

№58 || НОЯБРЬ 2013 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



3venta

A Desire for Novelty

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

2014

С НОВЫМ ГОДОМ!

зарядные устройства
+ фонарик



▶ **стр.30**

Круглый стол МАПП

Подарочная упаковка

современный взгляд



**УЛМК
ОЦМ**

Подстаканники
из Кольчугино

с Вашим
логотипом



Тел. (34368) 98-077
(49245) 2-18-49

www.zio.ru

**Наличие склада
в Москве**

**Наши бренды
Bon Carnet
Arwey
Noteeco**

www.acar-group.ru

*Bon
Carnet*

boncarnet@acar-group.com

**Акции
на ежедневники
каждую неделю**

Наши контакты:

Адрес офиса: Россия, Москва,
2-ая Магистральная ул. д.14Г стр1,
Бизнес-центр "МЕЛА", офис №211

Телефон: 8 (495) 636-27-62

Телефон: 8 (495) 979-08-36



Международная Ассоциация Презентационной Продукции (МАПП)

International Association of Promotional Products (IAPP)

некоммерческая ассоциация рекламно-сувенирных фирм

Сувенирный портал

www.iapp.ru



Новости отрасли

Сотрудничество

Журналы

Выставки

Каталог компаний

Контакты

Журнал
ПРОФЕССИОНАЛ РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА
www.profi.iapp.ru

Журнал для конечных заказчиков бизнес-сувениров
ЛИДЕР МАПП
www.leader.iapp.ru

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг
КЛАССИКИ МАПП
www.class.iapp.ru

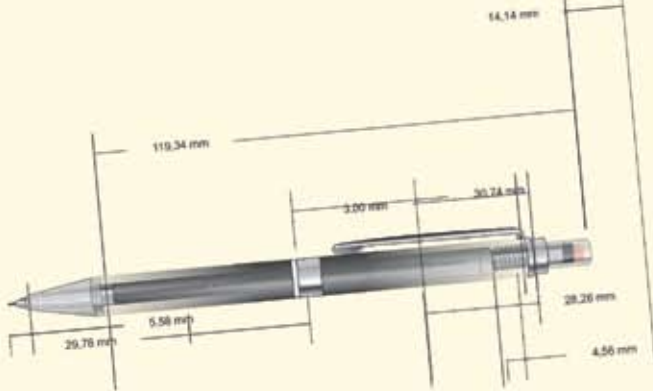
RUSSIAN PROMOTIONAL MARKET REVIEW
www.rpm.iapp.ru

ПРОФЕССИОНАЛ

ЛИДЕР
журнал

К
Классики

RPM
RPM



www.sailhas.ru



Фабрика пишущих принадлежностей "Салиась"
 Санкт-Петербург,
 Беловодский пер., 7а
 т.(812) 3181890
 info@sailhas.fi



стр. **45**



стр. **47**



6

СЛОВО ПРЕЗЕДЕНТУ МАПП
Новый год все чаще...

9

ПОЗДРАВЛЕНИЯ
с Новым 2014 годом

12

НОВОСТИ
Международные новости

14

НОВОСТИ
Лента новостей

18

ВЫСТАВКИ
Российские выставки

27

ВЫСТАВКИ
Зарубежные выставки

30

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП
Подарочная упаковка.
Современный взгляд

44

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«LEDD Company»
Источник энергии
у Вас в кармане!

45

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
Сувенирная компания «Дакор» -
Новая эра кружек-хамелеонов.
Качественнее, быстрее, креативнее,
экономичней

стр. **30**



КРУГЛЫЙ СТОЛ

47

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

«CandleKraft» - Если свечи зажигают – значит – это кому-нибудь нужно?!

49

КЛАССИКИ МАПП

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг
Календарь выставок

55

Антилогика 23

56

Отраслевые выставки

PROФЕССИОНАЛ
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№58 (ноябрь 2013 г.)

Президент МАПП
Лео Костылев
info@finndesign.ru

Исполнительный директор МАПП
Выпускающий редактор
Галина Дроздова
galya@iapp-spb.org

Ведущий специалист отдела продаж
Татьяна Улисова
tanya-mapp@mail.ru

Руководитель интернет-проектов
Анна Монтлевич
anna@iapp-spb.org

Руководитель PR-проектов
Журналист
Екатерина Лазоркина
katya@iapp-spb.org

Художественный редактор
Дизайн, верстка
Константин Никулин
konstantiniuz@gmail.com

Корректор
Варвара Мочалова

Антилогика
Александр Косачев

Секретарь
Юлия Миронова
info@iapp-spb.org

Адрес редакции: 194044, Россия,
г. Санкт-Петербург,
Зеленков пер., д. 7А, оф. 202
Тел.: 8 (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, поставщикам 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, г. Санкт-Петербург,
ул. Б. Пушкарская, д. 10, оф. 207
8 (812) 380 03 99
www.tcolorit.ru
Заказ № 0-132281
Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП.

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство ПИ № 2-6267 От 29 ноября 2002 г.

PROFI.IAPP.RU

Новый год все чаще...



Лео Костылев,
Президент МАПП

ПОДХОДИТ К КОНЦУ ОЧЕРЕДНОЙ БИЗНЕС-СУВЕНИРНЫЙ ГОД. И ХОТЯ ПОДВОДИТЬ ИТОГИ ЕЩЁ РАНО — СЕЗОН В САМОМ РАЗГАРЕ, ОДНАКО, ПОДУМАТЬ О ПЛАНАХ НА БУДУЩЕЕ КАК РАЗ САМОЕ ВРЕМЯ.

В английском языке есть грамматическое время, имеющее название «будущее в прошедшем». Не вдаваясь в суть языковых конструкций, я отметил для себя, что тем же термином можно описать отношение к главным задачам, стоящим перед бизнес-сувенирной отраслью. Все будущие задачи отрасли являются одновременно теми, которые остались нерешёнными в прошлом. Не году, я имею в виду, а вообще в прошедшем. Аренда не меняется вот уже второе десятилетие. Всё, с чем вступили в жизнь образованные в конце 90-х МАПП и IPСА, а затем и РАППС, остаётся столь же актуальным, сколь и неисполненным по сей день. И хотя, наверное, каждый участник отрасли не раз о них читал или слышал, считаю всё же необходимым напомнить основные из них:

- популяризация отрасли в среде конечных заказчиков с целью роста оборотов отрасли;
- создание условий для «честной» конкуренции (ставлю в кавычках, ибо лично считаю эти два слова несовместимыми);
- борьба с откатами;
- создание системы профессионального обучения персонала отраслевых компаний;
- издание общепрофессионального печатного органа.

Отчего же, несмотря на то, что состав участников отрасли более или менее стабилизировался уже давно, задачи так и не снимаются с повестки дня? Проходят годы, на место выбывших ассоциаций приходят другие, возникают различные движения по консолидации усилий, идей, но всё же ситуация принципиально остаётся прежней. В последние пару лет, например, в моду вошло вступать в АКАР, который благосклонно образовал в своих бездонных недрах для этих целей «группу промопродукции». Всей деятельности этого образования хватило лишь на организацию пары конференций да выработку идеи об официальной регистрации отрасли в каких-то государственных органах. С моей точки зрения, наш бизнес — обычная оптовая торговля, и дополнительная регистрация вряд ли сможет помочь решить те задачи, которые перед нами стоят. Готов выслушать возражения на эту тему. Мало того, я абсолютно уверен, что если бы члены нашей ассоциации вносили на её счёт такие взносы, как этого требует АКАР, то наша деятельность оживилась бы настолько значительно, что это не осталось бы незамеченным всеми участниками отрасли.

Пока же крупные компании отрасли ещё не приняли решения о вступлении в МАПП, несмотря на умеренность членских взносов, очевидность полезной активности, а также структурную и методологическую гибкость нашей работы. Один из заметных людей нашего бизнеса выразился прямо: «Я считаю, что в России должна быть одна сильная ассоциация», оставив «под чер-

той» (недаром специалист также и по ВТЛ) окончание фразы: «...и это не ассоциация МАПП». Мысль, конечно, глобальная, но уж очень далёкая от реализма. Во-первых, ассоциаций уже несколько, и некоторые проявляют завидную живучесть. А во-вторых, для того, чтобы в такой стране как Россия, ассоциация могла быть сильной, необходимо соблюдение двух непреложных условий: участие в ней большинства крупнейших компаний отрасли (причём как поставщиков, так и дистрибьюторов) и профессиональная команда функционеров, готовых жертвовать личными интересами в угоду интересам сообщества. Этими двумя несложными качествами не обладает ни одна из действующих, и не обладала ни одна из почивших. У РАППСа в своё время было одно из них — в ней сосредоточился практически весь оборот отрасли, а МАПП (без ложной скромности) с самого начала обладал вторым. Отчего же два таких летящих слагаемых вот уже второй десяток лет никак не могут сложиться в одной организации? Мне думается, что главным препятствием к этому является то, что запросы

ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ В ТАКОЙ СТРАНЕ КАК РОССИЯ, АССОЦИАЦИЯ МОГЛА БЫТЬ СИЛЬНОЙ, НЕОБХОДИМО СОБЛЮДЕНИЕ ДВУХ НЕПРЕЛОЖНЫХ УСЛОВИЙ: УЧАСТИЕ В НЕЙ БОЛЬШИНСТВА КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ ОТРАСЛИ (ПРИЧЁМ КАК ПОСТАВЩИКОВ, ТАК И ДИСТРИБЬЮТОРОВ) И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМАНДА ФУНКЦИОНЕРОВ, ГОТОВЫХ ЖЕРТВОВАТЬ ЛИЧНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ В УГОДУ ИНТЕРЕСАМ СООБЩЕСТВА.



рынка — цивилизованная конкуренция, популяризация отрасли, наличие сильной, авторитетной ассоциации — являются современными, в то время как структура отрасли, на которой строится весь наш бизнес, безнадежно устарела. Требовать от участников отрасли принятия мудрых современных решений всё равно, что пытаться разогнать автомобиль 20-х годов до скоростей современных родстеров. И дело даже не в том, что «Паккарды» 20-х имели двигатели мощностью 8-10 лошадиных сил, но их водители даже в кошмарном сне не могли представить себе тех скоростей, какие сегодня считаются обычными на автобанах Германии. Российский бизнес (и наш в том числе), появившись лишь немногим более 20 лет назад, ещё во многом несёт в себе черты европейского капитализма XIX века. В частности, это касается его структуры. В нашей отрасли товар продвигается по схеме: производитель — поставщик (оптовик) — дистрибьютор (дилер, посредник, рекламное агентство) — конечный заказчик (потребитель). Казалось бы, такое же деление характерно и для европейского бизнеса. Однако не всё является таким, как выглядит внешне. В прошлом веке в европейской экономике произошла глобальная, хотя и оставшаяся практически незаметной, революция. Рынок вступил в фазу постоянного перепроизводства, что, естественно, сказалось и на его структуре. В политэкономическом смысле это проще всего выразить тем, что в отличие от традиционного капитализма, спрос перестал рождать предложение, и, наоборот, предложение стало основным инициативным источником продаж. И как следствие этого, произошло дальнейшее структурное расслоение. Появился маркетинг, и как часть его — «нишевость». Если для менее развитого рынка характерна ситуация, когда все работают со всеми, хотя бы и с соблюдением некоторой вертикальной структуры (все поставщики со всеми дилерами и т.д.), то на современном рынке появились более структурированные образования. Например, поставщик работает только с дилерами, которые отвечают определенным запросам поставщика. Или рекламное агентство обслуживает только определенную отрасль, например, банковский сектор. Наш век привнёс уже и в эту структуру свои корректировки. Я не удивлюсь, если уже в ближайшие десять-двадцать лет цепочка поставки товаров

сузится до двух звеньев: производитель — потребитель. Технологии интернета уже сегодня позволяют сделать это. Например, «Проект 111», использующий практически замкнутый цикл от создания, производства на заказ, импорта до складирования, индивидуализации и распространения товара именно через Интернет, уже завтра мог бы продавать напрямую конечным заказчикам (привёл в пример именно этого постав-

развития. Работающие на «переднем краю» нашей отрасли дистрибьюторы (дилеры, рекламные агентства — все те, кто имеет дело с конечным заказчиком) уверены, что расширение отрасли, которое принесло бы им увеличение оборотов, зависит не в последнюю очередь от качества и количества их работы. К сожалению, это не так. Как бы ни старались все они, как бы ни повышали свой профессионализм, как бы ни разви-

ЛИШЬ ПОСЛЕ ТОГО КАК КОЛИЧЕСТВО ПОСТАВЩИКОВ В ОТРАСЛИ ЗНАЧИТЕЛЬНО УВЕЛИЧИТСЯ, СТАВКИ КРЕДИТОВАНИЯ ОПУСТЯТСЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЙ УРОВЕНЬ, А ТАМОЖНЯ СТАНЕТ ДЕЙСТВОВАТЬ ХОТЯ БЫ БОЛЕЕ ИЛИ МЕНЕЕ АДЕКВАТНО, МОЖНО ОЖИДАТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОЛОЖЕНИИ ДЕЛ НАШЕЙ ОТРАСЛИ.

щика лишь потому, что знаком лучше всего с их системой, хотя уверен, что и остальным крупным поставщикам отрасли есть чем похвастаться). К счастью российского дистрибьютора, в стране настолько ещё сильна коррупция, что работа напрямую будет активно саботироваться любителями откатов, благодаря чему это звено цепочки продаж пока может спать спокойно (неразумные! Не они ли предлагают бороться с откатами?!). Каким бы широкополосным ни стал Интернет, купюры в него не лезут.

Прошу прощения за невольный экскурс в будущее и возвращаюсь к описанию характерных черт нашей отрасли на день сегодняшний. Также необходимо отметить, что другим сдерживающим развитие отрасли фактором является российская банковская политика. Если говорить серьёзно, то получать прибыль на кредитные деньги при сегодняшних ставках и состоянии экономики могут, скорее всего, только наркодилеры. Есть ли государству смысл «затачивать» один из основных экономических инструментов именно на эту группу предпринимателей? Судя по всему, кто-то в российской власти считает, что есть. Другие же отрасли, в частности, наша, вынуждены инвестировать в бизнес собственную прибыль. Что также является тормозом не только для развития структуры отрасли, но и вообще для её развития. И также весьма напугивает капитализм в начальных стадиях

гали границы своей деятельности, все они ограничены теми складами поставщиков, с которыми заключили договоры и работают. На самом деле, 90% оборотов отрасли напрямую завязаны на количестве складских остатков у поставщиков, которых в России слишком мало. Да и ассортимент их товаров и не слишком велик, и не слишком разнообразен. А поскольку поставщики, как уже было сказано выше, имеют возможность развиваться только на собственные деньги, то и всё развитие отрасли получается экстенсивным.

Ещё одним, далеко не последним, но, тем не менее, немаловажным фактором, является практически средневековая система импорта товаров в Россию. Сегодня импортом занимаются не те, кто хочет, а те, кто может. Отчасти с этим связано то, почему на нашем рынке такое небольшое количество поставщиков. Более мелкие компании не решаются или не желают подвергать себя дополнительным рискам, связанным с работой российской таможни. Проблема заключается не только в практически заградительных пошлинах, объяснением которых выдвигается якобы протекционизм в отношении отечественного производителя (который на самом деле не может появиться при современных экономических условиях). Против них уже изобретены сотни технологий минимизации. Но вопиющая коррупция таможенных органов, которая порождает конкурентные

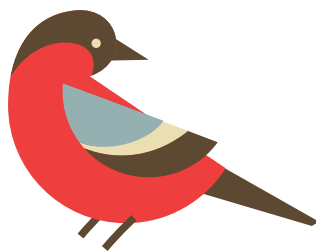


преимущества для одних и препятствия для других, а также невиданная регулирующая роль госорганов, в виде регистрации внешнеэкономической деятельности, дополнительного внимания со стороны налоговых органов и даже дополнительной проверяющей функции, возложенной на банки, являют собой законченную картину намеренного сдерживания экономического роста. В итоге импортом выгодно заниматься только большим компаниям.

Тем не менее, лишь после того как количество поставщиков в отрасли значительно увеличится, ставки кредитования опустятся на европейский уровень, а таможня станет действовать хотя бы более или менее адекватно, можно ожидать значительных изменений в положении дел нашей отрасли.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что вряд ли стоит надеяться на быстрое расширение нашей отрасли, а также увеличение оборотов. И что популяризация нашей продукции в среде конечных заказчиков, к сожалению, не сможет справиться с этой задачей без решения вышеописанных задач. Также в непредсказуемое будущее можно отнести мечту части участников отрасли относительно справедливой конкуренции. Дело в том, что «честная» конкуренция важна лишь дилерской части рынка. Поставщикам она не только не полезна, но, наоборот, вредна и уж, по крайней мере, не нужна. Мало того, что поставщики больше зарабатывают от отношений с мелкими дилерами, которые, как правило, и являются главным источником «несправедливой» конкуренции, но фактор наличия таких, с точки зрения будущего, «запасных» дистрибьюторов сам по себе является хорошим дисциплинирующим моментом для крупных партнёров поставщика. Поэтому уговорить большие капиталы отрасли создать правила цивилизованной конкуренции вряд ли удастся. Другое дело, когда рынок вырастет до масштабов удовлетворительных с точки зрения «аппетитов» владельцев капиталов отрасли. Но до этого ещё далеко, а пока они будут соглашаться с доводами своих дилеров, интенсивно кивать головами,

ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ОЧЕРЕДНОЙ ГОД, НО НАШИ ПРОБЛЕМЫ, КАК ВИДИМ, ОСТАЮТСЯ С НАМИ. И ТО, КАКИМИ БУДУТ СЛЕДУЮЩИЕ ГОДЫ НАШЕЙ ОТРАСЛИ, ЗАВИСИТ ОТ КАЖДОГО ИЗ НАС, ОТ КАЖДОГО ПРИНЯТОГО ИЛИ ОТВЕРГНУТОГО НАМИ РЕШЕНИЯ. ДАВАЙТЕ ПОСТАРАЕМСЯ СДЕЛАТЬ НАШИ РЕШЕНИЯ БОЛЕЕ ОСОЗНАННЫМИ И ОСНОВАННЫМИ НА ИНТЕРЕСАХ ОТРАСЛИ, А НЕ НА СОБСТВЕННЫХ АМБИЦИЯХ И УДОВЛЕТВОРЕНИИ ЖАЖДЫ НАЖИВЫ.



но денег в конкретные мероприятия вкладывать не станут. И ни у кого нет права осуждать их за это.

Как уже было сказано выше, сильной ассоциацией может стать только та, которая обладает целым пакетом разумных и своевременных идей, должным и гарантированным финансированием, а также командой преданных делу профессионалов. Пока же проектами, которые могла бы и должна была осуществлять ассоциация, занимаются частные предприниматели отрасли.

Заканчивается очередной год, но наши проблемы, как видим, остаются с нами. И то, какими будут следующие годы нашей отрасли, зависит от каждого из нас, от каждого принятого или отвергнутого нами решения. Так давайте же постараемся сделать их более осознанными и основанными на интересах отрасли, а не только на собственных амбициях и удовлетворении жажды наживы.

Последний абзац прозвучал уже совсем как новогодний тост. Поэтому, если вы, уважаемый читатель, ещё не уснули, читая это длинный скучный текст, то в заключение статьи, пользуясь случаем, я хотел бы поздравить вас с наступающими праздниками Нового года и Рождества Христова и пожелать вам не забывать, что всё, чем мы занимаемся в будние дни, лишь маленькая и самая малозначительная часть нашей жизни. И поэтому волновать она нас должна сообразно её настоящему месту в пространстве нашего бытия. Будьте счастливы, вы и ваши близкие!



HERE COMES A NEW YEAR

Leo Kostylev, the IAPP's President analyses a business souvenir's year coming to an end and reflects upon plans for the future. What does restrain the industry development, does honest competition has any chance to exist and what will happen to the promotional production industry in future?



С НОВЫМ ГОДОМ, ДРУЗЬЯ!

Дорогие друзья! Вот и подходит к завершению еще один год. Надеемся, что «змеяка 2013» если и покусала всех без исключения, то это был не яд :), а лекарство в виде того ОПЫТА, который необходим для дальнейшего движения вперед! А добрая лошадка встретит нас ласково и будет всем верной помощницей!

Новый год – праздник чудес, и хоть все мы уже давно взрослые и многие ни во что не верят, к нашему глубокому сожалению, мы все же пожелаем вам жить в состоянии чуда!!! Чувствовать каждый прожитый день, как бесценную бусинку, которая аккуратно нанизывается или стремительно падает на тоненькую нить ожерелья собственной жизни. Уверены, что у каждого из нас получится свой узор, неповторимый и прекрасный, как любая ручная работа...

Берегите себя и близких! Будьте здоровы и сильны духом! Красивы и приветливы! Удачливы и добры! Дostatка, процветания, личного счастья, воплощения творческих идей, радостных изменений, интересных путешествий, отличного отдыха и веселой работы :) в новом 2014 году.

Мы желаем всем нам, что бы крепла и развивалась наша страна, огромная и богатая не только недрами, но и талантливыми людьми. И раз уж в канун Нового года «разрешается» говорить о чудесах, мы желаем, чтобы наконец-то, как в главной русской сказке о «Василисе Прекрасной», Россия окончательно сбросила свою лягушечью кожу и выбралась из болота, а затем и из кощеёва полна. А все «кощеёво царство» сгнуло... со всей своей многочисленной свитой, в образе жадности, лжи, хитрости, подкупа и т.п. Чтобы возродилось сословие

купеческое, для которого «слово данное» было выше всего на свете.

Спасибо вам за поддержку, за дружбу и преданность, за общение и время, которым вы нас одариваете, несмотря на огромную занятость! Благодаря всем вам МАПП существует, а журналы выходят с постоянной периодичностью.

Мы надеемся, что в следующем году МАПП порадует вас новыми проектами, а «Профессионал РСБ» и «Лидер МАПП» новыми рубриками и интересными страницами, которых будет больше прежнего благодаря вашему доверию к нам!!!

С уважением, МАПП, редакция журналов «Профессионал РСБ» и «ЛИДЕР МАПП».



С НОВЫМ 2014 ГОДОМ



Валерий Бинкин,
генеральный директор "Кьюти-
дизайн", Новосибирск

ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!

Пусть моё поздравление будет несколько субъективно, зато от всего новосибирского сердца.

Идут годы, меняется рынок, меняемся мы, сменяют друг друга коллекции в каталогах, меняются вкусы, теряются и входят поставщики и дилеры, появляются и исчезают ассоциации...

Хочу, поздравляя всех коллег с Новым Годом, поздравить всех нас и с рождением Национальной Ассоциации Рекламно-Сувенирной Индустрии — НАРСИ.

Уверен, она станет надеждой и опорой всех участников рынка, говоря простыми словами, в перманентной квинтэссенции синергетического симбиоза с АКАР и МАПП. Хочу пожелать всем хорошего бизнеса в новом году, а также вступления в НАРСИ. Изменить и расширить рекламно-подарочный рынок мы сможем только

Активными
Совместными
усилиями.



Светлана Салина,
генеральный директор
и команда компании
«Сувенир Медиа», Москва

ДОРОГИЕ ПАРТНЕРЫ И КОЛЛЕГИ!

Желаю встретить Новый год с радостью и удовлетворением от достигнутых целей, с теплотой и благодарностью ко всем тем, кто был с Вами рядом, кто помогал и поддерживал на пути.

Пусть наступающий год

- станет временем удачи, мощных прорывов в делах и развитии Вашего дела,
- подарит интересные встречи с лучшими из людей,
- научит ценить и любить свое дело,
- подарит возможность для профессионального и личного роста
- вознаградит временем для путешествий, новых открытий и самых ярких впечатлений.

Успешного завершения высокого делового сезона!

Поздравляю с началом Нового года, наполненного бесконечным числом праздников и поводов дарить и создавать подарки!



Андрей Дегтяренко,
председатель совета директоров компа-
нии «Проект» 111», Санкт-Петербург

В 2014 году отдыхать будет некогда. Идем вперед все вместе, дружно, причем темпами, опережающими остальные сферы экономики. Давайте вытягивать страну из стагнации и радовать всех полезными и интересными подарками! Возможности для этого у нас есть, ведь промоиндустрия — одна из самых независимых отраслей: мы не получаем господдержки и не зависим от госрегулирования. Рассчитываем только на себя.

Желаю всем друзьям и коллегам по промоиндустрии больше креативных и оригинальных решений, больше подарков, хороших и разных, большей включенности в общественную жизнь, больше работы над собой — и всё у нас получится! С Новым годом!



Сергей Вербицкий,
генеральный директор «ДЕКО Медиа»

**«ЧУТЬ ПОМЕДЛЕННЕЕ,
КОНИ,
ЧУТЬ ПОМЕДЛЕННЕЕ...»**
(Владимир Семёнович)

Собственно, и всё пожелание и, заодно, поздравление с наступающим 2014 годом деревянной лошади для всех «рекламных собратьев».

А то уж больно пугающе выглядят нынешний разгон жизненно-событийной карусели. А удержаться в седле нашей рекламной деревянной лошади надо обязательно!

Иначе кто же будет тогда покупать наши замечательные кожаные изделия в подарочной упаковке! ;-) Horse New Year!)



Игорь Чижов,
генеральный директор
ЗАО «Прагматика», Екатеринбург

Коллеги! В наступающем году «Прагматика» желает Вам поменьше суматошных штурмов, скачек и погонь, побольше предсказуемых конкурсов, отменных выездов, вольтижировок, джигитовок! Пускай порою жизнь нам здорово напоминает конные бега, в конце концов, без этой интереснейшей соревновательной динамики, без этого движения, не будет и побед! Желаем Вам успеха и всегда уверенно держаться в седле!



Игорь Клевцов,
генеральный директор ЗАО «ПОНИ»,
Санкт-Петербург

**ПОЗДРАВЛЕНИЕ
ПАРТНЕРОВ
С НОВЫМ ГОДОМ!**

Уходящий год Змеи был для нас по-настоящему взрывным, насыщенным, событийным, был новаторским и экспериментальным. Коллекцию Адьютант® 2014 можно по праву считать революционной. Это революция идей, новых линеек, красок и концепций!

Я убежден, что каждый пройденный год ценен. Ценен опытом, который мы приобретаем, ценен новыми открытиями и успехами, взлетами и падениями, ценен яркими проектами и творческими решениями, ценен каждым из наших заказчиков и партнеров, и больше всего ценен тем, что мы делаем любимое дело вместе!

Пусть в новом году будет как можно больше интересных задач и нестандартных решений, пусть всё задуманное воплотится в жизнь, пусть проекты будут креативными, а желание делать их вместе принесет радость совместного творчества! С наступающим Новым годом, друзья!



Владимир Шарыпов,
глава Представительства СЕНАТОР в РФ,
Москва

ДОРОГИЕ КОЛЛЕГИ!

От имени ТМ СЕНАТОР поздравляю всех тружеников рекламно-сувенирного цеха нашей необъятной Родины с наступающим Новым Годом! Желаю всем доброго здоровья и пройти всем курсы агитаторов-пропагандистов не только здорового образа жизни, но и по продвижению нашей молодой отрасли народного хозяйства!

Экономисты пророчат нам 7 тощих лет впереди, но не будем унывать и верить им. Нас никто не наградит медалью героя труда, но зато мы сами помогаем поощрять людей из всех сфер экономики! Только мы делаем рекламу живой и приятной, помогаем сделать правильный выбор хорошего товара. Также желаю, чтобы наша отрасль заняла достойное второе место среди всех видов рекламы, как и во всем мире!

Ваш ВАШ



Татьяна Корнеева,
генеральный директор компании «АВС-Прим», Москва.

НОВЫЙ ГОД УЖЕ СТУЧИТСЯ В НАШИ ДОМА...

Грядущий 2014 год — год Лошади, а лошадь всегда была одним из главных символов России.

Гоголевская птица-тройка, летящая кобылица Блока, конь Георгия-победоносца, покровителя царства Московского. Наконец, сказочные Сивка-Бурка, Конек-Горбунок и многочисленные деревянные крышные коньки в русских деревнях, как обереги от злых сил, призывающие согласие и богатство в дом.

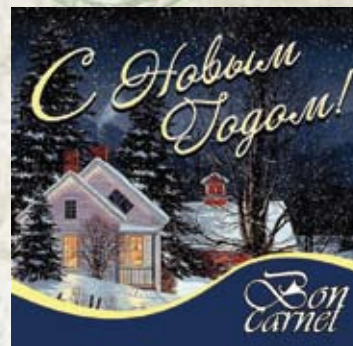
С древних времен лошадь олицетворяла собой добро, мудрость, мощь, неукротимое стремление к свободе.

Этот год — наш год!

Пусть он принесет с собой бурлящую жизненную энергию в тысячи лошадиных сил, творческие озарения, талантливые идеи.

Пусть подарит всем радость жизни, духовную гармонию и оптимизм.

С Новым Годом!



**Компания АДЖАР ГРУПП,
Москва**

Мы поздравляем своих любимых клиентов с Новым Годом!

Хотим поблагодарить их за доверие, оказанное нашей компании, за плодотворный год работы, который принес множество креативных идей. Надеемся, что Новый год будет таким же успешным. Желаем всем успехов, душевного равновесия и достижения поставленных целей!

Международные новости



PSI 2014. НОВЫЙ ГОД — НОВЫЕ ПРАВИЛА

52 выставка индустрии промопродукции PSI 2014 пройдет в Дюссельдорфе с 8 по 10 января. Ассоциация PSI объединяет более 6000 дистрибьюторов и поставщиков бизнес-сувенирного рынка со всей Европы, активно способствуя улучшению эффективности их работы.

С нового года ведущая европейская выставка промопродукции откроет свои двери для дистрибьюторов, которые не являются членами ассоциации PSI.

Для того чтобы получить бесплатный билет на выставку PSI 2014, достаточно зарегистрироваться в Европейском справочнике проверенных дистрибьюторов по адресу www.certifiedprofessionals.eu. Единственным условием внесения компании в справочник является ее действительное участие в деятельности по продаже промопродукции на европейском рынке.



10 ВЫПУСК ВЫСТАВКИ РЕКЛАМЫ И ПОЛИГРАФИИ REMADAYS ВАРШАВА

С 5 по 7 февраля в Варшаве состоится десятая юбилейная выставка рекламы и полиграфии RemaDays.

Из года в год выставка RemaDays Варшава собирала всё больше и больше экспонентов и посетителей. Если в первый раз в выставке участвовали в основном польские компании, то теперь RemaDays Варшава — это 12000 посетителей из 25 государств и около 600 экспонентов из 15 государств. Международные дни рекламы RemaDays — одно из самых масштабных событий рекламной отрасли в Центральной Европе.

Уже на протяжении нескольких лет на выставке представлены четыре сектора рекламы: Out&IndoorSystem, GiftsWorld, TechnologyPark, PrintShow, а также RemaCongress. Международные дни рекламы RemaDays Варшава предоставляют посетителям возможность ознакомления с наиболее актуальными на рынке продуктами, решениями, а также тенденциями в маркетинге и рекламе, что является важным аргументом, чтобы посетить это незаурядное событие — настоящий «Праздник Рекламы».

Подробности участия и посещения выставки на www.remadays.com

EXPO 4.0 — ЧЕТЫРЕ ВЫСТАВКИ ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ

Назначенная на 15-17 января 2014 года выставка RemaDays Europe в Нюрнберге была отменена. Организатор выставки — польская издательская компания GJC Inter Media, совместно с немецкой компанией gmk & WNP Fachmessen и организатором выставки промопродукции GiveADays в Штутгарте, пришли к соглашению об объединении этих проектов. Новая дата проведения совместной выставки 13-15 февраля 2014 года.

Обращаем ваше внимание, что экспоненты выставки GiveADays — изготовители, импортеры и оптовые продавцы промопродукции. Также здесь будут представлены оборудование и расходные материалы для нанесений.

Одновременно с шоу GiveADays под одной крышей пройдут выставки TV TecStyle Visions, wetec и TEC DS. Таким образом, EXPO 4.0 объединяет все области визуальной коммуникации. В то время как все четыре шоу остаются независимыми друг от друга, их объединение на одной площадке позволяет посетителям увидеть самые лучшие инновации в разных направлениях. Организаторы выставок ожидают в этом году около 500 экспонентов и более 15000 посетителей.

Бесплатный билет действителен для всех выставок EXPO 4.0.

Дополнительная информация и онлайн-регистрация посетителей доступна на www.giveadays.com



АССОЦИАЦИЯ МАПП ПРИМЕТ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ PSI 2014 В КАЧЕСТВЕ ЭКСПОНЕНТА

Мы приглашаем всех наших коллег, друзей, партнеров с 8 по 10 января 2014 года посетить крупнейшую европейскую выставку промоиндустрии! Найти нас вы сможете под именем IAPP, 11 павильон, стенд М 33.

От себя добавим, что выставка PSI — это одно из самых значимых событий промоиндустрии в Европе. Каждый год выставка собирает более тысячи участников и около десяти тысяч посетителей со всего света. Это неоценимый опыт для участников рекламной отрасли, деловые встречи и максимально комфортная атмосфера для бизнеса.

До встречи в Дюссельдорфе!

Активное продвижение вашей продукции и рекламных услуг, а также ответы на все вопросы:

(812) 318-18-92/93

info@iapp-spb.org

www.iapp.ru

ПРОМОПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ИЗГОТОВИТЕЛЕЙ ЛЕКАРСТВ: ГЕРМАНСКИЕ ВЛАСТИ ПОДДЕРЖИВАЮТ ЗАПРЕТ

Жалоба Германской ассоциации промопродукции (GWV) на так называемый «кодекс прозрачности», принятый Европейской федерацией фармацевтической промышленности и ассоциацией (EFPIA), была отклонена. Кодекс, принятый 24 июня 2013, предполагает, кроме всего прочего, полное запрещение использования недорогой промопродукции в целях продвижения лекарственных препаратов, продаваемых по рецептам с июля 2014 года. Надзорные органы Германии не поддержали точку зрения ассоциации промопродукции о том, что подобные решения нарушают принципы свободной конкуренции.

Для обоснования своих аргументов GWV заказала Кёльнскому институту маркетинговых исследований работу по сбору рыночных данных, которые бы показали степень возможного ущерба для индустрии от подобных запретов. Тем не менее, исследование не убедило чиновников, которые сочли данные недостаточно доказательными. GWV не согласна с выводом Федерального антимонопольного управления о том, что собранный материал в предоставленной форме «не является достаточным доказательством для внесения изменений в решение EFPIA». «Основываясь на предоставленных цифрах уже ясно, что решение EFPIA приведёт к потере оборотов немецкого рынка промопродукции на сумму в сотни миллионов евро ежегодно», — комментирует Председатель GWV Патрик Политце (Patrick Politze).

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Вроде бы и хочется порадоваться за российский бизнес, которому ещё долго не грозит подобная ситуация: во-первых, в России любое лекарство можно купить без рецепта, во-вторых, даже если бы какое-то властное учреждение и приняло подобный закон, то вряд ли кто-либо стал бы его исполнять, а в-третьих, производители лекарств в России совсем не радуют нас большими заказами. И только одно портит эту идиллию: весь российский рынок промопродукции едва достигает тех цифр, которые Германия может позволить себе потерять от отказа одной лишь отрасли промышленности. Что лучше? Решайте сами...*

<http://www.bundeskartellamt.de/>

ПРЕМИЯ ПРОМОПРОДУКЦИИ 2014: СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК ПРОДЛЕВАЮТСЯ

Хорошая новость для поставщиков, дистрибьюторов агентств и дизайнеров промопродукции, желающих принять участие в Премии промопродукции 2014 (Promotional Gift Award 2014), но не успевших подать заявки до определённого ранее срока 15 ноября: срок продлён до 5 декабря. Это также поможет тем компаниям, новинки продукции которых появляются в самом конце года, в период наибольшей активности. Организатор Премии, кёльнское издательство WA Publishing планирует собрать экспертную комиссию для оценки поступивших заявок 11-12 декабря 2013 года. Премии будут вручаться победителям 26 марта 2014 года в Кёльне во время проведения выставки HARTICA live 14 в помещении комплекса Palladium.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Что-то до боли знакомое звучит в названии германской Премии. Как видно, в какой бы стране дизайнеров ни награждали, но обойтись без английских слов «Gift» и «Award» никак не получается!*

www.promotionaward.com

PF CONCEPT: НОВАЯ ЭКСПРЕСС СЛУЖБА

PF Concept предлагает новую услугу по поставке промопродукции из коллекции Bullet за 24 часа. Недорогие изделия поставляются с нанесением в один цвет с фабрики компании в Польше, благодаря использованию экспресс-технологии нанесения Sure-Ship™. Срок поставки продукции внутри Европы — одни сутки. Bullet — одна из четырёх концепций компании PF Concept, которая представляет обширный ассортимент недорогих изделий, обновляемых дважды в год. Помимо пишущих инструментов, USB-накопителей, фонариков, пляжных аксессуаров, папок и других подарочных изделий, коллекция Bullet содержит изделия для путешественников, гигиены и здоровья, а также товары для дома.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Bullet переводится с английского как «пуля». В России, чтобы получить пулю, целые сутки ждать не придётся! А ещё выражение «лить пули» означало когда-то «врать», «заливать». Ну а если серьёзно, то продукция с нанесением за 24 часа по всей Европе — это сильно! Жаль, что из-за средневековой таможи Россия не сможет этой услугой воспользоваться. Хоть и в ВТО.*

www.pfconcept.com

ЕВРОПЕЙСКИЙ БАРОМЕТР 2013: СИТУАЦИЯ ОСТАЁТСЯ СЛОЖНОЙ

СЕВЕРНАЯ ЕВРОПА: В скандинавских странах, к сожалению, наблюдается продолжение снижения оборотов, по сравнению с 2012 годом. Надежды на то, что 2013 окажется переломным, не оправдываются.

ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА: Стабильность Германии сменилась спадом. Это не могло не сказаться на результатах продаж всей Западной Европы, хотя показатель сохраняется на отметке стабильности.

ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА: Спад будет продолжаться благодаря налоговым мерам, принятым в Венгрии, а также нестабильной экономике некоторых стран, например, Румынии.

ЮЖНАЯ ЕВРОПА: Ситуация стабилизируется. Роста пока не наблюдается, хотя спад продаж остался позади. Похоже, что «дно» достигнуто, и теперь стоит ожидать движения только вверх.

ЕВРОПА В ЦЕЛОМ: Отчасти по причине некоторых колебаний в экономическом двигателе Европы — Германии, общие результаты продаж промопродукции скорее всего покажут небольшой спад. Продажи делового текстиля снизятся примерно на 12%, остальной промопродукции — на 7%. Однако, позитивная риторика политических лидеров и настрой медиа позволяют надеяться на позитивные сдвиги в ближайшем будущем.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *В 2012 году лишь Россия и Турция показали рост продаж промопродукции. В этом году Европе всё ещё нечем похвастаться, кроме хорошо налаженной системы сбора статистической информации. Каких бы показателей российский бизнес ни достиг, к сожалению, никто об этом достоверно узнать не сможет. А жаль! Вполне может быть есть причина для гордости.*

КОМПАНИЯ БОН КАРНЕТ ПРЕДСТАВЛЯЕТ ВАМ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕТРАДИ И БЛОКНОТЫ NOTEESO!!!



NOTEESO — это коллекция тетрадей, которые изготавливаются из переработанной бумаги, тем самым сохраняя леса. Коллекция тетрадей представлена различными форматами, различными внутренними блоками (клетка, линейка или чистый лист), а также наборами тетрадей. Гармонично дополняет тетради обложка с яркими эксклюзивными рисунками на экологическую тему, выполненная из переработанного картона. Все тетради коллекции многофункциональны и удобны в работе благодаря резинке на обложке, держателю для ручки и бумажным карманам. Также в комплект входят экологические ручки «NOTEESO».

Приобретая наши экологические тетради, вы и ваша компания бережете леса!!!

ООО «Бон Карнет»
 +7 (495) 979-08-36, 636-27-62,
boncarnet@acar-group.com
www.acar-group.ru
www.бон-карнет.рф

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СУВЕНИРЫ К НОВОМУ ГОДУ

К новому 2014

году наша компания подготовила как различные бизнес-сувениры из стекла, керамики, пластика, металла, так и сувениры для промоакций — это зажималки, ручки, посуда, антистрессы, значки, медали, брелоки. К бизнес-сувенирам можно подобрать подарочную упаковку. Современные технологии дают возможность сделать нанесение на любую поверхность и любым методом (шелкография, тампопечать, деколирование, лазерная гравировка, тиснение, термотрансфер).



«АЯ комания»
www.ay-company.ru
 +7 (495) 502-94-65

ЖАЛКО ЛИ ВАМ ПТИЧКУ?



По данным комитета ООН по охране окружающей среды, от пластикового мусора ежегодно гибнет 1.5 млн. птиц и морских животных.

Для наибольшего распространения экологических пакетов компания «Аэрополиграфия – АПК» с 1 января 2013 года изготавливает стандартные биоразлагаемые пакеты по цене обычных полиэтиленовых!

Пакеты «Пеperматч» 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

ПЕЧЕНЬЕ С ПОЖЕЛАНИЯМИ. УНИКАЛЬНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ НОСИТЕЛЬ.



«Корпорация Удачи» представляет новый для российского рынка рекламный носитель — печенье с пожеланием.

Печенье с пожеланием — это не просто печенье. Внутри каждой печеньки находится бумажка, на которой написано что-то хорошее. Таким образом, помимо угощения, печенюшка несет в себе еще и положительные эмоции.

На бумажке для пожеланий можно напечатать любой текст и разместить логотип. Также можно разместить логотип на индивидуальной упаковке каждой печеньки.

«Корпорация Удачи»
 +7 (499) 140-70-03
 +7 (903) 218-53-88
fortuna12.00@mail.ru
www.fc8.ru

НОВЫЙ КАТАЛОГ КОМПАНИИ STAN 2014



Наконец увидел свет новый каталог компании STAN. В нём есть всё — яхты, побережье, солнце и, конечно, множество новинок!

Каждый каталог ТМ «STANcolor» мы создаём как подарок нашим клиентам и себе самим. Мы стараемся, чтобы каталог соответствовал ожиданиям и содержал приятные неожиданности.

В новом каталоге мы рассказали о наших «фишках» — это наши конкурентные преимущества, наша забота о покупателях. С каждым товаром мы мечтаем дать нашим клиентам немного больше, чем просто предмет одежды.

В ассортименте компании появились новинки. Мы следуем модным трендам, чтобы корпоративную одежду хотелось носить. Мы учитываем пожелания наших клиентов, чтобы вам было удобно.

Мы увеличиваем объем складского запаса, чтобы вы могли сразу получить желаемое.

STAN • 8 800 555-53-05
stan@stan.su • www.stan.su

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ



Компания ООО «Дом моделей кожгалантерейных изделий» к Новому Году и Рождеству предлагает широкий ассортимент бизнес-сувениров и корпоративных подарков из натуральной кожи с возможностью нанесения логотипа любой сложности по очень доступным ценам.

Наша продукция — это гарантия качества, опыт и традиции, современный и классический дизайн, функциональность, индивидуальность и универсальность, отличный подарок деловым партнерам, клиентам, сотрудникам и просто близким людям!

ООО «Дом моделей кожгалантерейных изделий», Санкт-Петербург

НОВАЯ СЕРИЯ НАБОРОВ ДЛЯ ШАШЛЫКА



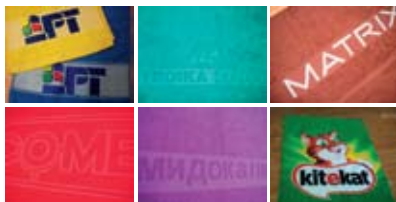
«Русский Элитный Подарок» запускает производство новой серии подарочных наборов для шашлыка. Впервые рукояти шампуров изготавливаются из высококачественной, стабилизированной карельской березы и не имеют аналогов среди данного вида продукции. Наборы возможно комплектовать ножами подобного вида, из дамасской 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

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 станут приятным, нестандартным, а главное нужным подарком потребителю, сотруднику 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

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

РЕКЛАМНЫЙ И КОРПОРАТИВНЫЙ ТЕКСТИЛЬ С ФИРМЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ.



Рекламно-производственная компания ООО «Наша семья» продолжает совершенствовать продукцию для компаний, активно продвигающих свои товары, услуги и торговую марку на российском рынке.

За последний год была расширена и усовершенствована производственная база, что позволяет нам предлагать лучшие условия на рынке машинной вышивки и корпоративных подарков.

Мы предлагаем с нашего склада в Москве пледы, полотенца, тапочки, халаты и др. текстильную и сувенирную продукцию с вышивкой фирменной символики.

В ассортименте предлагаемой продукции большое место занимает корпоративная одежда с фирменной символикой.

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Вышивка на изделиях».

Наша семья, Москва

ФАВОРИТ СЕЗОНА — КОЛЛЕКЦИЯ УПАКОВКИ МИЛЛЕФИОРИ!

Дизайн был создан победительницей международного конкурса, организованного «Правила Успеха Групп» в 2012 г. Коробка Миллефиори с двумя открывающимися створками выполнена из актуального на данный момент материала — крафт. Атласная лента придает праздничность упаковке. Уют и завершенность коробке придает внутреннее оформление — спокойный «винный» фон. Внутри можно положить чай, кофе, набор для приготовления глинтвейна, шоколад, интересную книгу или хрустальную сувенир-фигурку. В коллекции Миллефиори есть коробка, крафт-пакет, тубы двух размеров под шампанское или другую бутылку, а также подарочная бумага.

Правила Успеха Групп
+7 (495) 640 29 16

Оформите заказ на сайте
ПодаритеКрасиво.РФ

Ещё более 100 видов подарочной и новогодней упаковки смотри на www.pravilausepa.ru

НАСТОЯЩИЙ ИНДИЙСКИЙ ЧАЙ В СТЕКЛЯННОЙ УПАКОВКЕ

К 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

УНИКАЛЬНЫЕ ПОДАРОКИ С НАТУРАЛЬНЫМ ЧЕТЫРЕХЛИСТНЫМ КЛЕВЕРОМ.



Любителям оригинальных подарков и нестандартных аксессуаров на заметку: на сувенирном рынке появилась линия необычных изделий. Компания «Носи клевер» предлагает подарки с редко встречающимся в природе натуральным четырехлистным клевером, сохраненным по особой технологии. Брелоки, кулоны, браслеты, запонки и многие другие аксессуары станут отличным подарком для успешных, уверенных в себе людей. Высочайшее качество изделий гарантирует вам удовольствие обладания ими.

Компания «Носи клевер» всегда открыта для новых предложений и с нетерпением ждет новых партнеров и друзей.

Носи клевер
+7 (495) 517-22-54
www.nosiklever.ru
5172254@gmail.com

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 лёд! 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
scale-bs@mail.ru

ПОДСТАКАННИК СО СПОРТИВНОЙ ТЕМАТИКОЙ



В то время как вся страна готовится к предстоящей сочинской Олимпиаде, «Кольчугинский завод цветных металлов» приготовил сюрприз для всех любителей спорта — новый подстаканник со спортивной тематикой.

Подстаканник выполнен на базе совершенно новой пластины «Горы», отходящей от классических канонов. Контур изделия напоминает одновременно и горный хребет со снежными шапками, и царскую корону. В центральном окне изображены фигуры спортсменов, полный подарочный комплект включает в себя подстаканники «Биатлон», «Хоккей», «Лыжи», «Горные лыжи», «Конькобежный спорт» и «Парное фигурное катание».

Примечательно, что в создании данной модели принимали участие не только профессиональные художники, но и наши покупатели. Дизайн подстаканника выбран из нескольких вариантов путём голосования, учтены и личные пожелания отдельных людей. Благодарим всех, кто принял участие в этом непростом процессе!!!

ООО "УГМК-ОЦМ" (управляющая компания ЗАО "Кольчугцветмет")
<http://www.zio.ru/ru/about/Chex7/>
+7 (34368) 98-077
selunsky@ocm.ru

ЛЮБОВЬ ОТ WAX LYRICAL



Ароматы для дома класса Premium от одного из крупнейших английских производителей Wax Lyrical - это волшебный подарок ко Дню Святого Валентина и 8 марта!

Свечи, диффузоры, саше, попури, спреи Wax Lyrical наполнят дом изысканными ароматами и создадут вокруг атмосферу праздника. Каждая парфюмерная композиция содержит роскошную смесь эфирных масел и только натуральные ингредиенты. Все самые счастливые мгновения отражены в сложных ароматах коллекций - волнение первой влюбленности, предвкушение праздника, беззаботность лавандовых полей, ощущение уюта от запахов кондитерской лавки, чувственность мускуса, теплота корицы...

Дом Свечей, Москва

20-ЛЕТИЕ «КОМПАНИИ А-ВЕРС»

День рождения компании А-Верс!

Нам 20 лет
 Вам 20% скидка*



По случаю своего юбилея «Компания А-Верс» представляет праздничные акции на сайте www.awers.ru.

Компания была основана 18 ноября 1993 года и по настоящее время является профессиональным игроком на канцелярском рынке РФ, представляющим известные европейские канцелярские торговые марки, такие как: Brunnen, Esselte, Durable, Viquel и многие другие. «Компания А-Верс» обладает эксклюзивным правом представления ТМ «BRUNNEN» на территории РФ с 1999 года.

В августе этого года вышел в свет каталог «Ежедневники & деловые аксессуары» ТМ «BRUNNEN», который был презентован в сентябре на выставке «IPSA-2013» и новый каталог «Товары для офиса», который был представлен нами на выставке «Скрепка — осень, 2013».

ЗАО «Компания А-Верс»
+7(495) 781-71-47
yakushin@awers.ru
www.awers.ru
www.brunnen.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

ПРОМОСУМКИ ИЗ ТЕКСТИЛЯ ПО ИНДИВИДУАЛЬ- НЫМ ПРОЕКТАМ

Компания «ДК» более 10 лет производит рекламную сувенирную продукцию.

Мы используем натуральный материал, что позволяет получить экологически чистый продукт, который долго вам прослужит. Предлагаем вам текстильные сумки с нанесением фирменной графики в 1-5 красок (включая торцы), изготовленные по индивидуальным проектам, тиражом от 500 экз.

Материал - хлопок 100%, двунитка 260 гр./м². В комбинированном варианте - ткань

75% хлопок, 25% полиэфир (в ассортименте).

В стандартном исполнении две конструкции:

- 1) 360x400x130 (с боковинами фирменного цвета),
- 2) 410x400 (ручки - ткань или ремешка).

Аутентичность наших изделий и утилитарность делают наши сумки незаменимым промосувениром.

ООО «ДК»
+7 (910) 943-58-15
dubin-1@mail.ru



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОШИВ ПРОМООДЕЖДЫ

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



С ЮБИЛЕЕМ, «МЕТАЛГРАФ»!



В октябре этого года коллектив рекламной производственной компании «МеталГраф» отметил свое 10-летие! Позади долгий путь: первые трудности, победы, известность... Впереди — новые планы, задачи, перспективы! Пусть будущее принесет коллективу успех, удачу и дальнейшее процветание!!!

Так держать, ребята!
ООО "МеталГраф"
www.mtgr.ru
+7 (812) 326-05-50, 493-41-06

ТЕХНОЛОГИЯ DRI FIT ДЛЯ ПРОМООДЕЖДЫ УЖЕ В МОСКВЕ



Компания «Лиля Сэйлз Промоушн» принимает заказы на изготовление сублимированных футболок DRI FIT (драй фит) с нанесением логотипов любой сложности. Специальная обработка тканей позволяет обеспечить 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.

P.S. 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

СУВЕНИРЫ НОВОГО БИЗНЕС-СЕЗОНА ОТ «МАСТЕР МЕДИА»



Предлагаем Вашему вниманию две новинки из нашей коллекции гаджетов. Идеи для очередного обновления коллекции мы выбирали долго — пока не добились 100% уверенности в том, что они безупречны.

Новинка №1. Развитие линейки флеш-накопителей от «Мастер Медиа». Корпус новой флешки обрел более мягкие очертания со скругленными углами и выемками на обоих торцах.

Цвет — исключительно натуральный оттенок обсидиана с уникальным природным узором.

Новинка №2. Адаптер для зарядки iPhone выполнен в форме символа Apple — яблока. Это полностью функциональное устройство для iPhone. Но функциональность в нем сочетается с безупречной формой и совершенством каждой линии.

РПГ Мастер Медиа
+7(495) 988-5213
info@master-media.ru
www.master-media.ru

ЛИЦА МАПП



Коллектив редакции МАПП принял участие в корпоративной фотосессии. Цель мероприятия — представить коллегам и партнерам «бойцов невидимого фронта» — тех, кто работает над созданием журналов и интернет-проектов Ассоциации и обычно остается за кадром.

Фотографии в скором времени будут опубликованы на сайте iapp.ru в разделе «Контакты». Друзья Ассоциации в социальных сетях получат возможность увидеть презентацию фотографий первыми.

С наилучшими пожеланиями, МАПП.

Аккаунты МАПП в соцсетях:
vk.com/mapp_spb
<https://www.facebook.com/mappsp>
twitter.com/MAPP_SPB

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

РЕКЛАМА

Экспо ЭКСПО ЗИМА

29-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

20-23 января
2014

Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»
Россия, Москва

www.consum-expo.ru

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НОМЕСТYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

ОБУВЬ, КОЖГАЛАНТЕРЕЯ,
ОДЕЖДА, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



powered by:



paperworld

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», павильон №3, зал №18



20 международная специализированная выставка

КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

25-27 февраля 2014

Messe Frankfurt RUS
+7 495 649 87 75
paperworld@messefrankfurt.ru

Скрепка Экспо Проект
+7 495 648 91 38
Skype: skrepkaexpo
expo@apkor.ru

Информационная поддержка

ПРОФЕССИОНАЛ

Торговля

Office

Директор

Официальный
информационный
партнер:

Официальный
интернет-партнер:

Официальный
медиа-партнер:



КАНЦЕЛЯРИЯ

ОРОШИЙ
ЕКРЕТАРЬ

Paper
Stat, onery

сегмент



officefile

при поддержке

АПКОР

Крокус Экспо





**ЮБИЛЕЙНАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ
ПРЕМИЯ РЫНКА КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ**

ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА

Церемония награждения
лауреатов состоится:

25 февраля 2014 года



ОТКРЫТ ПРИЕМ ЗАЯВОК НОМИНАНТОВ НА ПРЕМИЮ

ОРГКОМИТЕТ ПРЕМИИ:

Тел./факс: (495) 648 9138; (495) 789 9380; e-mail: clip@arkor.ru;
Сайт: www.arkor.ru, г. Москва, ул. Марксистская, д.34, к.10, оф.6



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:

ПРОФЕССИОНАЛ



**ЖУРНАЛ
КАНЦЕЛЯРИЯ**



**Административный
Директор**



Официальный
информационный
партнер:

сегмент

Генеральный
информационный
спонсор:



Официальный
медиа-партнер:

office file

Крупнейший в Восточной Европе Международный выставочный проект

ПОДАРКИ

Салоны:

ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА

БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ

ЭЛИТНЫЕ КАНЦЕЛЯРСКИЕ

ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА



Новый Год
Expo 2014



ВСЕ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



17-20 марта 2014

16-19 сентября 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



АССОЦИАЦИЯ
«НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»



ХV ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Зимняя сказка

18 - 22 декабря

- Экспозиция высокохудожественных произведений
- Выставка подлинных традиционных народных костюмов XIX-XX вв.
- Выставка-конкурс "Дорогая моя столица", "Московский Сокольничий"
- Конференции, семинары, круглые столы
- Фестиваль войлока: "ШЕРСТИВАЛЬ"
- Увлекательные мастер-классы для детей
- Выступление фольклорных коллективов, показы мод, конкурсы, лотереи

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 7 (1, 2 этаж)
метро «Выставочная»



Генеральный
спонсор:



ХVI 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

20 ВЫСТАВКА 15-18.04.14, ЦДХ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

ДИЗАЙН

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМА

МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ НА МЕСТАХ ПРОДАЖ

ДИЗАЙН ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ

РЕКЛАМНАЯ СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ЗАКАЖИТЕ СТЕНД ON-LINE

НА WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

15 – 18 АПРЕЛЯ 2014

МОСКВА, ЦДХ, КРЫМСКИЙ ВАЛ, 10

DR@EXPOPARK.RU

реклама

+12

ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
EXPO-PARK

ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ №1*

КЛАМ
РАНДМАУЭР
ВИДЕОСТЕНА, ВИД
ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМ



22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

23—26 сентября 2014

ПЕЧАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОДЕЛИ
КОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИ
WEB-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ, ПР
ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПР

Реклама

www.reklama-expo.ru

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



Организатор:



При поддержке:



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

4-я специализированная выставка

Маркетинг Реклама Казань



**9-11
апреля
Казань, 2014**

Выставочный центр "Казанская ярмарка"
420059, Россия, г. Казань, Оренбургский тракт, 8
Тел./ факс: +7 (843) 570-51-14, 570-51-11 (круглосуточный)
www.mak-expo.ru, www.expokazan.ru
d2@expokazan.ru




12+



sibreklama-expo.ru

25-28 марта 2014
Новосибирск




сибреклама

Выставка оборудования, материалов и
услуг для рекламы, полиграфии,
целлюзно-бумажной
промышленности

Организатор
ITE Сибирская Ярмага
+7 (383) 363-00-36
zabelinskaya@sibfair.ru

При поддержке
POLYGRAPHINTER
RUSSIA





RemaDays

KIEV

Международные Дни Рекламы
и Полиграфии. Для Профессионалов

19-21.02.2014

www.remadays.com.ua



НАСТРАИВАЕМСЯ
НА РЕКЛАМУ!

Выставка RemaDays Kiev

это все рекламные инструменты на одной площадке:
визуальная реклама, промо-продукты, машины
и материалы для продукции рекламы

GiftsWorld

Out&InDoorSystems

TechnologyPark

PrintShow

Украина, Киев

26 – 28 февраля 2014

show
b2b



V СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
**ВЫСТАВКА
ПРОМОУШН
ИНДУСТРИИ**

**ЛИДЕРЫ
ОБЪЕДИНЯЮТСЯ
ЗДЕСЬ!**

Основные направления выставки:

- рекламные и тематические сувениры
- полиграфия
- корпоративная и промоодежда
- текстиль и посуда
- оборудование и расходные материалы
- подарки премиум-класса
- деловая атрибутика
- пищевые принадлежности
- галантерея
- аксессуары для досуга
- услуги для промоушн-индустрии
- компьютерные аксессуары
- рекламные и ивент-агентства

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

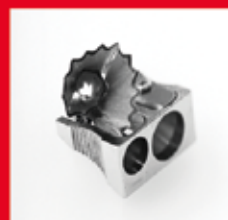
Тел./факс: +380 (44) 461-9303
e-mail: b2b@eindex.kiev.ua

www.b2bshow.com.ua

МИР КАНЦЕЛЯРИИ®

ГЛАВНАЯ ВЫСТАВКА КАНЦЕЛЯРСКОГО РЫНКА УКРАИНЫ

2-5 апреля 2014



www.stationery-expo.com.ua

ОРГАНИЗАТОРЫ:

Украинская Ассоциация Поставщиков Канцелярских Товаров
АККО Интернешнл
т./ф.: +38 (044) 456 38 04

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:

Украина, Киев
пр-т Победы, 40-Б
ВЦ «АККО Интернешнл»

Информационные партнеры:



ПОДАРОЧНАЯ

УПАКОВКА КРУГЛЫЙ СТОЛ

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД

В ЭТОМ НОМЕРЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ПОСТАВЩИКИ УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ОБСУЖДАЮТ ТЕМУ УПАКОВКИ, А КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЧИКИ ДЕЛЯТСЯ ЛИЧНЫМ ОПЫТОМ И СВОИМ ВЗГЛЯДОМ НА ИНДУСТРИЮ СО СТОРОНЫ. ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ СОВРЕМЕННАЯ УПАКОВКА И КАКОЕ БУДУЩЕЕ ЕЙ ПРОРОЧАТ СПЕЦИАЛИСТЫ – В РУБРИКЕ «КРУГЛЫЙ СТОЛ».

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП



Производитель



Поставщик



Корпоративные заказчики



Александра Мисак,
коммерческий директор ООО
«Стильная упаковка», Москва



Борис Богуславский,
генеральный директор
ООО «ТАРО-ГРУПП», Москва



Валерий Старостин,
генеральный директор
ООО «Студия упаковки»,
Санкт-Петербург



Владимир Краснобаев,
директор по развитию
компании «Правила Успеха
Групп», Москва



Александра Шульц,
начальник отдела продаж
ЗАО ПК «Парадигма», Ижевск



Сергей Вербицкий,
генеральный директор
«ДЕКО Медиа», Москва



Зара Мовсисян,
генеральный директор
ООО «Рекламная компания
АРНИ», Санкт-Петербург



Елена Плясова,
руководитель отдела марке-
тинга и рекламы ТМ Grand
Gift, Москва



Вячеслав Орлов,
генеральный директор РГ
Epsilon PLUS, Москва



Дина Вишня,
директор по маркетинговым
коммуникациям компании
«Проект 111», Санкт-
Петербург



Марина Захарова,
генеральный директор
ООО «Сувенирная Компания
«Особые Подарки», Санкт-
Петербург



Рауль Беньяев,
коммерческий директор ООО
«ТД «Т Стар»



Лео Костылев,
владелец фабрики пищевых
инструментов «Салиась»,
Санкт-Петербург



Ольга Кугушина,
директор по связям с обще-
ственностью ЗАО «Газпром-
банк Лизинг», Москва



Анна Попкова,
специалист Службы по связям
с общественностью и СМИ
ООО «ТЮМЕНИИГИПРО-
ГАЗ», Тюмень



Ксения Каменева,
специалист отдела торгово-
го маркетинга ОАО «Про-
гресс», Москва



Инна,
руководитель направления,
Санкт-Петербург

МАПП: Мы открываем рубрику «Круглый стол» со ставшего традиционным вопроса к производителям: расскажите историю вашей торговой марки.

АЛЕКСАНДРА МИСАК: ООО «Стильная упаковка» ведет свою историю с ноября 2000 года. С самого начала мы развивались как многопрофильное предприятие, объединяющее под своим крылом переплетный, столярный, вакуумной формовки, фрезерно-гравировальный, лазерный, художественно-конструкторский цеха. Главное для удобства заказчиков и контроля качества изделий — максимально сосредоточить все производственные подразделения в одном месте. Недавно мы запустили участки по литью пластмассы и штамповке металлоизделий. На подходе участок вакуумной металлизации.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: «Студия подарочной упаковки ТАРО!» — московский производитель подарочной упаковки и коробок. Входит в группу компаний «ТАРО!», основанную в 1997 году. Имеет собственное конструкторское бюро упаковки и производственную базу — типографию полного цикла «Таро-Принт!», расположенную в Москве.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Мы начинали шесть лет назад с открыток, бумаги, подарочных пакетов из разных стран мира. Когда мы приезжали в магазины и распаковывали свои коробки, продавцы слетались к нам и произносили одну и ту же фразу: «Ой, какие штучки!»

Затем было образовано ООО «Студия упаковки». Мы стали самостоятельно разрабатывать дизайн продукции и организовали производство в России. Но все помнят нас, как «Ой, какие штучки!». Нам это нравится, и нас по-прежнему с восторгом встречают в магазинах.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Первоначально наша компания занималась полиграфией, потом плавно перешла на производство упаковки. В один прекрасный момент мы поняли, что на рынке практически нет подарочной упаковки с качественным дизайном, и решили создать ее сами. Для этого тщательно изучили предложения в сфере новогодней и подарочной упаковки и пожелания клиентов.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Полиграфическая компания «Парадигма» уже более 20 лет успешно работает в сфере производства упаковки из целлюлозного, макулатурного, дизайнерского картона, гофрокартона и микрогофрокартона различных профилей. Упаковка из картона удобна и привлекательна, абсолютно экологична и безопасна, что подтверждено сертификатами качества и санитарно-эпидемиологическими заключениями. Производство упаковки ведется как серийно, так и маленькими тиражами, а гибкая ценовая политика от эконом— до премиум-класса позволяет учесть возможности каждого клиента. Современный парк оборудования (цифровая и офсетная печать, сплошное и выборочное УФ-лакирование, ламинация, фигурная вырубка, конгрев, тиснение фольгой и др.) позволяет выполнять высокотехнологичные операции с целью придания продукции индивидуальности согласно пожеланиям заказчика.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: В далёком 1991 г. из тогда ещё Ленинграда в Москву чёрная «Волга» везла местных партийных «крепких хозяйственников». И — надо же! — сломалась под Тверью. Дело было под вечер — нужно искать ночлег. Тут один из пассажиров вспомнил, что в Твери живет его старинный приятель. Компания отправилась к нему и всю ночь возлияла. И когда ж ещё если не в

такой идеальной инвестиционной обстановке принимать принципиальное стратегически-судьбоносное решение: «А не замутить ли нам тут чё-нибудь?»

Вот так вкратце выглядит история создания «предтечи» компании «ДЕКО». Потом в неё пришла трудиться сработавшаяся в стройотрядах команда выпускников МГТУ им. Баумана.

Собственно, «ДЕКО» изначально — это «Дерево» и «КОжа». Теперь «ДЕКО Медиа» — это ещё и производство упаковки из картона и пластика с ложементом, и изделия из меха и т.п.

ЗАРА МОВСИСЯН: У одного из наших учредителей был говорящий попугай по кличке Арнольд... Впрочем, он и сейчас есть. Птица оказалась уникальной. Попугай не только повторял слова и предложения, а разговаривал именно в тему, как будто понимал, что и когда нужно сказать.

Вот, мы собрались и решили назвать компанию в его честь, «АРНИ» (ударение на «А»). Нам показалось, что ум, позитивность и уникальность этой птицы может частично перейти на нашу компанию.

ЕЛЕНА ПЛАСОВА: В этом году компания Grand Gift отмечала свой 20-летний юбилей. За эти годы наша компания заняла значительную нишу подарочного бизнеса, специализируясь на производстве и продаже подарочной упаковки, упаковочных материалов, аксессуаров, элементов интерьерного декора и сувенирной продукции. Основные направления работы включают создание дизайнерских коллекций подарочной упаковки и элементов декора, отвечающих последним мировым тенденциям и направлениям моды. Grand Gift работает в направлении разработки и поддержания фирменного стиля компаний, который обеспечивает узнаваемость торговой марки. Для этого осуществляется ряд мероприятий: разработка и производство индивидуальной упаковки для корпоративных клиентов на основе материалов компании, изготовление «вырубной» продукции с логотипом из бумаги и картона, разработка и изготовление фирменных пакетов и бумажных сумок с логотипом организации-заказчика, разработка и изготовление тематической продукции (сумки, коробки, ленты для оформления конференций, презентаций, праздников и т.п.).

МАПП: Следующая группа вопросов также адресована к производителям. Как вы позиционируете свою продукцию? Упаковка для вас — это сопутствующий товар или отдельное изделие, имеющее свою ценность? В связи с этим, какую роль должна выполнять упаковка вашего производства: помогать продавать продукцию, ненавязчиво «обрамлять» или просто защищать ее на время транспортировки и продажи?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Одновременно с производством упаковки мы развиваем сувенирное направление. Все этапы — от идеи до производства и организации продаж — мы осуществляем своими силами. Именно благодаря этому мы на практике убедились в том, что упаковка должна не только выполнять транспортировочные и сохраненные функции, привлекать внимание покупателя, но и дополнять, усиливать смысловое и эмоциональное значение подарка, практически создавая вкупе с содержимым абсолютно новый сувенир. Верность этого направления подтвердили с одной стороны успех придуманной и запущенной нами в продажу в 2001 году коробки в виде книги с фарфоровым штофом-человечком или металлической фляжкой внутри, с другой стороны — многочисленные копии этой серии упаковки и сувениров. Надо сказать, что реальное подтверждение правильности этого подхода и нашего авторитета в

Производство подарочной упаковки на заказ

Для изготовления упаковки используются: картон, дерево, пластик, дизайнерская бумага, кожа, кожа-заменитель, кожа и флок.

Мы изготавливаем разнообразные классические и необычные коробки любых размеров, цветов и форм.

Наши дизайнеры и конструкторы разработают для Вас упаковку, которая подчеркнет индивидуальность Вашего подарка.



Футляры из дерева



Самосборная упаковка



Футляры из кожи
с тканевым ложементом



Коробки из картона

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: В СВЯЗИ С ТЕМ, ЧТО МЫ ЗАНИМАЕМСЯ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО ПОДАРОЧНОЙ УПАКОВКОЙ И В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ЭКСКЛЮЗИВОМ, МЫ, КОНЕЧНО, РАССМАТРИВАЕМ РЕЗУЛЬТАТ НАШЕЙ РАБОТЫ КАК ИЗДЕЛИЕ, ИМЕЮЩЕЕ СВОЮ СОБСТВЕННУЮ ЦЕННОСТЬ, РАЗУМЕЕТСЯ, ВКУПЕ С ТОВАРОМ — ПОДАРКОМ. НАША УПАКОВКА ПОДЧЕРКИВАЕТ ЦЕННОСТЬ ПОДАРКА, ПОЗИЦИОНИРУЕТ ЕГО, ОБРАМЛЯЕТ (НАДЕЕМСЯ, ЧТО НЕНАВЯЗЧИВО). ИНОГДА СТОИМОСТЬ УПАКОВКИ ПО СЕБЕСТОИМОСТИ МОЖЕТ БЫТЬ ДОРОЖЕ ПАКУЕМОГО ПРОДУКТА. КАК И ЛЮБАЯ УПАКОВКА НАША, РАЗУМЕЕТСЯ, СОХРАНЯЕТ ФУНКЦИОНАЛ — ЗАЩИЩАТЬ ПРОДУКТ НА ВРЕМЯ ПРОДАЖ И ТРАНСПОРТИРОВКИ.

этой области — поведение одной, теперь крупной и знаменитой екатеринбургской торговой фирмы, которая автоматически копирует все наши новинки, а потом разбирается, нужны ли они ей или нет. К сожалению, их «собственное производство» находится в Китае, со всеми вытекающими из этого последствиями.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: В связи с тем, что мы занимаемся преимущественно подарочной упаковкой и в большей степени эксклюзивом, мы, конечно, рассматриваем результат нашей работы как изделие, имеющее свою собственную ценность, разумеется, в купе с товаром — подарком. Наша упаковка подчеркивает ценность подарка, позиционирует его, обрамляет (надеемся, что ненавязчиво). Иногда стоимость упаковки по себестоимости может быть дороже пакуемого продукта. Как и любая упаковка наша, разумеется, сохраняет функционал — защищать продукт на время продаж и транспортировки.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Про нас говорят, что мы делаем премиальную упаковку. Мы считаем, что просто честно выполняем свою работу.

В магазинах упаковка — всегда сопутствующий товар, товар импульсного спроса. Для нас — целая отрасль бизнеса. Мы считаем, что упаковка должна помогать продавать продукцию.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Упаковка, несмотря на то, что считается сопутствующим товаром, играет роль, которую просто невозможно переоценить.

Например, в новогодних подарках упаковка иногда имеет бо льшее значение, чем само содержание.

Наша компания занимается именно подарочной упаковкой, поэтому мы стремимся к тому, чтобы упаковка максимизировала прибыль от продажи товара, неважно, конфеты ли это, чай, бутылка или сувенир.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Наша компания относится к предприятиям, определяющим свои экономические взаимодействия по типу B2B, поэтому для нас УПАКОВКА — это конечный продукт, который выполнен в строгом соответствии с задачами и требованиями наших клиентов — компаний-производителей товаров народного потребления. Для наших заказчиков упаковка — это сопутствующий товар, который одновременно выполняет несколько важных функций:

- рекламно-информационную, поскольку именно упаковка играет одну из ключевых ролей в имиджевой составляющей бренда, становясь самым эффективным рекламоносителем;

г.Москва,
4-й проезд Подбельского,
д.3, к. 5
Тел. 8 (495) 775-86-83
e-mail : info@flokstyle.ru

www.upakstil.ru

- маркировки и идентификации товаров, с возможностью распределения продуктов и изделий по весу или по количеству;
- защитную, обеспечивая сохранность и возможность транспортировки товара до конечного потребителя.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: Мы воспринимаем нашу упаковку как универсальный продукт-инструмент, с помощью которого наши клиенты достигают тех универсальных задач, которые ставят перед собой. Специфика запросов корпоративных клиентов настолько широка и порою неожиданна, что производство вынуждено было стать достаточно гибким, чтобы подстроиться и под тысячные тиражи посылочных деревянных ящиков, и под жёсткие требования почти ювелирной шкатулки для подарка президенту России.

Для нас главное — чтобы клиент в итоге остался доволен нашей продукцией и вернулся к нам.

ЗАРА МОВСИЯН: Наша продукция (деревянные коробки различных моделей с печатью) — это интересное обрамление сувенира, которое должно помочь в продвижении и продаже продукции. Всегда интересно преподнести подарок не в стандартной упаковке, а в чем-то, что произведет впечатление с первого взгляда.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Упаковка для нас — это не просто товар, это философия. Выработав для себя миссию создания в обществе традиции упаковывать подарки и выражать свои чувства с помощью подарочной упаковки, мы создаем дизайнерские коллекции подарочной упаковки, аксессуаров, сувениров и предметов декора, которые несут в себе всю положительную гамму чувств и ощущений, способствуя искренности и открытости в отношениях между людьми.

Из вышесказанного очевидно, что подарочная и бренд-упаковка — наш основной товар, который и предлагается клиенту.

МАПП: Вопрос к поставщикам: что для вас упаковка — бизнес или сопутствующий продукт для продажи ваших изделий?

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: Это наш бизнес.

ДИНА ВИШНЯ: Пока для нас это сопутствующий товар. Но вообще упаковка — перспективное направление, и мы развиваем его. Уже сейчас у нас 50 с лишним видов упаковки. Это больше, чем, скажем, было год назад. И разнообразия стало больше. Помимо привычных картонных пакетов и коробок, это и тубусы, и жестяные банки, и тканые мешочки. И все те же коробки — но с необычными крышками. Наконец, на нашем производстве мы вяжем подарочные мешочки под шампанское, под конфеты и любые виды подарков. И, конечно, к Новому году приготовлено много интересных вариантов упаковки. Есть из чего выбрать.

По сути, упаковка — это часть подарка, то, что придает ему и законченность, и дополнительную ценность в глазах получателя. Так что логично, чтобы компания, которая продает бизнес-подарки, предлагала большой выбор упаковки.

МАРИНА ЗАХАРОВА: Процент заказов на бизнес-подарки с упаковкой растет с каждым годом, и, тем не менее, мы ищем новые решения и формы, чтобы максимально отвечать потребностям наших клиентов. У нас высокие требования, в первую очередь к самим себе, и мы считаем, что упаковка должна быть функциональна, практична, качественна и, разумеется, красива!

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Конечно же, сопутствующий продукт. Прежде всего мы хотим продавать свои ручки, но упаковка играет далеко не самую последнюю роль в общем виде готового изделия.

В нашем случае, когда сам подарок, несмотря на то, что стоимость его может быть весьма значительной, представляет собой довольно миниатюрное изделие, его упаковка должна в первую очередь придавать ему солидности в момент преподнесения. Хотя и это лишь одна сторона вопроса. Самые популярные наши ручки стоят как раз недорого, но и они продаются гораздо лучше, когда упакованы в красочный чехол. Мало того, иногда бумажный карманчик для ручки и составляет то самое основное, что продаёт изделие. В нашей практике такое не редкость.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: Подарочная упаковка отражает, дополняет и обыгрывает суть бизнес-подарка, его креативную концепцию, помогает компании-дарителю воплотить в подарке те или иные ценности / послания, способствует лучшему позиционированию. Если прямо отвечать на вопрос, то для нас упаковка — это сопутствующий продукт для продвижения и реализации предложенных концепций.

ОЛЬГА КУГУШИНА: В НАШЕМ СЛУЧАЕ У УПАКОВКИ ТРИ ФУНКЦИИ: ЭСТЕТИЧЕСКАЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ И ИДЕЙНАЯ. ТО ЕСТЬ УПАКОВКА ДОЛЖНА НЕСТИ НЕ ТОЛЬКО УТИЛИТАРНУЮ, НО И ИНФОРМАЦИОННУЮ НАГРУЗКУ, А ИМЕННО — СООТВЕТСТВОВАТЬ ТОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРАЗДНИКА, КОТОРУЮ МЫ ВЫБРАЛИ.

МАПП: Интересно узнать, как воспринимают упаковку корпоративные заказчики. Что для вас упаковка: сопутствующий товар или самоценное изделие?

ОЛЬГА КУГУШИНА: Это зависит от ценовой категории подарка. В силу того что, как и любая другая компания, мы делим подарки на три категории, для подарков эконом-уровня мы используем упаковку как сопутствующий продукт — тару для удобного переноса и небольшой информационный носитель. Что касается средней категории или VIP-подарков, их упаковка сама по себе ценная вещь.

АННА ПОПКОВА: Для нас упаковка — это сопутствующий товар.

КСЕНИЯ КАМЕНЕВА: В большей мере сопутствующий товар, но, тем не менее, очень важная часть подарка в целом.

ИННА: Сопутствующий товар.

МАПП: Какие задачи вы решаете с помощью упаковки?

ОЛЬГА КУГУШИНА: В нашем случае у упаковки три функции: эстетическая, информационная и идейная. То есть упаковка должна нести не только утилитарную, но и информационную нагрузку, а именно — соответствовать той концепции праздника, которую мы выбрали. Например, в этом году все наши новогодние подарки поддерживают идею заботы о природе и выполнены в эко-стиле. Мы направили часть денег на поддержание проектов Greenpeace, поэтому большая часть подарков у нас изготовлена из экологичных материалов. К примеру, подарки эконом-категории



представляют собой набор канцелярских предметов из бамбука, а VIP-подарки — деревья бонсай. Соответственно, и вся упаковка сделана из экологических материалов, которые безопасны для природы.

АННА ПОПКОВА: Упаковка для нас — дополнительное средство PR'a. Логотип, нанесенный на подарочную упаковку, помогает воздействовать на нашу целевую аудиторию, снова и снова напоминая о нас.

КСЕНИЯ КАМЕНЕВА: Основные задачи упаковки — это презентация имиджа, основных идей, направления деятельности — то есть презентация компании как таковой.

ИННА: Отдельно упаковкой мы ничего не хотим сказать. Нам нужно, чтобы подарок был упакован качественно и неброско.

МА П П: Вопрос к производителям: какая упаковка в России наиболее популярна и в чем причина?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Если исходить из объемов продаж и дешевизны, то, естественно, наиболее популярной упаковкой являются коробки из полиграфического картона, в которые упакованы большинство изделий на полках магазинов. Если же брать сегмент подарочной упаковки так называемого премиум-класса, то надо помнить, что у нас преобладает «византийский» взгляд. По одежке (упаковке) встречают, а по уму (подарку) провожают. Соответственно, потребитель постоянно требует чего-то «особенного», конструктивного или исполненного из новых либо дорогих материалов.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: Наиболее популярны, наверное, блистер, ПВД, гофротара. Малая себестоимость и практичность.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Большим спросом в России пользуется некрасивая и некачественная упаковка. Причина — отсутствие выбора у покупателя, отсутствие конкуренции.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Глобально упаковку можно разделить на два вида — та, которая уже идет с товаром, и та, которая продается как отдельный товар.

В первом варианте популярность зависит от того, какой товар упакован. Если это алкоголь, то, скорее всего, картонная коробка и картонная туба. Если, например, чай, то жестяная коробочка. Хотя мы считаем, что картонные коробки тоже очень нравятся потребителям, просто на рынке сложилось некоторое предубеждение, что коробка для чая должна быть именно из жести.

Если говорить об упаковке, продающейся как товар, то, как и во всем мире, в России популярны такие виды, как картонные коробки, бумажные пакеты, бумага. Причина популярности заключается в универсальности такой упаковки: она подходит практически для любого вида подарка. Конечно, при соответствующем размере упаковки.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Большинство заказчиков ориентированы на то, чтобы доставить товар клиенту в сохранности и обозначить производителя продукта, поэтому просят изготовить коробки красочные, но недорогие. Вкладывать средства в дорогую упаковку готовы немногие, поэтому тиражи элитной упаковки всегда ограничены и в основном используются для VIP-подарков или оформления подарочных наборов алкоголя, конфет, керамической посуды и т.д.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: Для ответа надо обладать статистическими данными производства и продаж всей упаковочной промышленности, включая бутылки, пакеты и т.д.

«Кейс Крафт» представляет
коллекцию футляров
из экологических материалов



Высшие сорта
фанеры
из Финляндии



Любые формы,
размеры
и тиражи
в любые сроки

Популярная
упаковка
в Европе



Для подарков,
алкоголя
и кондитерских
изделий



Но, думаю, если вынести за скобки обсуждения такие направления, как производство пластиковых бутылок, тетрапаков и разнообразных тарных коробок, то достойное место займет производство различных подарочных упаковок. Полагаю, что причина заключается в количестве потребления содержимого.

ЗАРА МОВСИСЯН: На данный момент в России популярна более стандартная картонная, бумажная упаковка, которая, в основном, значительно дешевле деревянной.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Поскольку любой праздник или торжественное событие, которое сопровождается вручением подарка, требует, чтобы подарок был красиво упакован, то подарочная упаковка сейчас носит акцентный характер. Традиционная упаковка в виде подарочного пакета с веревочными ручками уступает место красиво упакованным в новые материалы подаркам. Различные аксессуары, банты, ленты создают упаковку, которая нравится. В продаже появляются натуральные, экологичные материалы из крафт-бумаги. Для любого человека важно реализовать свою индивидуальность и развить свои творческие навыки, поэтому год за годом растут продажи подарочных наборов (бумага, лента, бант или аксессуар).

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: ПОСКОЛЬКУ ЛЮБОЙ ПРАЗДНИК ИЛИ ТОРЖЕСТВЕННОЕ СОБЫТИЕ, КОТОРОЕ СОПРОВОЖДАЕТСЯ ВРУЧЕНИЕМ ПОДАРКА, ТРЕБУЕТ, ЧТОБЫ ПОДАРОК БЫЛ КРАСИВО УПАКОВАН, ТО ПОДАРОЧНАЯ УПАКОВКА СЕЙЧАС НОСИТ АКЦЕНТНЫЙ ХАРАКТЕР. ТРАДИЦИОННАЯ УПАКОВКА В ВИДЕ ПОДАРОЧНОГО ПАКЕТА С ВЕРЕВОЧНЫМИ РУЧКАМИ УСТУПАЕТ МЕСТО КРАСИВО УПАКОВАННЫМ В НОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПОДАРКАМ. РАЗЛИЧНЫЕ АКСЕССУАРЫ, БАНТЫ, ЛЕНТЫ СОЗДАЮТ УПАКОВКУ, КОТОРАЯ НРАВИТСЯ.

МАПП: Какие новые технологии вы применяете? Какие технологии вы хотели бы освоить, если бы представилась возможность?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: При первой возможности мы стараемся приобретать новое высокотехнологичное оборудование. Так, недавно взяли принтер RolandLeF-12, позволяющий производить печать на любых материалах и неровных поверхностях, внедрились и успешно используем автоматическую линию по производству крышек. Если бы нам представилась возможность, то, конечно, мы приобрели бы полиграфический комплекс. Надеюсь, это вопрос ближайшего будущего.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: В конструкторском бюро «ТАРО!» используем режущий плоттер, дающий возможность изготавливать образец-эталон без заказа станцформ. Ищем варианты автоматизации малотиражного производства качественной подарочной упаковки.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Мы не применяем никаких новых технологий. Мы производим продукцию с «открытым программным кодом».

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Сейчас мы освоили технологию раскладных коробок из переплетного картона. Коробки из такого материала очень популярны благодаря своей прочности, но у них есть такой минус как неразборность конструкции, что увеличивает стоимость перевозки (получается, что перевозится «воздух»). А у раскладной коробки такой проблемы нет. А если бы представилась возможность, мы бы освоили технологию складывающихся тубусов.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: В этом году наша компания освоила новейшую технологию — голографическое УФ-лакирование на бумаге, картоне и пластике. Основная функция этой технологии заключается в получении заказчиками печатной продукции двойного эффекта: необычный и привлекательный дизайн класса «люкс» является одновременно и защитой от несанкционированного воспроизведения.

Весомым аргументом в пользу голографического УФ-лакирования является его экономическая выгода и соответствие современным экологическим требованиям, так как для создания голографических эффектов не используется полимерная пленка и металлизированный картон.

Кроме того, хочется отметить, что далеко не все типографии используют в производстве глиттерный лак, блистерный лак, аромалак, стирающиеся скретч-краски, разноуровневый конгрев, а мы давно используем данные технологии в производстве. Из того, что хотелось бы освоить, — полноцветная печать на пластике и новые способы защиты продукции.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: Учитывая пожелания клиентов, мы разработали новые технологии на нашем производстве под отдельные виды продукции. Для совершенствования определенных процессов в этих технологиях мы закупили нужное оборудование. В частности, теперь мы решили проблему возникновения пузырьков при кашировании больших коробок.

ЗАРА МОВСИСЯН: УФ печать по дереву, возможна запечатка по всему коробу в момент края.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Мы постоянно осваиваем новые технологии. Мы находимся в вечном поиске новых идей и внимательно изучаем рынок разных товаров, чтобы понимать, какие потребности есть у клиентов на разных этапах развития общества. Замирать нельзя. Если в 90-х годах мы были практически одни, то сейчас достаточно много компаний, которые занимаются схожим бизнесом. Другое дело, что они не позиционируют упаковку, как основной продукт и поэтому не тратят силы на поиск новых идей. Просто присматриваются к ведущим компаниям и ищут продукт, выгодный по цене, а не по качеству или идее. Вырубка, тиснение, новые материалы, новые конструкции, новое применение известных материалов — все это объект постоянной работы наших дизайнеров и поставщиков.

МАПП: Общий вопрос: в чем ваше преимущество как производителя или поставщика упаковки? За счет чего ваша продукция приобретает конкурентное превосходство?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Наше преимущество состоит в том, что, во-первых, подарочные коробки, которые у некоторых считаются коробками премиум-класса, для нас — обычные коробки, на которых учатся новички. Во-вторых, мы постоянно создаем новые



изделия, которых еще ни у кого нет в принципе. В-третьих, для нас нет ничего невозможного в том, что касается подарочных коробок.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: Мы разрабатываем и производим эксклюзивную упаковку и коробки высокого качества, в том числе с использованием ручного труда.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Мы просто хорошо делаем свою работу. Мы любим и знаем своих покупателей, знаем их потребности.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Наши клиенты на своем опыте знают, что преимущество нашей подарочной упаковки заключается в повышении продаж их товара, увеличении прибыли.

Продавать товар становится всё интереснее: он заметен на полках, лучше расходуется.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Преимущество нашей компании заключается в том, что для реализации проектов заказчиков мы предлагаем полный производственный цикл: от разработки дизайна и конструкторских решений до изготовления широкого спектра полиграфической продукции, от упаковки до сопутствующих ей товаров и фирменной представительской продукции. Для этого в нашем распоряжении есть современный парк оборудования: пять

офсетных печатных машин (печатный формат до 1300x900 мм), участки вывода цветоделенных пленок и форм, шелкотрафаретный полуавтомат, автоматические прессы для высечки и тиснения, две кашировальные машины, гофроагрегат для производства двухслойного гофрокартона (профили «В» и «Е»), промышленный рулонный ламинатор, участок элитной упаковки и многое другое.

Внедрение современных технологий в процесс послепечатной обработки позволяет выполнять высокотехнологичные операции: высечку, фигурную вырубку картонных коробок, тиснение фольгой и конгревное тиснение, сплошное и выборочное лакирование УФ-лаком, в т.ч. с различными голографическими эффектами, вклейку окошек из пластика и другие многочисленные виды отделки, что придает индивидуальность каждому заказу. И, конечно же, хочется отметить индивидуальный подход к работе с заказчиком. Менеджеры компании учтут все пожелания, предоставят профессиональную консультацию и ответят на интересующие вопросы.

Главный показатель конкурентоспособности нашей продукции — обширная клиентская база, а география поставок — от Владивостока до Краснодара — подтверждает это.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: За счёт тщательного изучения потребностей клиентов по нашему смежному производству изготовления кожаных бизнес-аксессуаров, мы выявили их интересы, нашли и освоили свою нишу производства подарочной упаковки из картона и дерева. На этой основе стараемся развивать эту нишу, и не только экстенсивно. Мы предлагаем достаточно широкий спектр возможностей, как в плане тиражности упаковки, так и в стиле «индпошив».

ЗАРА МОВСИСЯН: Рынок переполнен стандартной продукцией. Наши изделия и оригинальны, и добротны, и качественны. Кроме того, мы берем на себя все возможные и невозможные проблемы наших заказчиков, решаем их оперативно, аккуратно и в срок, что очень ценно для них, так как хороший сервис в заказе стоит не на последнем месте.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Среди наших преимуществ — собственные разработка дизайна, формы, декора; коллекционность; тематические коллекции; использование качественного, натурального сырья; клиентоориентированность — услышать «голос клиента»;

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: БОЛЬШИНСТВО ЗАКАЗЧИКОВ ОРИЕНТИРОВАНЫ НА ТО, ЧТОБЫ ДОСТАВИТЬ ТОВАР КЛИЕНТУ В СОХРАННОСТИ И ОБОЗНАЧИТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ПРОДУКТА, ПОЭТОМУ ПРОСЯТ ИЗГОТОВИТЬ КОРОБКИ КРАСОЧНЫЕ, НО НЕДОРОГИЕ. ВКЛАДЫВАТЬ СРЕДСТВА В ДОРОГУЮ УПАКОВКУ ГОТОВЫ НЕМНОГИЕ, ПОЭТОМУ ТИРАЖИ ЭЛИТНОЙ УПАКОВКИ ВСЕГДА ОГРАНИЧЕНЫ И В ОСНОВНОМ ИСПОЛЗУЮТСЯ ДЛЯ VIP-ПОДАРОКОВ ИЛИ ОФОРМЛЕНИЯ ПОДАРОЧНЫХ НАБОРОВ АЛКОГОЛЯ, КОНФЕТ, КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ И Т.Д.

потребности в конфигурации, размере, декоре; широкий ассортимент продукции; собственная газета; сайт; описание, инструкции к продукции; собственная обучающая база: Школа, книги, DVD; организация выездных мастер-классов.

Также наше преимущество состоит в постоянном движении, в наличии миссии, идей... Мы не просто продаем упаковку, мы создаем ее образ в глазах и сердцах клиентов. Мы не просто предлагаем один вид упаковки, мы предлагаем ее в коллекциях, давая возможность клиенту приобрести полный набор и показывая, что для имиджа и образа всегда важны детали. Мы разрабатываем коллекции, где присутствуют и лента, и бумага, и коробка, и конверты и т.п. Мы говорим о том, что выражать чувства можно не только в «бытовой» сфере, от человека к человеку, но и в рамках компаний, когда мы говорим «спасибо» клиентам, партнерам, сотрудникам. Так появляется фирменная или корпоративная упаковка (с логотипом или адаптированная к праздникам).

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: Вы знаете, я не хотел бы рекламировать нашу компанию самостоятельно. Наши клиенты сделали бы это лучше, нежели я. Но для потенциальных клиентов я все же озвучу некоторые пункты: мы гибки по отношению к нашим клиентам, в нашей работе клиент всегда прав, мы делаем максимально возможное для клиентов, подбираем эксклюзивный дизайн, в процессе печати используются высокотехнологические машины, благодаря которым наша упаковка является эксклюзивной.

Наши девизы: «Качество — наша жизнь, наша стратегия», «Хороший процесс — хороший результат».

ДИНА ВИШНЯ: Одно из наших основных конкурентных преимуществ — то, что наши клиенты могут сразу и в одном месте заказать и подарки, и их брендование, и упаковку к ним. По сути, они могут получить корпоративный подарок под ключ.

Но вообще для разных целевых аудиторий конкурентные преимущества «Проекта 111» заключаются в разных вещах. Одним клиентам удобно то, что готовую упаковку можно заказать без ограничения минимального тиража — от одной штуки. Но для большинства важно, что у нас глубокие складские запасы, так что можно купить большое количество одного вида упаковки. Это очень существенно для компаний, которым надо подарить сразу много одинаковых подарков.

Для тех, кто любит что-то необычное, важно, что у нас можно заказать продукцию по индивидуальному заказу, и каждый заказчик может сконструировать свою упаковку. Еще одно преимущество: наше эксклюзивное предложение — вязаная упаковка, которую я уже упоминала. Ее можно изготовить на заказ, а можно выбрать из складского ассортимента.

И еще, если говорить о сервисе: довольно часто в описании товара мы даем рекомендации и по тому, какая именно упаковка к нему подойдет. Мелочь, но удобно.

МАРИНА ЗАХАРОВА: В нашем ассортименте много разных вариантов упаковки (коробки, пакеты, тубусы для спиртного), куда достаточно поставить только фирменную символику, это вариант оформления для тех, кто вспомнил об упаковке в последний момент. При заказе индивидуальных коробок мы предлагаем клиентам готовые варианты штампов для экономии их бюджета на подарки при размещении заказа.

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Наша упаковка самая обычная, до тех пор, пока это не касается индивидуальных решений. Хотя и в тиражных коробках мы стараемся соблюдать определённый стиль и

принципы. Например, принципиально не заказываем и не продаём упаковку из пластмассы. Если в наших изделиях где-то используют какие-то полимеры, то только такие, которые не портят экологию. Мы считаем это важным. Не знаю, можно ли заботу о природе считать преимуществом, особенно в России, но, думаю, таких, как мы, с каждым годом становится всё больше. В индивидуальной упаковке важен, прежде всего, дизайн. Нам кажется, что наши дизайнеры обладают хорошим вкусом, поэтому упаковка не только креативна, но и персональна. Стараемся не делать ничего вторичного. Но основное конкурентное превосходство она приобретает, конечно же, за счёт того, что хотя мы сами изготавливаем ее, это не является нашим бизнесом, то есть, мы не ожидаем от упаковки большой доходности. Главное — чтобы продавались наши изделия.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: Упаковка для бизнес-подарков разрабатывается креативным бюро EPS Creative, входящим в группу компаний Epsilon PLUS. Высокий профессионализм и знание предмета с точки зрения конструктива, возможностей производства и используемых материалов позволяет дизайнерам из EPS Creative предлагать нестандартные и интересные решения, которые «подкупают» своей новизной и креативностью.

МАПП: По каким критериям вы выбираете поставщиков упаковки?

ОЛЬГА КУГУШИНА: Большей частью упаковку нам предоставляет та же компания, что занимается закупкой и брендованием подарков. Чаще всего это сувенирные или рекламные агентства.

АННА ПОПКОВА: Выгодные условия сотрудничества, широкий выбор. Мы готовы сотрудничать и с новыми поставщиками, если условия интересные и к предложению будут приложены образцы.

КСЕНИЯ КАМЕНЕВА: Качество, скорость и стоимость производства.

ИННА: Все выбираем в комплекте — и подарок, и упаковку, поэтому отдельных критериев по упаковке у нас нет.

МАПП: Еще один общий вопрос к поставщикам и производителям: Кто ваши клиенты, и почему они заказывают упаковку именно у вас?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Наши клиенты — государственные и коммерческие организации, рекламные агентства. Почему они обращаются именно к нам — наверное, это надо спросить у них. Бывает, некоторые уходят к другим производителям, но потом почему-то возвращаются к нам, и уже навсегда.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: Наши клиенты — как прямые заказчики, так и рекламные агентства. У нас их привлекает ассортимент производимой продукции и качество. Цены — всегда предмет переговоров.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Мы гордимся своими клиентами. Заказывают именно у нас, потому что, как упоминалось выше, мы хорошо делаем свою работу.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Наши клиенты — из самых разных отраслей. Но в первую очередь это те, кто продает недорогой товар среднего и премиум-сегмента, покупаемого в качестве подарка — чай, кофе, конфеты, алкоголь, сувениры.

Расскажу, например, такой случай. Винопроизводитель продает один из своих коньяков в подарочной тубе. Упаковка была заказана

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: ЗА СЧЁТ ТЩАТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТОВ ПО НАШЕМУ СМЕЖНОМУ ПРОИЗВОДСТВУ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КОЖАНЫХ БИЗНЕС-АКСЕССУАРОВ, МЫ ВЫЯВИЛИ ИХ ИНТЕРЕСЫ, НАШЛИ И ОСВОИЛИ СВОЮ НИШУ ПРОИЗВОДСТВА ПОДАРОЧНОЙ УПАКОВКИ ИЗ КАРТОНА И ДЕРЕВА. НА ЭТОЙ ОСНОВЕ СТАРАЕМСЯ РАЗВИВАТЬ ЭТУ НИШУ, И НЕ ТОЛЬКО ЭКСТЕНСИВНО. МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ДОСТАТОЧНО ШИРОКИЙ СПЕКТР ВОЗМОЖНОСТЕЙ, КАК В ПЛАНЕ ТИРАЖНОСТИ УПАКОВКИ, ТАК И В СТИЛЕ «ИНДПОШИВ».

у непроверенного поставщика, и изображение отпечатали не того оттенка. Начались бесплодные попытки получить упаковку нужного качества. Было потеряно полтора года работы. За это время можно продать в розничных сетях десятки тысяч штук продукции. Компания потеряла несколько сотен тысяч рублей. Производитель вин обратился за помощью к компании «Правила Успеха». Мы отпечатали калибровочный лист с нужными оттенками. Совместно специалисты наших компаний добились стабильного качества. В результате прибыли от продажи коньяка в подарочной упаковке повысились на миллионы рублей в год.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Нашими клиентами являются как крупнейшие российские производители (концерн «Калашников», «АВТОВАЗ», «Объединенные кондитеры»), так и средние, мелкие предприятия и ИП. Мы работаем со всеми, предлагая для каждой категории клиентов взаимовыгодные условия работы.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: На самом деле, вопрос о том, почему наши клиенты заказывают упаковку у нас, надо задавать самим клиентам (нам хотелось бы надеяться, что именно по причинам, указанным в моем предыдущем ответе). А если вопрос заключается именно в составлении всевозможных портретов нашего клиента, то ответы лежат не в формате данного круглого стола. «ДЕКО Медиа» работает на рынке B2B более 13 лет (недавно мы отмечали День рождения). И этот сектор рынка, как и, наверное, любой другой, обладает своими трудностями и особенностями.

ЗАРА МОВСИСЯН: Наши клиенты, в основном, корпоративные заказчики, которым надоел обычный подход к понятию «подарок», которые готовы платить за креатив и качество.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Наши клиенты — это сектор ВТВ, хотя многие наши рекламные компании направлены на сектор ВТС. Заказывают у нас, потому что мы рассматриваем потребности клиента с разных сторон, имеем возможность представлять уникальные материалы, разработки, использовать экопродукцию, а также предоставлять сопутствующий сервис: обучение контактное и на расстоянии, разработка дизайнов под клиента и т.д., — а также вовлекать клиентов в реализацию идей, при этом создавая вокруг них особую творческую атмосферу.



Набор ручек «Ладoga»: шариковая ручка и механический карандаш

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: В основном наши клиенты — это производители чайной продукции и кондитерских изделий. Данная группа является основным потребителем эксклюзивной упаковки. Вслед за ними идут производители алкогольной и табачной продукции. Также среди наших клиентов — производители парфюмерной, сувенирной и подарочной продукции.

В настоящий момент на российском рынке немного поставщиков подобной упаковки. Кроме того, мы предоставляем клиентам наиболее гибкие условия.

ДИНА ВИШНЯ: «Проект 111» работает с компаниями, которые либо специализируются на поставках бизнес-подарков, либо занимаются этим направлением среди прочих. В числе наших клиентов и рекламные агентства, и BTL&events агентства, и интернет-магазины. В первую очередь они заказывают у нас упаковку вместе с другими позициями потому, что это удобно — купить все в одном месте. Оптимально и по логистике, и по трудозатратам. А специально за упаковкой к нам, как правило, не приходят. Для этого есть специальные компании.

МАРИНА ЗАХАРОВА: Наши клиенты — это успешные компании из реального сектора экономики. Мы выстраиваем партнерские отношения с клиентами так, чтобы им было удобно и комфортно с нами работать. Мы ВСЕГДА готовы помочь советом и делом, и это не пустые слова и лозунги. Наши клиенты рекомендуют нас своим коллегам из других компаний, и для нас это самая большая благодарность!

В последнее время упаковке уделяется столько же внимания, как и самому подарку. В первую очередь у нас заказывают подарки «под ключ», то есть от идеи до воплощения — готового подарка, который уже собран в коробку, и все вместе, в случае необходимости, упаковано в транспортную упаковку для отправки в регионы. Только у нас есть целое направление подарочных корзин с дизайнерским оформлением в качестве красивой упаковки.

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: ВСЕ НАШИ КЛИЕНТЫ ДАЖЕ НЕ ДУМАЮТ О ТОМ, ЧТО ЗАКАЗЫВАЮТ У НАС УПАКОВКУ. МЫ ПАКУЕМ НАШИ ИЗДЕЛИЯ — ПИЩУЩИЕ ИНСТРУМЕНТЫ — В РАЗЛИЧНЫЕ ЧЕХЛЫ, ПАКЕТИКИ И КОРОБОЧКИ, НО БОЛЬШИНСТВО ЗАКАЗЧИКОВ ДАЖЕ НЕ ЗАМЕЧАЮТ ИХ. ДРУГОЕ ДЕЛО — ИНДИВИДУАЛЬНАЯ УПАКОВКА, КОТОРУЮ МЫ РАЗРАБАТЫВАЕМ ДЛЯ НАШИХ РУЧЕК ВМЕСТЕ С ЗАКАЗЧИКОМ. ЗДЕСЬ УПАКОВКА НЕ ТОЛЬКО ЗАМЕТНА, НО И ИГРАЕТ ОПРЕДЕЛЁННУЮ, ВПОЛНЕ КОНКРЕТНУЮ РОЛЬ. ПОСКОЛЬКУ МЫ УПАКОВЫВАЕМ СОБСТВЕННЫЕ ИЗДЕЛИЯ, САМОЙ УДОБНОЙ И ПРОДУМАННОЙ ОКАЗЫВАЕТСЯ УПАКОВКА, СДЕЛАННАЯ ИЛИ ЗАКАЗАННАЯ НАМИ СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ.

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Все наши клиенты даже не думают о том, что заказывают у нас упаковку. Мы пакуем наши изделия — пищевые инструменты — в различные чехлы, пакетики и коробочки, но большинство заказчиков даже не замечают их. Другое дело — индивидуальная упаковка, которую мы разрабатываем для наших ручек вместе с заказчиком. Здесь упаковка не только заметна, но и играет определённую, вполне конкретную роль. Поскольку мы упаковываем собственные изделия, самой удобной и продуманной оказывается упаковка, сделанная или заказанная нами специально для этих целей. Нашим заказчикам проще покупать упаковку у нас, нежели искать подходящую где-то в другом месте.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: Одним из направлений группы компаний Epsilon PLUS является разработка и производство подарочно-сувенирной продукции, преимущественно креативных подарков категории «бизнес». Подарки данной категории в большинстве своем подразумевают использование подарочной упаковки и для того, чтобы подчеркнуть (дополнить) идею подарка, и для большей внешней привлекательности. Основные наши заказчики, которые нуждаются в разработке креативных подарков, — преимущественно известные крупные российские и зарубежные компании, которые «устали» от банальных и порой безыдейных подарков. Они обращаются к нам за полным комплексом работ — от разработки идейной концепции подарка до его воплощения. Индивидуальная упаковка всегда присутствует в этом процессе, как неотъемлемая часть.

МАПП: Вопрос к производителю: какова рентабельность вашей упаковки? Как вы думаете, может ли ваш клиент зарабатывать на вашей продукции?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Стоимость всей серийной продукции, выпускаемой нами, рассчитана на то, что организация, купившая ее у нас, тоже должна заработать. Заказная продукция производится на основании требований заказчика, и, если она ему кажется дорогой, он всегда может изменить эти требования либо заменить материалы. Иногда какая-то упрощенная мелочь делает товар экономически привлекательным.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: Рентабельность упаковки — средняя температура по больнице. Судя по тому, что продукты в нашей упаковке стоят в дорогих супермаркетах, на нашей упаковке можно зарабатывать!

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Это закрытая информация. Наша рентабельность — также наше конкурентное преимущество. Наши клиенты зарабатывают на нашей упаковке. Известные нам наценки 80–200 %.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Основная цель нашей упаковки — повысить прибыль клиента. Для этого мы тщательно прорабатываем дизайн и конструкцию, изучаем, что лучше продается. В помощь клиентам мы выпустили брошюру «Как инвестировать в подарочную упаковку», где приводятся рекомендации по увеличению прибыли от продажи товара при помощи подарочной упаковки.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Прямо озвучивать уровень рентабельности, я думаю, никто не будет. Обычно это называют коммерческой тайной предприятия. Но уровень наших цен полностью устраивает наших клиентов. Мы предлагаем им самое оптимальное соотношение «цена-качество». Могу сказать, что рентабельность на продукцию разна. Все зависит от технических параметров самой продукции, будь то элитная упаковка или простая коробка под часть. И, конечно, большое значение имеет тираж продукции.

Не стоит забывать, что упаковка обладает целым набором ранее перечисленных функций, важных для конечного потребителя. По ее внешнему виду обычный покупатель может получить представление о целой фирме. Ее качество — важный фактор, формирующий благоприятный имидж компаний наших заказчиков, тем самым повышая покупательскую привлекательность их продукции, а соответственно, и прибыль от продаж.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: Значительная часть наших клиентов — это рекламные агентства. Они не работали бы с «ДЕКО Медиа», если бы это им было невыгодно. А рентабельность позволяет нам существовать на рынке упаковки, как уже было сказано, более 13 лет. Хотя, надо признать, иногда другие наши производства (изделия из меха, кожгалантерея, деревянная упаковка) помогли вытянуть «просевшее» в межсезонье упаковочное производство.

ЗАРА МОВСИСЯН: Наша продукция требует значительных усилий и затрат профессиональной команды людей. Думаю, на нашей продукции можно заработать, но немного.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Высокая. Наш клиент сектора ВТВ именно на подарочной упаковке и зарабатывает. У многих из них это основной вид бизнеса. Сегодня рынок, скорее, можно сегментировать по видам упаковки, а в каждом виде существует свое ценовое деление.

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: Рентабельность нашей упаковки для клиента высока за счет низкой стоимости при больших объемах.

Конечно же, наш клиент может зарабатывать на нашей упаковке. Вот минимум причин, которые мы можем привести:

- привлечение внимания потребителей к товару на полке благодаря блеску жести, высокому качеству печати, эксклюзивности и форме упаковки;
- покупатель нашего клиента может выбрать его продукт ради одной только упаковки — чтобы в дальнейшем эксплуатировать ее. Как показывает практика после выставок и общения с покупателями, многие приобретают нашу продукцию для хранения вещей, для дизайна помещения и просто как сувенир.

МАПП: Есть ли понятие сезонности в вашем бизнесе?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Да, к сожалению, в сезон праздников мы работаем, но в сезон дач и отпусков загрузка значительно ниже.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: Есть, но не столь ярко выраженной, как у рекламной полиграфии.

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Конечно.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Сезонность есть, и от этого никуда не денешься — специфика подарочного рынка. Неудивительно, что к Новому году спрос выше. Также спрос повышается к 8 марта и 23 февраля. Ко всем этим праздникам мы разрабатываем тематические коллекции.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Понятие сезонности у нас актуально для проекта «НОВОГОДНЯЯ УПАКОВКА для кондитерских изделий». В основном она продается с июня по декабрь. Пик приходится на период с августа по октябрь. В остальное время идет подготовка дизайнов, конструкций и активные продажи.

Работа с остальными клиентами ведется круглый год. Небольшое «затишье» наблюдается в январе и мае, когда много праздничных дней. В остальной период мы работаем на полную мощность.

Стоит отметить, что спрос на элитную упаковку также повы-

шается в предпраздничные периоды. А так как Россия — страна с богатыми традициями, нужно помнить русскую народную поговорку «готовь сани летом...» и не забывать, что чем эффективнее упаковка, тем больше времени нужно на ее разработку и изготовление.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: В сфере производства подарочной упаковки, конечно же, есть. И сколько уже ломано копий по этому поводу на различных форумах и конференциях.

Выход какой? Как в том анекдоте: «У каждого — свой». Есть, безусловно, общие правила и методики, но занятие бизнесом, особенно в нашей стране, — это процесс почти интимный.

ЗАРА МОВСИСЯН: Есть, как и у любой сувенирной продукции.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Раньше было четкое деление сезон-не сезон. Сейчас только подразумевается, так как в обществе стало неприемлемо (или по меньшей мере просто некрасиво) прийти на праздник без упакованного подарка, а помимо Нового года, 23 февраля и 8 марта у людей есть множество других праздников: дни рождения, свадьбы, новоселье или профессиональные праздники.

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: Безусловно, сезонность есть. Естественно, заказы принимаются в течение всего года, но большая их часть поступает в период подготовки к новогодним праздникам. Обусловлено это тем, что производители продукции выпускают специальные серии под Новый год.

МАПП: Вопрос к корпоративным заказчикам. Что для вас более важно — большой ассортимент или наличие на складе?

ОЛЬГА КУГУШИНА: Все зависит от конкретной ситуации. Если мне нужно срочно поздравить VIP-клиента, я предпочту переплатить, чтобы получить продукцию прямо сейчас. Если речь идет о массовой закупке, допустим, подарков на Новый год или День нефтяника, я буду ждать. Тем более что подготовкой к праздникам я занимаюсь загодя, примерно за полгода, поэтому всегда располагаю временем, чтобы подождать.

АННА ПОПКОВА: Для нас важнее ассортимент. Мы можем подождать, поскольку заказ стараемся делать заранее.

КСЕНИЯ КАМЕНЕВА: Зависит от периода заказа. Если мы заказываем в конце октября — начале ноября, то мы будем смотреть, чтобы упаковка уже была на складе. Если мы начинаем работать летом, то ищем компанию с большим ассортиментом.

ИННА: Если нужно срочно, мы выбираем из того, что есть в наличии. Если сроки позволяют, то даем задачу поставщику подобрать, главным образом, рекламную продукцию по техническому заданию и, может быть, нанести дополнительные индивидуальные элементы на упаковку.

МАПП: А с какими проблемами сталкиваетесь при заказе? Как их решаете, или как их решает поставщик?

ОЛЬГА КУГУШИНА: Несколько лет назад, еще до моего прихода, в компании возникла проблема с одним крупным заказом. Подрядчик, изготавливавший новогодние подарки, не рассчитал массу подарка и плотность бумаги, из которой была изготовлена упаковка. Своим весом подарки рвали пакеты и выпадали. Компании пришлось в срочном порядке заказывать новые коробки за дополнительную сумму, чтобы избежать неприятных последствий. Естественно, к моменту моего появления в компании всякое сотрудничество с этим подрядчиком было закончено.

АННА ПОПКОВА: Возникали проблемы с нанесением логотипа. По какой-то причине типография никак не могла нанести его правильно. Мы бились до последнего, но, поскольку исполнитель не пошел нам навстречу и отказался переделывать свою работу, мы нашли другого.

КСЕНИЯ КАМЕНЕВА: Проблемы у нас возникали только один раз, когда мы заказали бумажные пакеты в высокий сезон и уже не успевали по срокам сдать заказ в производство. Все-таки мы втиснулись в план, но по технологии пакеты надо было склеивать несколько суток, а их склеивали всего несколько часов. В итоге они начали распадаться на морозе. Поскольку дело было 30–31 декабря, переделывать тираж уже не было времени. Мы склеивали их сами, укрепляли скотчем и т.д.

Мы продолжали сотрудничество с этим поставщиком, поскольку он уже многое сделал для нас, и такая ситуация случилась в первый раз.

ИННА: Единственная проблема связана с тем, что перед Новым годом не соблюдаются сроки. Обещают одну дату, а по факту получается другая, намного позже. Хотя мы начинаем готовиться еще с конца лета.

МАПП: Схожий вопрос — поставщикам. С какими сложностями вы сталкиваетесь при заказе упаковки у производителей?

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: Ответить на этот вопрос я не могу, поскольку мы поставляем упаковку собственного производства.

ДИНА ВИШНЯ: Основная сложность — подбор надежного производителя. Мы бы хотели работать с большим количеством производителей, чем сейчас, но это проблематично. Даже на уровне расчетов далеко не все компании демонстрируют оперативность и вообще готовность идти на контакт.

МАРИНА ЗАХАРОВА: В России изготовление упаковки, по нашему мнению, находится в развивающемся состоянии, что связано в первую очередь с менталитетом предпринимателей: большинство привыкли делать «все на коленке» и не готовы идти вперед. Для изменения ситуации необходимо подсматривать технологии и формы у европейских производителей, разрабатывать технологии у себя и активно делиться со всеми участниками рынка. Мы считаем, что производство фирменной ленты очень слабо развито в России. Вариантов, кроме печати шелкографией и тиснения фольгой, нет. В Европе, к примеру, есть такая технология, как нанесение логотипа полимерными материалами, в результате чего логотип получается выпуклым.

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Упаковку, которую не можем сделать сами, заказываем в Китае. Сложности бывают, в основном, ментального характера. Главное отличие западного рабочего от восточного состоит в том, что западный несёт персональную ответственность за качество выполненной им работы. И это вовсе не означает, что кто-то его заставляет нести эту ответственность. Она — как раз то, что составляет профессиональную гордость и уравнивает в социальном отношении представителей различных профессий. К сожалению, на Востоке рабочий привык, что за качество отвечает начальник, а сам он может позволить себе бо льшие и меньшие вольности. В результате качество выполненной работы, в том числе и наших заказов, нестабильно. Всегда можно ждать каких-либо сюрпризов.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: Главной, но единственной сложностью при заказе упаковки, являются большие сроки изготовления,

особенно если речь идет о сложной упаковке, требующей привлечения ручного труда.

МАПП: И снова общий вопрос к производителям и поставщикам. Какая упаковка более перспективна в развитии — дорогая или нет? Какое направление в упаковочном бизнесе наиболее перспективно в России?

АЛЕКСАНДРА МИСАК: Самая перспективная в развитии упаковка — качественная. И неважно, дорогая или дешевая — у каждой есть свой потребитель.

БОРИС БОГУСЛАВСКИЙ: На наш взгляд, сегмент недорогой упаковки более перспективен, но, как это ни парадоксально, требует больших начальных инвестиций, больших площадей, а главное — большого рынка сбыта. Найти своих постоянных клиентов — вот задача из задач!

ВАЛЕРИЙ СТАРОСТИН: Разная. В нашем бизнесе много незанятых ниш.

ВЛАДИМИР КРАСНОБАЕВ: Сложно сказать. Спросом будем пользоваться как недорогая упаковка, так и премиум. Если вам нужно упаковать подарок стоимостью не в одну тысячу рублей, то и упаковка будет соответствующая.

Наиболее перспективны направления прозрачной упаковки, металлизированной.

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: С НЕДАВНИХ ПОР ПРОИЗВОДИТЕЛИ НАЧАЛИ РАБОТАТЬ НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ. РАНЕЕ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ ИГРАЛА СТОИМОСТЬ, НО СО ВРЕМЕНЕМ СТАЛА НАБЛЮДАТЬСЯ ТЕНДЕНЦИЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ, ЗА СЧЕТ ЧЕГО ПРОИСХОДИТ ТАКЖЕ ЕЕ УДОРОЖАНИЕ. ТО ЕСТЬ В СВЯЗИ С ПОВЫШЕНИЕМ КОНКУРЕНЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ВО ВСЕХ ОТРАСЛЯХ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ В КАЧЕСТВЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ВЫБИРАЮТ КАЧЕСТВЕННУЮ И, СООТВЕТСТВЕННО, ДОРОГУЮ УПАКОВКУ. ПОЭТОМУ, НА НАШ ВЗГЛЯД, ИМЕННО ЭТО НАПРАВЛЕНИЕ ИМЕЕТ НАИБОЛЬШУЮ ПЕРСПЕКТИВУ.

АЛЕКСАНДРА ШУЛЬЦ: Думаю, у каждой типографии есть свое мнение на этот счет. Мне кажется, что очень хорошие перспективы у упаковки из микрофрактона. Пример — шоу-боксы, являющиеся новым требованием в сетях розничной торговли. Да и простая картонная коробка никогда не уйдет с рынка, так как это недорогое и экологично. Ну а гофротара — это непечальный край, и потребность в ней не уменьшается, а только увеличивается. Что касается элитной упаковки, это очень интересное и перспективное

направление. Но, к сожалению, оно медленно развивается, поскольку не все клиенты и не всегда готовы за нее платить.

СЕРГЕЙ ВЕРБИЦКИЙ: Насколько долгосрочная перспектива имеется в виду? Что считать дорогой упаковкой? И вообще, ключевые слова в данном вопросе — «в России». Если всё в стране будет нормально, то можно надеяться на стабильное потребление упаковочной продукции различных ценовых сегментов. А вот ежели нет, то, судя по мировому опыту, просядут все, а шевелиться, возможно, будут низкий ценовой сегмент и, может быть, упаковка класса LUX. Но «ДЕКО Медиа» верит, что всё будет хорошо!

ЗАРА МОВСИСЯН: У каждой упаковки свой сегмент покупателей. У обоих направлений есть перспективы развития.

ЕЛЕНА ПЛЯСОВА: Упаковка перспективна, во-первых, оригинальная, во-вторых, экологичная, в-третьих, с идеей, в-четвертых, корпоративная, в полном собрании деталей фирменного стиля. Она может быть и менее дорогой, и более. Главное — чтобы она вызывала положительные эмоции.

РАУЛЬ БЕНЯГУЕВ: С недавних пор производители начали работать на повышение качества своей продукции. Ранее при производстве ключевую роль играла стоимость, но со временем стала наблюдаться тенденция улучшения качества продукции, за счет чего происходит также ее удорожание. То есть в связи с повышением конкуренции на российском рынке во всех отраслях, производители в качестве конкурентного преимущества выбирают качественную и, соответственно, дорогую упаковку. Поэтому, на наш взгляд, именно это направление имеет наибольшую перспективу. Данная тенденция также наблюдается и в зарубежных странах — США и странах Европы: спрос на упаковку из жести растет практически в геометрической прогрессии. А как показывает практика, все, что происходит за рубежом, со временем переходит в Россию.

ДИНА ВИШНЯ: Перспективны все ниши. По данным нашего исследования, 50% заказчиков готовы платить за упаковку от 10% до 30% от цены товара. То есть в большинстве случаев цена упаковки находится в прямой зависимости от цены товара. Получается, упаковка востребована во всех ценовых категориях. Но интересно, что 3% респондентов согласны платить за упаковку больше, чем стоит сам подарок. Это объяснимо: иногда «упаковка» просто переводит подарок на другой уровень — в упакованном виде он выглядит гораздо дороже.

МАРИНА ЗАХАРОВА: Дешевая упаковка более перспективная в связи с тем, что недорогой товар идет в транспортной упаковке. Если заменить ее на грамотную и интересную упаковку, вероятность «достучаться» до получателя подарка увеличивается многократно.

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Думаю, вопрос не совсем по адресу. Упаковка нужна всякая, в том числе и дорогая. Всё зависит от цели подарка. О перспективности мы также не можем судить, но пожелание на этот счёт у нас имеются. Мы бы хотели, чтобы производители упаковки больше задумывались об экологии. Природа — это то, что есть у всего человечества общего, среда нашего обитания. Очень больно видеть, например, целые грузовики с пластиковыми канистрами обыкновенной питьевой воды, которые развозятся, наверное, миллионами по квартирам и офисам. Просто потому, что государство не желает сделать водопроводную воду пригодной для питья. Мало того, что сами канистры сделаны из пластмассы, которая будет жить вечно, ибо её невозможно утилизировать, и она не разлагается в природе, но сколько ещё дополнительных вредных выделений

происходит во время изготовления и доставки этой воды! В ООН неоднократно обсуждался вопрос о том, чтобы внесли право на воду в список основных прав человека. Однако и там, видимо, слишком много тех, кто имеет выгоду от торговли чистой водой.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: Перспективы оценить трудно, так как стоимость упаковки в каждом конкретном случае определяется категорией подарка (ЦА получателя подарка — бизнес, VIP или superVIP) и установленными клиентом бюджетными рамками. На второй вопрос, к сожалению, ответить не можем, поскольку для нас упаковка — это не основной, а сопутствующий продукт для реализации предложенных концепций.

МА П П: Уважаемые поставщики, что бы вы пожелали производителям упаковки?

ЛЕО КОСТЫЛЕВ: Мы хотели бы пожелать производителям упаковки, занимающимся этим бизнесом в России, большей коммуникативности и неустанных поисков новых технологических решений, которые позволили бы им конкурировать с китайскими коллегами. Очень хочется покупать упаковку у тех, кому можно посмотреть в глаза.

ВЯЧЕСЛАВ ОРЛОВ: РАСТИ И РАЗВИВАТЬСЯ! А если серьезно, есть отличные примеры крупных высокотехнологичных зарубежных производств, шагнувших далеко вперед; тех, кого смело можно рассматривать в качестве ориентира для собственного роста и развития!

Редакция журналов «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса» и «Лидер МАПП» благодарит Владимира Краснобаева за помощь в составлении вопросов, а участников Круглого стола — за внимание к выбранной теме, за содержательные и интересные ответы.



THE ROUND TABLE GIFT PACKING. THE MODERN VIEW

In this issue producers and suppliers of packaging materials discuss packing, and corporate clients share their experience and opinion on the industry. What is the contemporary packaging and what forecasts do specialists make for it — these topics are considered in The Round Table column.



Источник энергии у вас в кармане!

ЗАРЯДКА ВСЕХ ПОПУЛЯРНЫХ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ, НАВИГАТОРОВ, ИГРОВЫХ ПРИСТАВК. А ТАКЖЕ IPAD, IPHONE И IPOD ВСЕХ ПОКОЛЕНИЙ.



Будьте всегда на связи с мобильным аккумулятором Power Bank. Универсальное зарядное устройство позволит Вам продолжать пользоваться устройствами где бы вы ни были: в путешествии, на работе, за городом. Функциональное назначение у них одно: это аккумуляторы, предназначенные для питания различных мобильных устройств.

Портативный аккумулятор Power Bank заряжает большинство мобильных устройств с USB интерфейсом: планшетные ПК, электронные книги, телефоны и смартфоны (включая HTC, Nokia, Samsung), GPS навигаторы, игровые консоли, различные гаджеты, видеорегистраторы, все поколения iPad/iPhone/iPod. Для зарядки подключается к любым ПК/ноутбукам или зарядным USB устройствам.

С помощью Power Bank можно заряжать любые портативные устройства или использовать его как источник питания в отсутствии доступа к электрической сети. Имея аккумулятор под рукой в дороге вы всегда сможете досмотреть фильм или позвонить близким людям.

Представленные модели Power Bank функциональны и удобны, а потому вполне могут пригодиться владельцам самых разных мобильных устройств.

Power Bank — универсальный источник питания, чтобы закончить работу, зарядить телефон и насладиться веб-серфингом! Надежное и долговечное зарядное устройство — это настоящая палочка-выручалочка!

Компактные мобильные зарядные устройства Power Bank с емкостью 2600mAh представлены в стильных металлических и пластиковых корпусах ярких цветов. Размеры и вес представленных на фото устройств позволяют носить их с собой в кармане, маленькой дамской сумочке, брать в поездки и походы.



Для заказа устройства Power Bank с логотипом обращайтесь к представителю — LEDD Company

Удачных покупок и продаж, коллектив LEDD Company

www.ledd.su
www.usb2b.ru
info@ledd.su
 +7 495 646 09 08



THE SOURCE OF ENERGY IS IN YOUR POCKET

An universal charging device by LEDD Company will let you keep on using gadgets for lack of access to outlet. Power Bank is a portable accumulator aimed to supply different mobile devices equipped by USB interface: tablet PCs, electronic books, phones and smartphones, GPS navigation systems, game consoles, video registers, all generations of iPad/iPhone/iPod.

Новая эра кружек-хамелеонов

КАЧЕСТВЕННЕЕ, БЫСТРЕЕ, КРЕАТИВНЕЕ, ЭКОНОМИЧНЕЙ



Алексей Пушель,
генеральный директор
Сувенирная компания «Дакор»,
Санкт-Петербург

Каждый из нас, наверняка, много раз задавал себе вопрос: что ждет от нас клиент?

Не претендуя на оригинальность, попробуем перечислить сегодняшние пожелания, а иногда и требования клиента: уникальность в кратчайшие сроки при минимальных тиражах и за разумные деньги.

Кружки являются «простым» и понятным продуктом для наших с вами клиентов. Мы постарались создать проект, который сочетал бы в себе современные достижения в сфере материалов для печати по керамике и ее окраске, и возможность создания уникального, вызывающего исключительно положительные эмоции сувенира. Волшебный эффект изменения цвета с одного на другой, большой выбор форм, неожиданные проявления того, что было спрятано под термохромным слоем, яркие полноцветные изображения, скрытые в холодном состоянии и проявляющиеся при нагревании, полная окраска кружек и частичное нанесение термохромных красок — все это и многое другое теперь стало доступно как по срокам и минимальным тиражам, так и по цене.

Мы даем возможность придумать и воплотить в жизнь действительно неповторимый сувенир, то, о чем никто не сможет сказать: «Ну, это я уже видел».

Современный рынок предъявляет высокие требования к качеству продукции и разнообразию ассортимента. Работая над

созданием линии по производству кружек, меняющих цвет («хамелеонов»), мы ориентировались на лучшие образцы подобной продукции, произведенной в различных уголках земного шара. После детальных экспериментов мы пришли к однозначным выводам:

- наши кружки не должны иметь оттенок при нагревании;
- цвет кружек должен быть стабильным;
- материалы должны быть абсолютно безопасны;
- линия по производству должна адаптироваться под разные формы;
- необходима возможность выбора большого количества цветов.



Казалось бы, очевидные вещи, но мы не раз убеждались, что, работая с производителями Юго-Восточной Азии, не можем быть уверены на все 100% в том, что данная продукция будет отвечать главным запросам клиента.

Те, кто знаком с обычными «хамелеонами», наверняка знают, что основным способом печати для них является сублимация, которая позволяет делать яркие полноцветные изображения, но не дает возможности ни добиться яркого изображения на темных поверхностях, ни точно попасть в пантон. К тому же сублимационная печать возможна только на ограниченном количестве форм, чаще всего это та самая еврокружка.

Решение подобных задач возможно при использовании метода деколирования, который позволяет нам делать яркую и насыщенную полноцветную печать на любых темных поверхностях. Благодаря этой технологии мы можем создавать не просто кружки, а настоящие произведения рекламного, сувенирного и маркетингового искусства.

Из простой белой или цветной кружки мы способны сделать по-настоящему эффективный бизнес сувенир, который может стать прекрасным инструментом в руках маркетологов.

Мы делимся своей идеей, как сделать бизнес наших с вами клиентов более креативным и эффективным, поскольку эффективный бизнес клиентов, в свою очередь, приносит нам с вами доход.

Придумывайте, продавайте и зарабатывайте вместе с нами!

Сувенирная компания «Дакор»
Санкт-Петербург, ул. Литовская, д.10
+7 812 677-15-30
www.dakor.ru
gifts@dakor.ru
www.maska-mug.ru
SALE@MASKA-MUG.RU



THE NEW AGE OF CHAMELEON MUGS

Dakor company presents project that unites modern achievements in sphere of materials for ceramic printing and coloration and potentialities of creating a unique souvenir. The magic effect of changing colors, a wide range of mugs forms, bright full color images appearing when hot liquid is added and disappearing again as the mug cools after use – all these and many other opportunities are available now in minimal editions, in a brief space of time and at a reasonable price.


ИЗ ЧЕГО ЭТО СДЕЛАНО?




Перед вами шариковая ручка “Ладога” из продукции отечественного производителя высококачественных пишущих инструментов марки “Салась”. Обычная, с виду, ручка. Почему же, выбирая подобные изделия в подарок или для собственных нужд, стоит обратить внимание именно на эти изделия.

Шариковая ручка “Ладога”, как и остальные изделия данного производителя, делается из материалов и комплектуется частями, которые по своим качественным характеристикам отвечают самым строгим запросам и пожеланиям будущих владельцев. Из чего же состоит это качество, и можно ли его ощутить в пользовании?

Ручки этой серии производятся из латуни, никелируются и затем покрываются электролитическим способом слоем хрома. Обычно, производители подобных изделий более дешёвого ассортимента предпочитают вторично используемые материалы, лишившиеся свойств какого-либо конкретного металла или сплава. Это лом чёрных и цветных металлов, который, однако, хорошо подходит для изготовления изделий, не требующих от материалов особых свойств. Мы используем более дорогой металл определённой маркировки для того, чтобы последующие покрытия - никель и хром, толщина которых на поверхности изделий составляет всего несколько микрон, имели ровную и гладкую поверхность и давали при лазерной гравировке ровный цвет. Позолоченные детали ручек проходят двойную гальваническую обработку для увеличения износостойкости поверхностей.

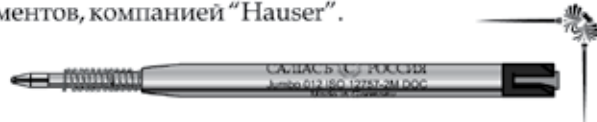


Внутри ручки расположен нажимной механизм,

производства одного из крупнейших в мире изготовителей подобных изделий, тайваньского завода “Aquarry”. В верхней части механизма расположена пружина, придающая ему большую

плавность при нажатии и помогающая производить приятный на слух щелчок. Обе пружины шариковой ручки “Ладога” изготовлены из нержавеющей стали, в отличие от изделий конкурентов, где пружины делаются из дешёвых сплавов. Наши пружины обеспечивают не только плавность нажатия и аккуратный возврат стержня и механизма в исходное положение, но и служат намного дольше.

Стержень ручки изготовлен немецким производителем деталей пишущих инструментов, компанией “Hauser”.



Металлический стержень увеличенного объёма отвечает самым высоким нормам европейских стандартов. Пишущий узел (ISO 12757 G2) в капсуле из нержавеющей стали с шариком из карбида вольфрама (самого твёрдого металла на Земле) и толщиной линии 1,0 мм. Паста немецкого производителя “Documental”, имеющая стандарт качества ISO 12757-2, пригодная для архивирования. Длина линии, которую способен начертить этот стержень, не менее пяти километров.

Качество - не абстрактное понятие, а скучное перечисление свойств и возможностей, предоставляемых нам тем или иным продуктом. Тем не менее, изделие, произведённое из качественных материалов и деталей, ещё не может называться качественным, если сам процесс его производства (сборки) не отвечает тем же высоким требованиям. Поэтому, прежде чем приступить к такому ответственному делу, мы изучили стандарты качества производств пишущих инструментов и построили производство, исходя из самых жёстких условий этих стандартов. Насколько это у нас получилось - судить вам, уважаемые пользователи. Следует помнить, однако, что шариковая ручка - инструмент для письма, и оценивать его качества можно только используя его по назначению, а не по картинкам и рекламным проспектам, часто обещающим больше, чем само изделие способно предоставить.

Приобретайте у производителя в Санкт-Петербурге:

“Остров Сокровищ”
т. (812) 318-18-90
info@finndesign.ru

*Зарегистрированный дизайн. №001351134-0001



Если свечи зажигают — значит — это кому-нибудь нужно?!

КАНУЛИ В ПРОШЛОЕ ТЕ ВРЕМЕНА, КОГДА СВЕЧИ БЫЛИ ПРАКТИЧЕСКИ ЕДИНСТВЕННЫМ СПОСОБОМ ОСВЕЩЕНИЯ ПОМЕЩЕНИЙ. ТЕПЕРЬ ЭТО ЭЛЕМЕНТ ДЕКОРА, СРЕДСТВО РЕЛАКСАЦИИ, ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ НАСТРОЕНИЯ... ПОПРОБУЙТЕ-КА ПРЕДСТАВИТЬ СЕБЕ РОМАНТИЧЕСКИЙ ВЕЧЕР БЕЗ ПРИГЛУШЕННОГО СВЕТА И МЯГКОГО ОТБЛЕСКА СВЕЧЕЙ... НЕ ТАК-ТО ПРОСТО, ПРАВДА?

Свеча — пожалуй, самый теплый и уютный подарок, какой только можно придумать. Она приносит в дом настроение праздника и света. Свеча может стать прекрасным дополнением к основному подарку или приятным сувениром для поздравления знакомых, коллег, клиентов по любому поводу.

В качестве подарка свеча лучше любых слов передаст ваши пожелания, ведь она — маленький символ домашнего очага.

Компания **CandleKraft** предлагает вам широкий ассортимент свечей ручной работы: ароматические и декоративные, свечи, предназначенные для создания романтической обстановки, экологически чистые соевые свечи и свечи для SPA-салонов и салонов красоты.

CandleKraft — это свечи отечественного производства высочайшего европейского качества по доступным ценам.

Качество продукции — предмет особой заботы компании **CandleKraft**. Ведь для нее производство свечей — не просто бизнес, но любимое дело.

ЕСЛИ ОБОБЩИТЬ ВСЁ ВЫШЕСКАЗАННОЕ, ТО С УВЕРЕННОСТЬЮ МОЖНО УТВЕРЖДАТЬ, ЧТО МНОГОЧИСЛЕННЫЕ КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ **CANDLEKRAFT ВЫБИРАЮТ ЭТИ СВЕЧИ ПОТОМУ, ЧТО:**

- Это свечи ручной работы, а значит — премиальный подарок.
- Свечи изготавливаются по индивидуальным заказам (персонализированный подход).
- CandleKraft — это отечественный производитель, который предлагает своим клиентам интересные цены.
- CandleKraft — это высочайшее качество.
- CandleKraft — это короткие сроки изготовления.
- CandleKraft всегда идет навстречу своим клиентам и оперативно решает вопросы.
- CandleKraft выполняет корпоративные заказы и всегда готова предложить интересное решение по подаркам в высокий сезон.
- CandleKraft — это огромный выбор ароматов западного производства.

НУ А СВЕЧИ ВСЕГДА ПОНРАВЯТСЯ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ПОДАРКОВ ПОТОМУ, ЧТО:

- Создают неповторимую атмосферу торжественности в период праздников.
- Добавят таинственного настроения романтическому ужину, внесут ощущение уединения и интимности.
- Мерцание свечи — лучшая анти-стрессовая терапия, ведь на огонь можно смотреть бесконечно...
- Волшебный аромат свечей и тихие отблески пламени — лучшее сопровождение для чтения сказок малышам перед сном.

Итак, вы ищете оригинальный и практичный подарок? Тогда вам сюда:

www.candlekraft.com

**Компания CandleKraft,
Санкт-Петербург, Пушкин
+7 (921) 438-98-68,
www.candlekraft.com**



IF CANDLES ARE LIT IT MEANS THERE IS SOMEONE WHO NEEDS IT?!

A candle seems to be the warmest and the coziest gift anybody could imagine. It brings light and holiday mood to home. CandleKraft company offers a wide range of handmade candles: aroma candles, decorative candles, candles assigned to make a romantic atmosphere, ecologically clean soy candles and candles for SPAs and beauty shops. CandleKraft company produces candles manufactured in Russia and having highest European quality at a reasonable price.

Новинка от студии художественного литья «МОСБРОНЗА» — подарочный набор стопок для водки «Золото Руси». Набор декорирован накладками «Двуглавый орел» изготовленными из бронзы с гальваническим золочением и эмалью. Подробная информация на сайте www.olovoley.ru

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.

ОЛСАМ
 Сувенирная Компания
www.allsam.ru

ИЗГОТОВЛЕНИЕ:
 значков
 медалей
 брелоков
 зажимов для галстука и платочка

Россия, 127018, Москва,
 ул. Складочная, дом 1,
 стр.18, подъезд 5, офис 10/1
 тел. +7 (499) 340-21-32
 +7 -916-688-64-80
igor@allsam.ru
galina@allsam.ru
vladimir@allsam.ru
natali@allsam.ru



Классики МАПП

БАННЕРНЫЙ КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Сувенирная продукция от А до Я — в новом баннерном классификаторе сувенирной продукции и рекламных услуг!

Теперь поиск фирм, занимающихся той или иной отраслью сувенирной продукции, стал еще проще! Классики МАПП — это алфавитный перечень сувенирной продукции и рекламных услуг. Найдя интересующую вас рубрику (например, «Ежедневники»), вы сможете сразу перейти на сайты компаний, занимающихся этим видом сувенирной продукции, познакомиться с коллекциями и услугами, сравнить цены. Клик по каждому баннеру приводит пользователя непосредственно на сайт соответствующей фирмы.

Этот проект создан специально для вас!

Пользуйтесь «Классиками МАПП»!

ЖЕЛАЕМ УДАЧИ И ХОРОШЕГО НАСТРОЕНИЯ!

ЖДЕМ ВАШИ БАННЕРЫ на info@iapp-spb.org

С ПОМЕТКОЙ «КЛАССИКИ МАПП».

(812)318-18-92

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

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

А 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

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 TAR-DET THE SPIRIT OF THE CAP

www.1gifts.biz

leela
SALES PROMOTION

любой текстиль со склада и под заказ

БЕЙСБОЛКИ ФУТБОЛКИ РУБАШКИ-ПОЛО ТОЛСТОВКИ ВЕТРОВКИ КУРТКИ

info@leela.ru
leela.ru +7(495)229 1194

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.utex.ru

Белье нижнее с праздничной символикой
Personalised underwear

mos www.saad.ru

Бизнес-сувениры, оригинальные
Original business-souvenirs

www.1gifts.biz

CLASSIC Collection

mos www.2kkozrina.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.columb-ru.ru
mos www.deltaterr.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

Блокноты
Block-notes

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

В Визитницы
Visiting card folders

www.1gifts.biz

(812) 3181891

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, ПОДАРОК СО СКЛАДА

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

Винные и курительные принадлежности
Wine and smoking accessories

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

Деревянные сувениры
Wooden souvenirs
см. Сувениры из дерева

Е Ежедневники
Diaries

Bon Carnet

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЕЖЕДНЕВНИКИ

8 (495) 979-04-38
www.acar-group.ru

2003 КОЖАНАЯ МОЗАИКА

www.komo.ru

Деловая сувенирная продукция из натуральной кожи

Antonio Veronesi

Ежедневники
Еженедельники
Планинги
Телефонные книги
Визитницы

(499) 476-2454, 476-0730
(495) 642-8677
www.antonioveronesi.ru

Euro Business Gifts

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

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

З Зажигалки
Lighters

www.1gifts.biz

Go ZORR

mos www.aero-pak.ru
mos www.giftsquarell.ru

Значки
Pins

mos www.columb-ru.ru
spb www.mtgr.com

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

КОЛУМБ

+7 495 795 66 62
+7 495 795 68 10
+7 903 795 66 62
info@columb-ru.ru
www.columb-ru.ru

АЯ КОМПАНИЯ
МИРОВОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗГОТОВЛЕНИЕ

ЗНАЧКИ, НАГРУДНЫЕ ЗНАКИ, МЕДАЛИ, БРЕЛОКИ, FVC и др., посуда из керамики и стекла, деколирование.
(495) 502-94-65, (499) 136-43-93
www.ay-company.ru

Зонты
Umbrellas

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

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

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

2003 КОЖАНАЯ МОЗАНКА

www.komo.ru

Деловая сувенирная продукция из натуральной кожи

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

Книжки записные
Phone-books

ARWEY стильные яркие
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗАПИСНЫЕ КНИГИ

8 (495) 979-08-38
www.acar-group.ru

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

Корзины
Baskets

ПЛАТЕННЫЕ КОРЗИНЫ
оптом и в розницу
www.2kkorzina.ru
+7 (495) 645-11-97

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.zomer.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
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

М
Магниты (сувенирные)
Magnets

(812) 927 05 24
925 11 60
www.gospечatnik.ru

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

Монетницы

МОНЕТНИЦЫ ИЗ ПЛАСТИКА, СТЕКЛА, АЛЮМИНИЯ, С ПОДСВЕДКОЙ И LCD

С НАМИ ВАС ЗАМЕТИТ!
НОЕКС
495 788 1554
www.noex.ru

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

Наборы для пикника и охоты от VIP до недорогих
Наборы для шампанья

4951787-34-09 www.giftformen.ru

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

Награды, медали
Awards, medals

Акриловые, хрустальные призы и награды
тел. (812) 740-5541
www.gifts.mashinki.ru

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

Новогодние сувениры
Christmas souvenirs

mos www.2kkorzina.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.vipdoll.ru

Ножи
Knives

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

О
Одежда для промо-акций
Promo-textiles

Диалит.ру Пошив одежды

т (495) 330-9997
www.di-promo.ru 310099@di-promo.ru

mos www.footbolki.ru
mos www.futbolkaru.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.utfex.ru

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.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

(812) 927 05 24
925 11 60
www.gospечatnik.ru

Тел. (495) 967-33-05, 06
Я Сувениры.ру
www.souvenirs.ru

Пакеты ПП, ПЭ
Plastic bags

АЭРО ПОЛИГРАФИЯ АПК
ПАКЕТЫ ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ

(495) 913 63 93 www.aero-pak.ru

mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

Папки
Document folders

mos www.acar-group.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
mos www.shnurz.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

Рекламные агентства «МТ-проект»
www.mf-souvenir.ru
тел.: (495) 788-10-57

Пепельницы
Ash-trays

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

Планинги
Desktop calendars

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

Пластиковые сувениры
Plastics souvenirs
см. Сувениры из пластика

Пледы



mos www.teximport.ru
mos www.leela.ru
mos www.mt-souvenir.ru

Подарки, оптовые поставки

Wholesale gifts
mos www.2kkozrina.ru
mos www.deltaterm.ru

Подарки, розничная торговля

Retail selling gifts
mos www.2kkozrina.ru
mos www.deltaterm.ru

Подставки для письменных принадлежностей

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

Подставки под кружки

Coasters
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Подстаканники



Полотенца, банные халаты



mos www.aero-pak.ru
mos www.ecotel21.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.logotex.ru
mos www.nashasemia.ru

mos www.polotence.net
mos www.saad.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.usb2b.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.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Рубашки-поло



mos www.di-promo.ru
mos www.footbolki.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.utex.ru

Ручки шариковые

Ball-point pens
mos www.aero-pak.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.mt-souvenir.ru
mos www.usb2b.ru



Ручки эксклюзивные

Exclusive pens
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net

Рюкзаки

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

Скатерти

table cloth
mos www.di-promo.ru

Сладкие подарки

Sweet gifts
spb www.mychoco.ru

Станции погодные



Стеклянные сувениры
Glass souvenirs
см. Сувениры из стекла

Сувениры из дерева



Сувениры из пластика



Сувениры из стекла

Glass souvenirs
mos www.ay-company.ru

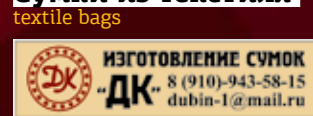
Сумки для ноутбуков

Folders for notebook-computers
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

Сумки из кожи

Leather bags
mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

Сумки из текстиля



mos www.aero-pak.ru
mos www.erebusgroup.ru
mos www.di-promo.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.lidograf.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.utex.ru

Толстовки

Sweatshirts
mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.di-promo.ru

mos www.footballki.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.promo24.ru
 mos www.saad.ru
 mos www.utex.ru

Stedman
 www.1gifts.biz
 (812) 3181891
 info@1gifts.biz

www.1gifts.biz
 Hanes

У Упаковка подарочная и атрибуты к ней

Gift's boxes

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

Ф Фарфор

Porcelain

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

Флаги и флажки

Flags and tableflags

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

“Флаг Плюс”
 (812) 747-24-04
 www.flags.spb.ru fpl@rol.ru

Фляжки

Flasks

spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.yourteamate.com

Фотоальбомы

Photo albums

mos www.antonioveronesi.ru
 mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.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.footballki.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 spb www.mirtex.info
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.saad.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.yourteamate.com

Leela
 SALES PROMOTION
 со склада и под заказ
 ФУТБОЛКИ
 РУБАШКИ-ПОЛО
 ТОЛСТОВКИ
 БЕЙСБОЛКИ
 ВЕТРОВКИ
 КУРТКИ
 info@leela.ru
 leela.ru +7(495)229 1194

www.1gifts.biz
 Hanes

Stedman
 (812) 3181891
 info@1gifts.biz
 www.1gifts.biz

SAAD
 www.saad.ru
 gwear@mail.ru
 ФУТБОЛКИ
 БЕЙСБОЛКИ Тел.: +7 (495)
 ТОЛСТОВКИ 978-7842
 нижнее белье 926-4543
 поло, туники 585-6671

Производство промо-одежды в Москве
 www.sewingru.ru
 www.footballki.ru

Ч 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

Восток
 ТАЙМ
 Изготовление часов с символикой заказчика
 www.vostok-time.ru

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

Ш Шарфы, галстуки, платки

Ties and scarfs

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

Шнур декоративный, производство

Decorative cord, producing

ШНУР
 полипропилен
 4 мм от 0,85 руб/метр
 (495) 517-75-27
 тел./факс: (495) 644-38-85
 www.shnurz.ru

Шоколад, леденцы с фирменной символикой

Promo-sweets

ЛОГОТИП НА ШОКОЛАДЕ
 www.mychoco.ru

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

Э Эмблемы настольные

Desktop souvenirs

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

Ю Ювелирные изделия с корпоративной символикой

Jewelry items with corporate symbols

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

У USB - аксессуары

USB accessories

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

3venta
A Desire for Novelty

FLASH
накопители
IT сувениры

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



sales@3venta.com

V
VIP-подарки
VIP gifts

Оптом 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-проект»
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.giftsaquarell.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.vipdoll.ru

В
Вышивка на изделиях
embroidery

Диана

машинная вышивка
лазерная гравировка
шелкография

http://www.deana.ru
тел. (495) 661-39-38



ООО "Наша семья"
ВЫШИВКА (495) 225-96-76
www.nashasemia.ru

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

Г
Гравировка лазерная
Laser engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



fdm
www.finndesign.ru

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

Гравировка механическая
Mechanical engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



fdm
www.finndesign.ru

- mos www.aero-pak.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.zomer.ru

Дизайн
Design

- spb www.mtgr.ru

Н
Наклейки полноцветные, производство
Sticker printing

- spb www.mtgr.ru

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

печать на металле?здесь!
+7 812 326 05 50
www.mtgr.ru

- spb www.mtgr.ru

П
Переплетные работы
Binding

- mos www.komo.ru

Печать на пластике
Printing on plastic

- spb www.dorum.ru

Печать цифровая, полноцветная
Printing of digital, full-color

- mos www.labeltex.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.giftsaquarell.ru
- mos www.shnurz.ru
- mos www.zomer.ru

Сублимация
Sublimation

- spb www.scale-gifts.ru

Т
Тампопечать
Tampo printing

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

Термоперенос
mos www.footbolki.ru

Типография
Printing house

(812) 927 05 24
925 11 60
www.gospetchatnik.ru

Тиснение ПЕЧАТНИК



Тиснение фольгой
Foil stamping

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

Трикотаж, производство
textile industry

- mos www.di-promo.ru
- mos www.saad.ru

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.diana.ru
- mos www.footbolki.ru
- mos www.giftsaquarell.ru

Э
Этикетки тканые
woven labels

- mos www.columb-ru.ru

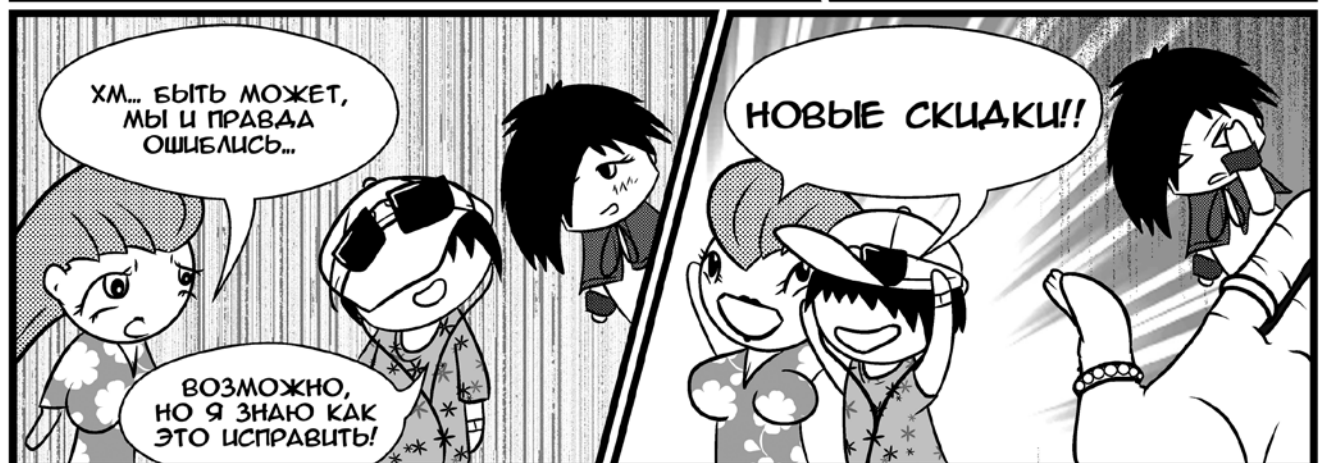
В
ВТЛ-реклама
BTL

- mos www.2kkorzina.ru

Р
Р.О.S. Материалы
P.O.S. files

- spb www.flagstok.ru

АНТИЛОГИКА



Отраслевые выставки

Подробности на www.iarr.ru в разделе «Выставки»

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА – 2013	Москва, ЦВК "Экспоцентр"	18-22.12.2013	www.nkhp.ru
PSI 2014	Дюссельдорф, Германия	08-10.01.2014	www.psi-messe.com
КОНСУМЭКСПО – 2014	Москва, Экспоцентр	20-23.01.2014	www.consum-expo.ru
WMM 2014	Мюнхен, Германия	22-23.01.2014	www.werbemittelmesse-muenchen.de
EFEA 2014 – Евразийский Ивент Форум 2013	Санкт-Петербург, КЦ «Петро-Конгресс»	22-24.01.2014	www.euras-forum.com
CHRISTMASWORLD FRANKFURT 2014	Франкфурт, Германия	24-28.01.2014	www.christmasworld-messefrankfurt.com
PAPERWORLD 2014	Франкфурт, Германия	25-28.01.2014	www.paperworld-messefrankfurt.com
PWA EXPO	Хельсинки, Финляндия	29-30.01.2014	www.pwa.se
REMADAYS ВАРШАВА 2014	Варшава, Польша	05-07.02.2014	www.remadays.com
IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ	Москва, Крокус Экспо	11-13.02.2014	www.ipsa-russia.ru
GIVEADAYS	Штутгарт, Германия	13-15.02.2014	www.giveadays.com
REMADAYS КИЕВ 2014	Киев, Украина	19-21.02.2014	www.remadays.com.ua
СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD	Москва, Крокус Экспо	25-27.02.2014	www.skrepkaexpo.ru
B2B SHOW 2014	Киев, Украина	26-28.02.2014	www.b2bshow.com.ua
ПОДАРКИ – НОВЫЙ ГОД ЭКСПО	Москва, ВК "Гостиный двор"	17-20.03.2014	www.gifts-expo.com
CHRISTMAS BOX. PODARKI	Москва, Крокус Экспо	18-21.03.2014	www.christmasbox.ru
ЛАДЬЯ. ВЕСЕННЯЯ ФАНТАЗИЯ 2014	Москва, ЦВК "Экспоцентр"	19-23.03.2014	www.nkhp.ru
ПОЛИГРАФИНТЕР СИБИРЬ. СИБРЕКЛАМА	Новосибирск, ITE Сибирская Ярмарка	25-28.03.2014	www.sibprint.sibfair.ru
PROMOTION EXPO MILANO 2014	Милан, Италия	26-28.03.2014	www.promotionexpo.it
PSI PROMOTION WORLD 2014	Ганновер, Германия	08-10.04.2014	www.psi-promotion-world.de
МАК (МАРКЕТИНГ.РЕКЛАМА.КАЗАНЬ)	Казань, ВЦ «Казанская ярмарка»	09-11.04.2014	www.mak-expo.ru
ДИЗАЙН И РЕКЛАМА 2014	Москва, ЦДХ	15-18.04.2014	www.design-reklama.ru



Пледы ОПТОМ

+7 (499) 255-50-65

+7 (499) 255-66-45

+7 (499) 252-52-13

+7 (495) 605-87-60

office@pro-line.ru

marina@pro-line.ru

www.pro-pled.ru

 www.facebook.com/propled