
Россия, 198095, Санкт-Петербург,
Митрофаньевское шоссе, д. 6а.
Тел.: (812) 622-02-02.
http://spb.zenonline.ru/
E-mail: spb@zenonline.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФИЛИАЛЫ:
ВЛАДИВОСТОК: (4232) 45-77-44. E-mail: vlad@zenonline.ru
ВЛАДИВОСТОК: (8442) 95-21-71. E-mail: vlad@zenonline.ru
ВЕРНОНИЙ: (4332) 460-222. E-mail: vrn@zenonline.ru
КАТЕРИНБУРГ: (343) 344-344-71. E-mail: kato@zenonline.ru
КАЗАНЬ: (843) 278-97-89. E-mail: kaza@zenonline.ru
КРАСНОДАР: (863) 262-43-43. E-mail: krd@zenonline.ru
ЛИПЕЦК: (4742) 252-282. E-mail: lip@zenonline.ru
МОСКВА: (495) 785-11-13. E-mail: mos@zenonline.ru
НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278-18-68. E-mail: nnov@zenonline.ru
НОВОСИБИРСК: (383) 240-08-28. E-mail: nns@zenonline.ru
ОМСК: (3812) 53-51-99. E-mail: omsk@zenonline.ru
ПЕРМИ: (3423) 914-915. E-mail: perm@zenonline.ru
РОСТОВ-НА-ДОНУ: (863) 795-45-53. E-mail: rdn@zenonline.ru
САМАРА: (846) 269-19-60. E-mail: sara@zenonline.ru
САРАТОВ: (8452) 412-111. E-mail: sara@zenonline.ru
УФА: (347) 248-16-81. E-mail: ufa@zenonline.ru
ХАБАРОВСК: (4212) 76-80-90. E-mail: khab@zenonline.ru
ЧЕБОКСАРЫ: (8352) 45-45-46. E-mail: cheb@zenonline.ru

ЛЮБАЯ РЕКЛАМА НА ПОЛОТЕНЦАХ

ГИБКИЕ СИСТЕМЫ СКИДОК ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ АГЕНСТВ

www.polotence.net
www.maxra.ru
atrium-1@mail.ru
atrium04@inbox.ru (499)317-35-81, 317-35-77

ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»

г. Мытищи,
тел./факс: (495) 583-4710
E-mail: mail@vznak.com
www.vznak.com

Завод специализируется на изготовлении продукции геральдики и фалеристики. Сувенирная продукция: знаки, эмблемы, жетоны, подставки под флажки и вымпелы. Изделия изготавливаются из различных металлов, с золочением и серебрением, с покрытием различными эмалями.

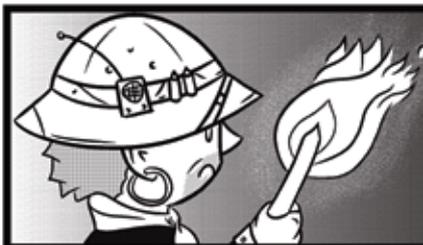
Компания ЭКОТЕЛЬ
производит полотенца с логотипом на собственном оборудовании

тел.: (495) 796-9539 ecotel21@inbox.ru
www.ecotel21.ru

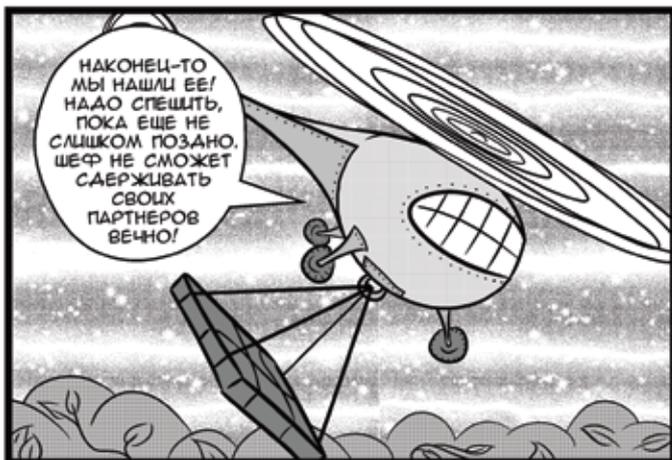
АНТИЛОГИКА

ВЫПУСК

22



ЛЕГЕНДА ГЛАСИТ, ЧТО ДАВНЫМ ДАВНО ИНДЕЙЦЫ ЮЖНОЙ АМЕРИКИ ПОКЛОНЯЛИСЬ ТАИНСТВЕННОЙ "ПЛИТЕ ДАРОВ". ТОТ, КТО ОБЛАЕТ ЕЁ, СТАНОВИЛСЯ ПОДОБЕН БОГУ. И ПОЛУЧАЛ КОНТРОЛЬ НАД РЫНКОМ И МИРОЗДАНИЕМ...



НАКОНЕЦ-ТО МЫ НАШЛИ ЕЕ! НАДО СПЕШИТЬ, ПОКА ЕЩЕ НЕ СЛИШКОМ ПОЗДНО. ШЕФ НЕ СМОЖЕТ САЕРЖИВАТЬ СВОИХ ПАРТНЕРОВ ВЕЧНО!



КОЛЕГИ! МИНУТОЧКУ ВНИМАНИЯ! "ПЛИТА ДАРОВ" У НАС.

ТА-ДАМ!

ТЕПЕРЬ БОЛЬШЕ НЕ НАДО СОПЕРНИЧАТЬ ДРУГ С ДРУГОМ, ПОКА КОНТРОЛИРУЕМ ЕЕ...



А ЧТО ЭТО ЗА ТРЕЩИНА?..

КРЭК!
ТУК!



БАХ!



ДА Я ТАКИЕ ШТУКИ ВАГОНАМИ ВОЖУ!

КТО УСПЕЛ СФОТОГРАФИРОВАТЬ? МНЕ НАДО ОТПРАВИТЬ СНИМОК НА ЗАВОД В ГУАНЧЖОУ!

НЕ СМЕТЬ! Я ПЕРВЫЙ УВИДЕЛ! КТО СДЕЛАЕТ ТАКУЮ ЖЕ - ЗАСУЖУ!



ЗНАЧИТ, НЕТ СИМВОЛА АБСОЛЮТНОЙ ВЛАСТИ? ЕСТЬ ТОЛЬКО ОДИН "КИТАЙ"?

ЭТОГО Я И БОЯЛСЯ...

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

- mos — Москва, Россия / Moscow, Russia
- spb — Санкт-Петербург, Россия / Saint-Petersburg, Russia
- vps — Верхняя Пышма, Россия / Verhnyaya Pyshma, Russia
- csp — Чистополь, Россия / Chistopol, Russia
- hel — Хельсинки, Финляндия / Helsinki, Finland

A

Автоосвежители

Air-fresheners

mos www.zomer.ru

Автосувениры

Car accessories

Удерживающий коврик Gecko на приборную панель автомобиля с возможностью нанесения логотипа.

- Большой ассортимент в наличии на складе в Москве
- Уникальная технология нанесения логотипа в Москве

Тел. +7 495 646 09 08

www.usb2b.ru
info@ledd.su

ЧЕХЛЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ТРАНСПОРТИРОВКИ АВТОШИН С ЛОГОТИПОМ ЗАКАЗЧИКА

(812) 318 70 33
AVTOBAG.COM

spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

Аксессуары для мобильных телефонов

mobile phone accessories

mos www.ay-company.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Алкоголь корпоративный

Alcohol corporate

spb www.kamni-viski.ru
spb www.scale-gifts.ru

Альбомы

Folders

mos www.antonioveronesi.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Антистрессы

Antistresses

spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru

Б

Бейджи

Badge

БЕЙДЖИ НЕМЕЦКИЕ ОТ ДИЛЕРА (495) 647-00-61 В МОСКВЕ 8 916 543-14-88 WWW.ONIS-CORP.RU

НАТАЛИЯ

mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mtgr.ru

Бейсболки

Baseball caps

d.y.cap design your cap
www.finndesign.ru

СОЗДАЙТЕ КЕПКУ ВМЕСТЕ С НАМИ

(812) 3181891 info@1gifts.biz

Бейсболки из Италии

ATLANTIS TARDET THE SPIRIT OF THE CAP

www.1gifts.biz

LEELA SALES PROMOTION

ФУТБОЛКИ РУБАШКИ-ПОЛО ТОЛСТОВКИ, БЕЙСБОЛКИ ВЕТРОВКИ, КУРТКИ

Со склада и под заказ
www.leela.ru info@leela.ru
+7 (495) 229-11-94

mos www.aero-pak.ru
mos www.footballki.ru

mos www.futbolkaru.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.teximport.ru
mos www.ufex.ru

Белье нижнее с праздничной символикой

Personalised underwear

mos www.saad.ru
mos www.zipzip.su

Бизнес-сувениры, оригинальные

Original business-souvenirs

www.1gifts.biz

CLASSIC Collection

mos www.2kkorzina.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.columb-ru.ru
mos www.deltaterm.ru
mos www.erebusgroup.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.logotex.ru
mos www.nashasemia.ru
spb www.scale-gifts.ru

Блоки для записей Note pads см. Кубарики с логотипом Kubariki with a logo

Блоки для заметок самоклеящиеся

Memo notes

www.rondo-print.ru
+7 495 517-519-8
+7 495 517-827-9

mos www.rondo-print.ru

Блокноты

Block-notes

www.rondo-print.ru
+7 495 517-519-8
+7 495 517-827-9

mos www.acar-group.ru
mos www.komo.ru
mos www.rondo-print.ru
mos www.vipdoll.ru

Брелоки

Key-holders

mos www.columb-ru.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.komo.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.vipdoll.ru

B

Визитницы

Visiting card folders

www.1gifts.biz
(812) 3181891
БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, ПОДАРКИ СО СКЛАДА

mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.antonioveronesi.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.komo.ru
mos www.souvenirs.ru

Винные и курительные принадлежности

Wine and smoking accessories

mos www.2kkorzina.ru
spb www.kamni-viski.ru
spb www.scale-gifts.ru

Грелки солевые

Salt Hot Compress

ПРОМО-ГРЕЛКИ с корпоративной символикой
www.deltaterm.ru
info@deltaterm.ru, +7(495)157-70-40

Деревянные сувениры Wooden souvenirs см. Сувениры из дерева

E

Ежедневники

Diaries

Boy-Camel ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЕЖЕДНЕВНИКИ
8 (495) 979-00-36
www.acar-group.ru

2003 КОЖАНАЯ МОЗАИКА
www.komo.ru

Деловая сувенирная продукция из натуральной кожи

KAVANTA
Optimum decision for You
495-518-20-28 www.kavanta.ru

Antonio Veronesi
Ежедневники Еженедельники Планинги Телефонные книги Визитницы
(499) 476-2454, 476-0730
(495) 642-8677
www.antonioveronesi.ru

Euro Gifts Business Gifts
ten: 8-916-203-40-24
e-mail: eurobg@mail.ru

mos www.aero-pak.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.komo.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.mf-souvenir.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.souvenirs.ru
 mos www.usb2b.ru

3 Зажигалки Lighters



mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsaquarell.ru

Значки Pins



флаги, знаки, значки, медали, награды, сувениры от производителя

www.columb-ru.ru
 www.mtgr.com

www.columb-ru.ru
 www.mtgr.com

Зонты Umbrellas



mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.souvenirs.ru
 mos www.teximport.ru
 mos www.zomer.ru

И Игрушки Toys

spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.vipdoll.ru

К Календари настенные Wall calendars

mos www.aero-pak.ru
 mos www.columb-ru.ru

mos www.giftsaquarell.ru

Календари настольные Desktop calendars

mos www.rondo-print.ru

Клипсы для денег Money holders

mos www.ay-company.ru
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net

Ключницы Key wallets

spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.komo.ru

Книги отзывов, телефонные книги Guest & Phone books

mos www.acar-group.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.komo.ru

Книги подарочные Gift books



mos www.elitegift.ru
 mos www.komo.ru

Книжки записные Phone-books



spb www.finndesign.ru
 mos www.komo.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.vipdoll.ru

Коврики для компьютерных «мышек», производство Mouse pads manufacturing

spb www.finndesign.ru
 mos www.komo.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.usb2b.ru

Корзины Baskets



Кружки Mugs

mos www.aero-pak.ru
 mos www.ay-company.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 hel www.leondirect.net
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.souvenirs.ru
 mos www.teximport.ru
 mos www.zomer.ru

Кубарики с логотипом Kubariki with a logo



mos www.rondo-print.ru

Кубки Trophies

mos www.columb-ru.ru
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net

Куклы сувенирные Dolls souvenirs

mos www.vipdoll.ru

Куртки, ветровки Jackets, wind-breakers

mos www.di-promo.ru
 mos www.futbolkaru.ru
 mos www.leela.ru
 spb www.mirtex.info
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.teximport.ru
 mos www.zomer.ru

М Магниты (сувенирные) Magnets



mos www.aero-pak.ru
 mos www.erebusgroup.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.rondo-print.ru

Монетницы

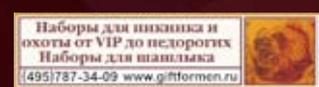


mos www.noex.ru

«Мышки» компьютерные, ручная роспись Hand-crafted computer mice

spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.vipdoll.ru

Н Наборы для пикника Picnic sets



mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net

Награды, медали Awards, medals



spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 spb www.scale-gifts.ru

Новогодние сувениры Christmas souvenirs

mos www.2kkozina.ru
 mos www.deltaterm.ru
 mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.logotex.ru
 mos www.mf-souvenir.ru
 spb www.mychoco.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.teximport.ru
 mos www.vipdoll.ru

Ножи Knives

mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net

О Одежда для промо-акций Promo-textiles



- mos www.footbolki.ru
- mos www.futbolkaru.ru
- mos www.leela.ru
- spb www.mirtex.info
- mos www.nashasemia.ru
- mos www.saad.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.utex.ru
- mos www.zipzip.su

Открытки
Postcards

- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.mtgr.com
- spb www.mychoco.ru

П
Пакеты бумажные ламинированные
Laminated paper bags

- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.shnur.ru
- mos www.zomer.ru



Пакеты ПП, ПЭ
Plastic bags



- mos www.aero-pak.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquare.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.shnur.ru

- mos www.souvenirs.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.zomer.ru

Папки
Document folders

- mos www.acar-group.ru
- mos www.aero-pak.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquare.ru
- mos www.komo.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.mt-souvenir.ru
- mos www.shnur.ru
- mos www.souvenirs.ru
- mos www.zomer.ru



Пепельницы
Ash-trays

- mos www.ay-company.ru
- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.souvenirs.ru
- mos www.shnur.ru
- mos www.zomer.ru

Планинги
Desktop calendars

- mos www.acar-group.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.antonioveronesi.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquare.ru
- mos www.komo.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.rondo-print.ru

Пластиковые сувениры
Plastics souvenirs
см. Сувениры из пластика

Пледы
Plaids



- mos www.teximport.ru
- mos www.leela.ru
- spb www.mirtex.info
- mos www.mt-souvenir.ru

Подарки, оптовые поставки
Wholesale gifts

- mos www.2kkorzina.ru
- mos www.delfaferm.ru

- mos www.zipzip.su

Подарки, розничная торговля
Retail selling gifts

- mos www.2kkorzina.ru
- mos www.delfaferm.ru

Подставки для письменных принадлежностей
Pen holders

- spb www.finndesign.ru
- mos www.komo.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.rondo-print.ru

Подставки под кружки
Coasters

- spb www.finndesign.ru
- mos www.komo.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.shnur.ru
- mos www.zomer.ru

Подстаканники
Glass holder

- vps www.zio.ru



Полотенца, банные халаты
Towers, bathrobes



- mos www.aero-pak.ru
- mos www.ecotel21.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquare.ru
- mos www.leela.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.logotex.ru
- mos www.nashasemia.ru
- mos www.polotence.net
- mos www.saad.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.utex.ru

Портфели из кожзаменителя
Synthetic material brief cases

- mos www.acar-group.ru
- mos www.erebusgroup.ru
- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.present-group.ru

Портфели из кожи

- Leather brief cases
- mos www.acar-group.ru
 - spb www.finndesign.ru
 - mos www.komo.ru
 - hel www.leondirect.net

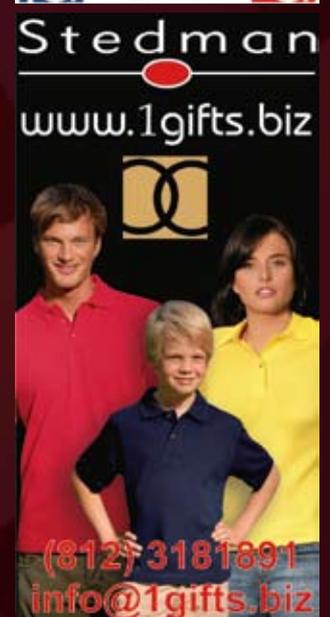
Портфолио
Portfolios

- spb www.finndesign.ru
- mos www.komo.ru
- hel www.leondirect.net

Посуда
Tableware

- mos www.aero-pak.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquare.ru
- hel www.leondirect.net
- mos www.shnur.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.zomer.ru

Р
Рубашки-поло
Poolo-shirts



- mos www.di-promo.ru
- mos www.footbolki.ru
- mos www.leela.ru
- spb www.mirtex.info
- mos www.nashasemia.ru
- mos www.saad.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.utex.ru
- mos www.zipzip.su

Ручки шариковые

Ball-point pens

mos www.aero-pak.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.mf-souvenir.ru
mos www.usb2b.ru



НЕДОРОГИЕ
пластмассовые ручки
со склада в Петербурге



Euro Business Gifts
tel: 8-916-203-40-24
e-mail: eurobg@mail.ru

Ручки эксклюзивные

Exclusive pens

mos www.aero-pak.ru
spb www.finnndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net

Рюкзаки,

Rucksacks

mos www.erebusgroup.ru
spb www.finnndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.leela.ru
mos www.teximport.ru
mos www.usb2b.ru

С

Скатерти

table cloth

mos www.di-promo.ru

Сладкие подарки

Sweet gifts

spb www.mychoco.ru

Станции погодные

Weather station



Стекланные сувениры
Glass souvenirs

см. Сувениры из стекла

Сувениры из дерева

wooden souvenirs



mos www.vipdoll.ru

Сувениры из пластика

Plastics souvenirs



Сувениры из стекла

Glass souvenirs

mos www.ay-company.ru

Сумки для ноутбуков

Folders for notebook-computers

spb www.finnndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.erebusgroup.ru
mos www.teximport.ru
mos www.usb2b.ru

Сумки из кожи

Leather bags

mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finnndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

Сумки из текстиля

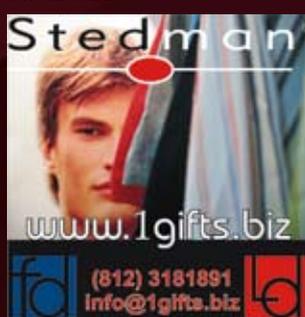
textile bags

mos www.aero-pak.ru
mos www.erebusgroup.ru
mos www.di-promo.ru
spb www.finnndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.leela.ru
hel www.leondirect.net
mos www.lidograf.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.teximport.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.utex.ru

Т

Толстовки

Sweatshirts



mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.footbolki.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.leela.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.promo24.ru
mos www.saad.ru
mos www.teximport.ru
mos www.utex.ru
mos www.zipzip.ru

У

Упаковка подарочная

и атрибуты к ней

Gift's boxes

mos www.2kkorzina.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.zomer.ru

Ф

Фарфор

Porcelain

mos www.elitegift.ru
spb www.finnndesign.ru
hel www.leondirect.net

Флаги и флажки

Flags and tableflags

mos www.columb-ru.ru
spb www.flagshtok.ru
spb www.finnndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.nashasemia.ru
mos www.teximport.ru



Фляжки

Flasks

spb www.finnndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.yourteamafe.com

Фотоальбомы

Photo albums

mos www.antonioveronesi.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finnndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

Фоторамки

Photo frame

mos www.usb2b.ru

Футболки

t-shirts

mos www.aero-pak.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.footbolki.ru
mos www.giftsaquarell.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
spb www.scale-gifts.ru
mos www.teximport.ru
mos www.yourteamafe.com
mos www.zipzip.ru





Euro Business Gifts тел: 8-916-203-40-24
e-mail: eurobg@mail.ru

Производство промо-сдажды в Москве
www.sewing.ru
www.footballki.ru



Чай персонализированный
Personalized tea

MEERA OVERSEAS (499) 369 26 02
факс: 369 69 36
meera@ropnet.ru
www.yourteamate.com

Подарочный чай, джутовые сумки

spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Часы
watches



- mos www.aero-pak.ru
- mos www.chronorus.ru
- mos www.elitegift.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.giftsquarell.ru
- hel www.leondirect.net
- spb www.scale-gifts.ru
- mos www.shnurz.ru
- csp www.vostok-time.ru
- mos www.zomer.ru

Шарфы, галстуки, платки
Ties and scarfs

- mos www.di-promo.ru
- spb www.finndesign.ru
- mos www.leela.ru
- hel www.leondirect.net
- spb www.mirtex.info
- mos www.mt-souvenir.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.yourteamate.com

Шнур декоративный, производство
Decorative cord, producing



Шоколад, леденцы с фирменной символикой
Promo-sweets

ЛОГОТИП НА ШОКОЛАДЕ
www.mychoco.ru

- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net

Эмблемы настольные
Desktop souvenirs

- mos www.columb-ru.ru
- spb www.finndesign.ru
- hel www.leondirect.net
- spb www.mtgr.ru

Ювелирные изделия с корпоративной символикой
Jewelry items with corporate symbols

- mos www.columb-ru.ru
- mos www.chasart.ru

U USB - аксессуары
USB accessories

- mos www.3venta.ru
- mos www.usb2b.ru



Удерживающий коврик Gecko на приборную панель автомобиля с возможностью нанесения логотипа.

- Большой ассортимент в наличии на складе в Москве
- Уникальная технология нанесения логотипа в Москве

Тел. +7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su

Euro Business Gifts тел: 8-916-203-40-24
e-mail: eurobg@mail.ru

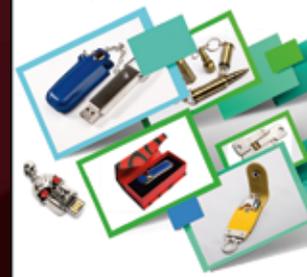
www.digifts.ru
USB



3venta
A Desire for Novelty

FLASH накопители ИТ сувениры

+7(495) 64 999 20
http://3venta.com



sales@3venta.com

V VIP-подарки
VIP gifts

Оформить и в розницу (495) 787-34-09 787-34-08
РУССКИЙ ЭЛИТНЫЙ ПОДАРОК
www.elitegift.ru

www.1gifts.biz
(812) 3181891
БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, ПОДАРКИ СО СКЛАДА

.luuds
БИЗНЕС-АКСЕССУАРЫ
8 (495) 979-08-36 • www.acar-group.ru

Рекламные агентства «MT-промо»
www.mt-souvenir.ru
тел.: (495) 788-10-57

- mos www.acar-group.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.antonioveronesi.ru
- mos www.ay-company.ru
- csp www.chronorus.ru
- mos www.columb-ru.ru
- mos www.flashmasterltd.ru
- mos www.giftsquarell.ru
- spb www.kamni-viski.ru
- mos www.komo.ru
- mos www.logotex.ru
- spb www.mtgr.com
- mos www.mt-souvenir.ru
- spb www.mychoco.ru
- spb www.scale-gifts.ru
- csp www.vostok-time.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.vipdoll.ru

В

Вышивка на изделиях
embroidery



- mos www.aero-pak.ru
- mos www.di-promo.ru
- mos www.dianacompany.ru
- mos www.ecotel21.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.logotex.ru
- mos www.polotence.net
- mos www.teximport.ru

Г

Гравировка лазерная
Laser engraving



- mos www.activtime.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.dianacompany.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.teximport.ru

Гравировка механическая
Mechanical engraving

- mos www.aero-pak.ru
- mos www.erebusgroup.ru
- mos www.giftsaquarell.ru



Д

Деколирование
Decals

- mos www.aero-pak.ru
- mos www.ay-company.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.shnurz.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.zomer.ru

Дизайн
Design

- spb www.mtgr.ru

К

Коробки подарочные, производство от 1-й штуки
gift box producing
mos www.r-plastic.com

Н

Наклейки полноцветные, производство
Sticker printing
spb www.mtgr.ru

Нанесение многоцветного стойкого изображения на металл
Printing of polychromatic permanent picture on metal



- spb www.mtgr.ru

П

Переплетные работы
Binding
mos www.komo.ru

Печать на пластике
Printing on plastic
spb www.dorum.ru
mos www.teximport.ru

Печать цифровая, полноцветная
Printing of digital, full-color
mos www.labeltex.ru

Полиграфия - все виды услуг
Printing service

- mos www.econ-press.ru

Р

РА полного цикла
advertising agency

- spb www.mtgr.ru
- spb www.scale-gifts.ru

Реклама наружная
Outdoor advertising

- spb www.mtgr.ru

Ручные работы
Handworks

- mos www.2kkorzina.ru
- mos www.vipdoll.ru

С

Слепое тиснение, конгревное
Blind stamping, kongrevny

- mos www.activtime.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.antonioveronesi.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.shnurz.ru
- mos www.zomer.ru

Сублимация
Sublimation

- mos www.teximport.ru
- spb www.scale-gifts.ru

Т

Тампопечать
Tampo printing

- mos www.activtime.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.zipzip.su

Термоперенос

- mos www.footbolki.ru
- mos www.teximport.ru

Термотрансфер
Thermo-transfer

- mos www.teximport.ru
- mos www.zipzip.su



Типография
Printing house



Тиснение фольгой
Foil stamping

- mos www.activtime.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.antonioveronesi.ru
- mos www.giftsaquarell.ru

Трикотаж, производство
textile industry

- mos www.di-promo.ru
- spb www.indros.ru
- spb www.mirtex.info
- mos www.saad.ru
- mos www.teximport.ru
- mos www.zipzip.su

Ф

Фирменный стиль, разработка
Development of firm style

- mos www.di-promo.ru

Ш

Шелкография

- mos www.aero-pak.ru
- mos www.ay-company.ru
- mos www.dianacompany.ru
- mos www.footbolki.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- spb www.mirtex.info
- mos www.zipzip.su

Э

Этикетки тканые
woven labels

- mos www.columb-ru.ru

В

ВТЛ-реклама
BTL

- mos www.2kkorzina.ru

Р

Р.O.S. Материалы
P.O.S. files

- spb www.flagshtok.ru

Отраслевые выставки

Подробности на www.iapp.ru в разделе "Выставки"

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ 2013	Москва, Крокус Экспо	10-12.09.2013	www.ipsa-russia.ru
СКРЕПКА ЭКСПО — выставка для специалистов отрасли канцелярской продукции	Москва, Крокус Экспо	10-12.09.2013	www.skrepkaexpo.ru
ВОРОНЕЖСКИЙ ФОРУМ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	Воронеж, Дворец творчества детей и молодежи	12-13.09.2013	www.fmk-vrn.ru
ПОДАРКИ выставка подарков, предметов интерьера, посуды, бизнес-сувениров, елочных украшений	Москва, Гостиный двор	17-20.09.2013	www.gifts-expo.com
PROMOTÜRK — международная выставка рекламной продукции и сувениров	Стамбул, Istanbul Expo Center	19-22.09.2013	www.promoturk.org
КОНСУМЭКСПО — выставка индустрии товаров для дома, посуды, сувениров, подарков и предметов интерьера	Москва, Экспоцентр	24-27.09.2013	www.consum-expo.ru
РЕКЛАМА-2013	Москва, Экспоцентр	24-27.09.2013	www.reklama-expo.ru
REX 2013 — международная выставка рекламы и маркетинга	Киев, ВЦ "КиевЭкспоПлаза"	24-27.09.2013	www.rex.ua
B2B EXPO — выставка-форум продуктов и услуг для бизнеса	Кишинев, МВЦ "Moldexpo"	02-04.10.2013	www.reclama.moldexpo.md
ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ	Набережные Челны, ВЦ "Экспо-Кама"	02-04.10.2013	www.expokama.ru
MEGA SHOW PART 1 — выставка посуды, товаров для дома, подарков и игрушек	Гонконг	20-23.10.2013	www.mega-show.com
ФОРУМ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ — "ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО СИБИРИ" И "ГОСЗАКАЗ. СИБИРЬ".	Красноярск, МВДЦ "Сибирь"	24-26.10.2013	www.new.krasfair.ru
MEGA SHOW PART 2 — ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ, ДЕКОРА И ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА	Гонконг	27-29.10.2013	www.mega-show.com
ПОЛИГРАФИНТЕР 2013 — выставка полиграфического оборудования, технологий, материалов и услуг	Москва, Крокус Экспо	12-15.11.2013	www.polygraphinter.ru
МЕЖДУНАРОДНАЯ НЕДЕЛЯ ДИЗАЙНА В АЛМАТЫ 2013	Алматы, Дворец Спорта им. Балуана Шолака	20-22.11.2013	www.adw.kz
РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 2013	Калининград, Балтик-Экспо	28-30.11.2013	www.balticfair.com
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА	Ростов-на-Дону, КВЦ "Вертол Экспо"	11-15.12.2013	www.vertolexpo.ru
ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА — 2013	Москва, ЦВК "Экспоцентр"	18-22.12.2013	www.nkhp.ru
PSI 2014	Дюссельдорф	08-10.01.2014	www.psi-messe.com



PSI 2014

EUROPE'S LARGEST
PROMOTIONAL PRODUCTS
TRADE SHOW

8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE YOUR BUSINESS

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

TURNS BRANDS INTO HEROES.*



senator®

IMAGE WHITE LINE & SKUBA myCASE

Белая глянцевая лакировка новой перьевой ручки Image White Line и усовершенствованный чехол для iPad myCASE - идеальное сочетание изысканной классики и современного дизайна.

Больше информации: www.senator-pen.ru

*Превращает бренды в героев.

designed to brand