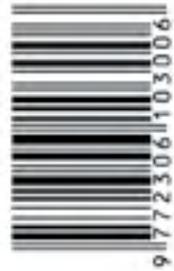


№59 || ФЕВРАЛЬ 2014 ■ ISSN 2306-1030

PROФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



3venta
A Desire for Novelty

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

●●● ЗАРЯДНЫЕ УСТРОЙСТВА
ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ В МОСКВЕ



▶ СТР.30

Круглый стол МАПП

Флеш-накопитель:

как не купить «кота в мешке»

КОЛЬЧУГИНСКИЕ
ПОДСТАКАНИМЫ
В АССОРТИМЕНТЕ
КАЧЕСТВЕННЫЕ ЛОГОТИПА

+7 (4956) 9-80-77
+7 (49045) 2-58-49
selinsky@com.ru



Адъютант

www.adjutant.ru

Коллекция *Адъютант*® 2014
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЕЖЕДНЕВНИКИ
И ДЕЛОВАЯ ГАЛАНТЕРЕЯ



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

Производство и поставка сувенирной продукции с нанесением логотипа

СВЕЯЩИЕСЯ ФЛЕШКИ (от 50 шт.)

ХИТ!



ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПВХ по вашему дизайну



НАСТЕННЫЕ ЧАСЫ со склада



НАСТЕННЫЕ ЧАСЫ ИЗ АКРИЛА (собственное производство)



ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ



АВТОРУЧКИ PROMOPEN

PromoPen



от 3,20

ФЛЯГИ, ТЕРМОСЫ, ТЕРМОКРУЖКИ



КРУЖКИ



от 320

МНОГО ПРОМО



МЕДИЦИНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ



ЗОНТЫ, ТЕКСТИЛЬ



БЕЙСБОЛКИ ПРЕМИУМ индивидуальный крой



Prestige

Производство по нанесению фирменной символики

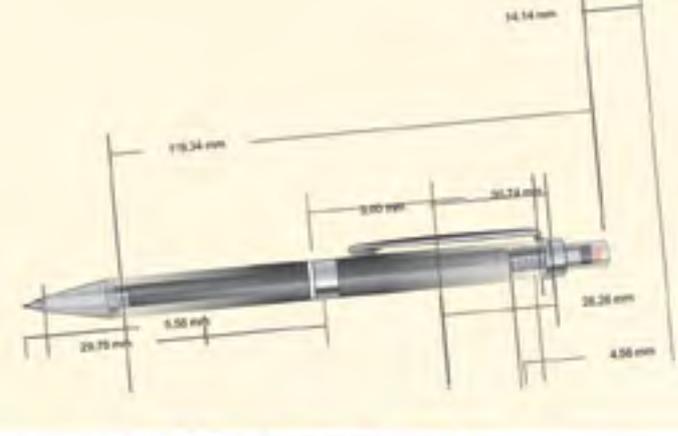
КАТАЛОГ РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ "ПРЕСТИЖ"

г. Москва, Окружной проезд, дом 5, стр. 1

Тел.: (495) 956-79-13/14/15/16 факс: (499) 780-20-96/95

e-mail: info@katalog-prestige.ru www.center-prestige.ru

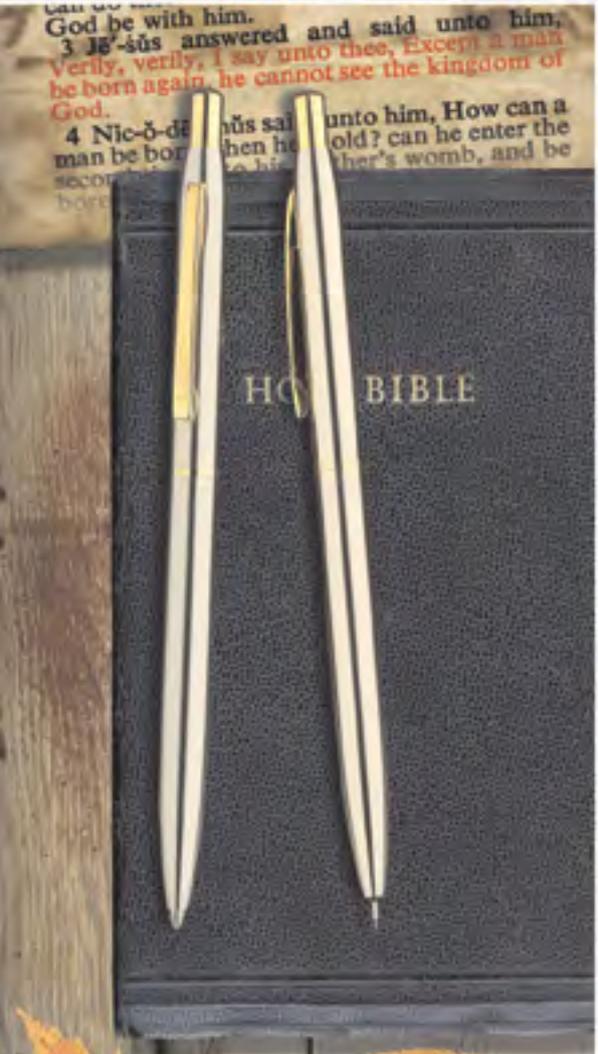
скидки
для розничных
оптовиков и дилеров
до 40%



www.sailhas.ru



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



стр. **46**

стр. **6**



6

ЕСТЬ МНЕНИЕ
PSI в четыре руки

9

НОВОСТИ
Международные новости

10

НОВОСТИ
Лента новостей

14

ВЫСТАВКИ
Российские выставки

24

ВЫСТАВКИ
Зарубежные выставки

28

МНЕНИЕ
5 вопросов МАПП
PROфессионалу:
Леонид Пчельников,
директор выставки IPSA
Рекламные Сувениры

30

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП
Флеш-накопитель.
Как не купить «кота в мешке»?

46

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«LEDD Company» —
USB flash накопители в гармонии
с любым корпоративным стилем,
привлекающие внимание

стр. **30**



КРУГЛЫЙ СТОЛ

47

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«ЗОМЕР»

ШНУР для бумажных пакетов

49

КЛАССИКИ МАПП

Классификатор сувенирной
продукции и рекламных услуг

55

Антилогика 24

56

СРЕДА ОБИТАНИЯ

«Агентство Гармония»

Как справляться со стрессами

57

Календарь выставок

PROFESSIONAL

№59 (февраль 2014 г.)

Президент МАПП
Лео Костылев
leo.kostylev@finndesign.ru

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

Директор отдела продаж
Татьяна Панкова
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 № 0-137032
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.

PROFIAPP.RU

PSI в четыре руки



 **Екатерина Лазоркина,**
руководитель PR-проектов МАПП

 **Лео Костылев,**
Президент МАПП

ВЫСТАВОЧНЫЙ комплекс Messe Dusseldorf, расположенный на северо-западе Дюссельдорфа, запросто можно принять за отдельный небольшой город. Заблудиться на его территории ничего не стоит, а вот найти, скажем, офис организаторов без подсказки – задача не из легких.

PSI Trade Show ошеломляет своими размерами. Четыре огромных зала, полные экспонентов и всевозможной продукции, – непростое испытание и для опытного участника выставки, а уж для новичка и подавно. Дабы посетители не утомили себя чрезмерным усердием, в каждом зале предусмотрены зоны отдыха. В некоторых из них можно просто перевести дух, сидя в удобных креслах-мешках, в других – еще и выпить кофе. Бесплатного кофе. То есть абсолютно безвозмездно.

В одной из таких зон оборудована медиа-зона. Не считая пресс-ложу, посещение которой разрешено только представителям прессы и VIP-персонам, это единственное место на выставке, где можно получить бесплатный доступ в Интернет. Бывает же так: кофе бесплатный, а за Интернет надо платить...

Я ЕЗЖУ НА PSI уже почти двадцать лет. Практически ежегодно. Из последних пяти лет пропустил пару, вот, пожалуй, и всё. Хорошо помню, как начинали те компании, которые теперь занимают по ползала и издают каталоги, которые за их вес и объём никто уже не хочет брать: маленькие стенды, жиденькие в пятьдесят страничек брошюры с огромными картинками, чтобы занимали побольше полиграфического пространства. Но больше всего, конечно, запомнилось первое посещение, когда выставка сразила наповал своими масштабами, количеством посетителей, нескончаемой вереницей очередей такси у входа и сотнями людей с чемоданами на колёсиках в руках. Кто они? Почему идут на выставку с чемоданами? Опаздывающие экспоненты, нерадивые сотрудники стендов? К середине первого дня вопрос прояснился мне болями в плечах и ногах. К концу того же дня сумки с каталогами плелись за мной по ковровому покрытию почти сами, связанные со мной лишь своими длинными плечевыми ремнями. Этим же вечером я совершил первую покупку в Дюссельдорфе – зелёный в клеточку чемодан на колёсах.

PSI 2014-го совсем не похожа на ту, мою первую выставку. И дело не только в том, что мир успел сильно измениться да и сами залы выставки совсем не те, что были в начале 90-х. Но всего несколько лет назад залы были так забиты стендами, что свободного пространства в них не оставалось даже на размещение хотя бы нескольких стульев. Мне нравилось это. Таким образом за всё время выставки сохранялась атмосфера рабочего дня. Пива на стендах не наливали, и кафе гигантских размеров в те годы не было. Оно и не было нужно. Но главное, нет чувства праздника и чего-то необычного, что совершалось с тобой. Виною тому, как мне кажется, атмосфера борьбы за выживание, которую ведут в последние годы все страны Европы, и которая не может не отражаться и на таком глобальном для сувенирного мира мероприятии, как PSI.



СОСТАВ ЭКСПОНЕНТОВ PSI Trade Show разнообразный: от больших известных компаний, таких как Moleskine, Koziol, Samsonite – до стартапов, пока еще мало кому знакомых. Большой частью в выставке участвуют европейские фирмы, но присутствуют среди них и несколько азиатских. Хотя, если учесть, что большинство представленных компаний имеют производство в Китае, встает вопрос, насколько закономерно называть PSI Trade Show европейской выставкой. Большой частью в выставке участвуют европейские фирмы, но присутствуют среди них и несколько азиатских.

Чемодан – неотъемлемый атрибут всех посетителей PSI.

Время от времени можно наблюдать, как за спиной у увлеченного очередной презентацией посетителя медленно и тихо переворачивается вверх тормашками его верный спутник и помощник в сборе информации, или в зоне отдыха проводится срочная ревизия содержимого с последующей попыткой закрыть чемодан, используя вес собственного тела. Зачастую попытка оказывается неудачной. Тогда операцию приходится повторять. Брошюры, буклеты, образцы снова извлекаются на свет и проходят еще более жесткий отбор. Увы, многие экспоненты так и не узнают, какая печальная участь постигла их информационные материалы еще до того, как потенциальные клиенты покинули выставочный павильон.



ЭТО ТО ОБЩЕЕ, что показалось мне, но есть ещё и частное, личное для меня: все прошлые годы я приезжал на выставку как посетитель, а в этом году впервые — как экспонент. За долгие годы работы в отрасли мне пришлось поучаствовать в сотнях различных выставок, в России и в других странах. Но тем не менее, умение немцев делать выставки поразило. Эффективно и просто составленный график заезда и выезда, правильно построенная логистика мероприятия в совокупности с лёгкостью решения возникавших по ходу каких-либо проблем, не могут сравниться с тем, что я встречал и продолжаю встречать в других странах. Вот куда надо отправлять представителей выставочных организаций и руководителей выставочных залов на обучение профессии! Выиграют от этого все.

Однако, не только организация, но также желание команды PSI собрать как можно больше посетителей в это нелёгкое для Европы время, заслуживают внимания и всяческой похвалы. После статистического снижения количества посетителей в прошлом году, они сделали всё для того чтобы в этом году экспоненты были довольны. Впервые за пятьдесят лет своей работы на выставку смогли попасть не члены PSI. Также впервые на выставку можно было пройти бесплатно! Это также может быть хорошим уроком многим организаторам подобных мероприятий — желание добиться своей цели любыми доступными методами, невзирая на амбиции и страх потерять лицо.



ПРЕДЛОЖЕНИЙ и вправду много. А вот оригинальных идей маловато. Компании-участников можно разделить на следующие крупные категории: промотекстиль, канцтовары, спортивные товары, сладости и упаковка. Конечно, среди экспонентов есть представители и других направлений промопродукции, такие как производители товаров для сада, кухонной утвари, деревянных изделий, игрушек, продуктов питания, – но процент их настолько незначителен, что теряется на общем фоне.

В условиях, где удивить чем-нибудь новым практически невозможно, каждый борется за клиента, как может. В ход идет все: бесплатный обед в обмен на необходимость выслушать информацию о компании и ее услугах, раздача образцов ударными порциями, интерактивные шоу, демонстрирующие товары в действии... Неизменно популярными в течение всей выставки остаются оборудованные под бар стенды с бесплатными алкогольными напитками.

Хотя, наверное, с утверждением, что удивлять клиентов нынче нечем, я поторопилась. К примеру, компания Swiss CowGold®, которая предлагает эксклюзивные подарки для VIP-персон, серии Objects d'Art. Вот уж кого воистину непросто удивить – так это тех, у кого все есть... А спорим, даже у тех, у кого есть все, конфет из высушенного коровьего навоза с вкраплениями чистого 24-каратного золота нет? Очищенное от грязи и примесей, сырье формируется в плоские кусочки одинакового размера и высушивается несколько дней на солнце, теряя до 90% своего веса. Производители утверждают, что после этого оно пахнет свежими альпийскими травами. Затем его перемалывают в ступке, смешивают с золотом до однородной массы, используя органический связующий материал, и выкладывают в формы, созданные художниками. Интересно, много ли находится желающих сделать такой подарок VIP-персоне, и еще интереснее, решается ли кто-нибудь из получателей его отведать.

Одно из нововведений 2014 года – PSI Catwalk – подиумный показ промотекстиля, часов, сумок и канцтоваров, сопровождающийся неизменными бесплатными напитками и легкими закусками. Организаторы, всегда вежливые и приятные в общении, с готовностью и пониманием откликаются на любой вопрос. «Команда PSI» патрулирует залы и холлы выставки, чтобы прийти на помощь в случае необходимости, угостить чем-нибудь вкусеньким или пригласить участников на очередное мероприятие. Например, на вечеринку после окончания работы выставки, с фуршетом и напитками, где экспоненты и посетители могут пообщаться в непринужденной обстановке.

И ВСЁ ЖЕ, несмотря на эти бравурные дифирамбы, выставка оставила не только приятные впечатления. Посетителей, несмотря на все старания сотрудников PSI, было мало. И хотя пост-релиз говорит об увеличении количества гостей выставки, по унылым лицам стендистов во второй половине дня и пустым коридорам (у меня есть много фотографий), этому трудно верить. Скорее всего, выставка теряет своё значение, как важная часть маркетинга. Если ещё десяток лет назад выставке практически не существовало альтернативы, то сегодня она имеет смысл лишь для новичков – будь они посетителями или экспонентами. Компании, нарабатывавшие солидные базы данных, больше не нуждаются в таком виде представления: почта, электронная и традиционная разнесут информацию о новинках и доставят их в офисы уже имеющихся дистрибьюторов. И поэтому понятно то, что к выставке потеряли интерес крупные компании, и на PSI в этом году не было стендов PF Concept, Senator, Klio Eterna, Prodir, Masma и т.д. То есть тех, без которых раньше это мероприятие было себе трудно представить. Видимо, общее снижение оборотов в отрасли сделало затраты на динозаврово гигантские стенды невозможным, а выступать более скромно не дают законы деловой этики.

Пострадали не только количественные показатели выставки, но, что более обидно, и качественные. Все поименованные и забытые в спешке компании, решившие не принимать участия в PSI, являются профессионалами высочайшего уровня, и они, во многом, определяли уровень самого мероприятия. Так же как и посетители их стендов. И несмотря на то, что я, представлявший на выставке коллекцию малоизвестных, новых пишущих инструментов должен был бы радоваться отсутствию откровенных лидеров, моих более сильных конкурентов, мне было почему-то грустно наблюдать за действиями бесчисленных посетителей из Румынии и стран бывшего СССР и Югославии, явно приехавших на выставку впервые и желающих увезти с собой решительно все предлагаемые каталоги. Вспомнилась молодость и собственная неуёмная жажда информации. Да и уровень многих экспонентов оставлял желать лучшего. Недалеко от нашего стенда какая-то компания, например, раздавала посетителям ёмкости с полкорном. В результате в радиусе квадратного километра все урны были переполнены пустыми, полупустыми и полными картонными коробками с этим самым кукурузным лакомством. Люди, получившие такой "подарок", лишались работоспособности на длительное время, ибо в одной руке у них, как правило, была ручка от чемодана, а другая была занята этим злосчастным деликатесом. Смешно и больно было наблюдать как люди "клевали" прямо из коробок этот полкорн (руки-то заняты!), проходя мимо стендов с вероятно полезной для себя информацией. Трудно считать профессионалами тех, кто придумал такую идею, а организаторам выставки я обязательно посоветую обратить внимание в следующем году на то, насколько корректны действия экспонентов, и не мешают ли "гениальные задумки" работать тем, кто оказался поблизости.

И всё же, несмотря на мелкие неурядицы, выставка порадовала. Место на следующий год бронируем уже сейчас, а всех, кто в этом январе решил не ехать в Дюссельдорф, от души приглашаем посетить наш стенд в январе 2015-го.

PSI FOR FOUR HANDS
The largest European promotional products exhibition PSI Trade Show seen with the eyes of a visitor and an exhibitor, a novice and an experienced participant of the exhibition.



PRODIR ПОЛУЧИЛ ПРЕСТИЖНУЮ ПРЕМИЮ RED DOT ЗА КАМПАНИЮ

Швейцарский производитель письменных принадлежностей компания Prodir была отмечена престижной премией RED DOT DESIGN AWARD 2013 в категории «Дизайн коммуникаций» за свою кампанию «Чистота» (Purity). Кампания включала в себя каталог изделий фирмы, выпускаемый производителем ручек журнал, а также решение стенда Prodir на выставке PSI. Директор по маркетингу Лаура Базали (Laura Bazzali) при получении награды сказала: «Это чудесное признание! Для нас профессионализм в коммуникациях, дизайне и технологиях письма являются частью единого целого. Prodir не просто предлагает рынку письменные инструменты, но письменные инструменты, дизайн которых приносит идеальные результаты в коммуникациях».

Prodir является одним из ведущих производителей высококачественных ручек для проморынка. Изделия изготавливаются исключительно в Швейцарии, а семь филиалов компании в Европе и офис в Москве обеспечивают их продвижение на рынке и быстрое обслуживание.

www.prodir.com

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Тем более приятно, что мы не увидели стенда компании Prodir на PSI в этом году. По-видимому, не все «коммуникации» работают так, как этого хотелось бы швейцарскому поставщику. И тем не менее, снимаем шляпу перед ярким примером того, что в Европе можно и должно производить изделия, желаемые рынком. И даже в такой сложнейшей товарной категории, как пластмассовые ручки! Вот пример правильного отношения и к окружающей среде, и к жителям нашего континента, да и вообще просто пример для подражания.

ФИНСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ — ФИНАЛИСТ ПРЕСТИЖНОЙ ПРЕМИИ PROMOTIONAL GIFTS AWARDS 2014

Финский производитель качественных письменных инструментов Carelia Collection принял участие в международной премии бизнес-сувенирных изделий Promotional Gift Awards 2014, который проводится в Кёльне (Германия). На конкурс была представлена новая ручка-роллер OldArms, покрытие корпуса которой является инновационным и уникальным на рынке письменных принадлежностей.

В этом году на конкурс было заявлено 255 изделий, и организаторы с удовлетворением отметили высокий уровень качества всей представленной продукции. Ручка OldArms не получила премии, однако компетентное жюри премии выбрало её в состав финалистов конкурса.



Carelia Collection уже несколько десятилетий занимается производством письменных принадлежностей, но производство металлических ручек является сравнительно новым проектом компании. К 2014 году компания подготовила новую коллекцию металлических ручек «эконом-класса», которые проходили первое тестирование на недавно завершившейся выставке PSI в Дюссельдорфе. Посетители выставки — профессионалы рекламного сувенирного рынка Европы — высоко оценили качественные характеристики коллекции, в которой применение новых технологий позволило снизить стоимость без соответствующего снижения качества.

www.carelia-pen.com

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Каждый год Финляндию посещают три миллиона россиян, что составляет около 60% населения самой страны. Общая стоимость их покупок — примерно три миллиарда евро. И тем не менее, финские бренды не так хорошо известны в России, как могли бы быть... Всё-таки соседняя страна, которая ещё совсем недавно вообще была частью России.

НОВАЯ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ИНИЦИАТИВА ГОЛЛАНДСКОГО ПОСТАВЩИКА XINDAO

Рекламно-сувенирная компания-поставщик из Нидерландов Xindao представила амбициозный стратегический проект Vision 2020 на недавно прошедшей выставке PSI. Главная задача этого проекта состоит в том, чтобы повысить, по выражению авторов, «устойчивость» компании к 2020-му году до 100%. Так, среди других мероприятий, предполагается, например, что вся представленная продукция будет произведена из вторичного или же легко перерабатываемого сырья, экологически чистых и нетоксичных материалов без использования каких-либо видов ПВХ. Также все изделия будут упаковываться в экологически чистую упаковку. Далее планируется, что дизайн всех изделий станет функциональным и уникальным, а одноразовые массовые изделия уйдут из ассортимента. Собственный бренд компании — XD Design — будет играть главную роль в претворении стратегии в жизнь. Процессы производства и транспортировки также пройдут тестирование и оптимизацию на предмет их совместимости с новой концепцией компании и пониманием социальной ответственности и экологической безопасности. Более того, к 2020-му году Xindao собирается полностью отказаться от издания бумажных каталогов, ввести в своих офисах безбумажное делопроизводство и использовать только экологичные транспортные средства для доставки грузов. Все процессы должны быть «прозрачными» и иметь документальное подтверждение.

По словам генерального директора Xindao Альберта ван дер Везна (Albert van der Veen), глобальные процессы, такие как рост населения планеты, нехватка ресурсов и загрязнение окружающей среды, и вместе с ними процессы, происходящие в нашей отрасли, требуют радикально новых решений. Он также отметил, что если стратегия компании Vision 2020 достигнет намеченных результатов, то это само по себе будет «самым лучшим подарком» компании Xindao.

Получить полную информацию о проекте на английском языке можно по адресу: www.xdvision2020.com.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Очень полезная и правильная программа, но как компания будет ее выполнять? Xindao сама признаёт, что в 2014-м году лишь 5% её продукции и только по материалам изготовления отвечают тем стандартам, которые намечены в стратегии... Не слишком ли жёсткое расписание? А уж уменьшить количество упаковочных материалов и сделать их экологичными точно не получится до тех пор, пока вся продукция компании поставляется в Европу из Юго-Восточной Азии. По нашему мнению, чем изобретать «экологически безопасный» транспорт, гораздо полезнее снова наладить производство хоть чего-нибудь в странах Европы, а не тащить каждую скрепку с заколкой из Китая. Вот это был бы проект!

КОМПАНИЯ АДЖАР ГРУПП. ДОБАВЬТЕ СВОЮ ЦВЕТНУЮ ИЗЮМИНКУ

Компания АДЖАР ГРУПП продолжает совершенствовать свою продукцию.



Отличительной особенностью обновленной серии еженедельников является оригинальная опция нанесения Вашего цветного логотипа на срезе блока.



Интересный дизайн выгодно выделяет эту модель на фоне других стандартных изделий для делового планирования, придавая особый шарм и элегантность продукции. Тем самым делая ее одной из наиболее стильных моделей коллекции.



В ассортименте предлагаемой продукции множество креативных вариантов, что позволяет Вам создавать ежедневник и аксессуары по индивидуальному дизайну. **ООО «Бон Карнет»**
+7 (495) 636-27-62
+7 (495) 979-08-36
boncarnet@acar-group.com
w.acar-group.ru
www.бон-карнет.рф

СВЕЖИЙ ВЗГЛЯД НА ПОДАРКИ ОТ FRESHFLASH.SU



Хотите заказать USB с оригинальным дизайном? Пожалуйста! Форма USB-накопителя зависит только от Вашей фантазии, а заказать оригинальную «флешку» можно от 50 штук. Работа напрямую с производителем гарантирует высокое качество всех производимых USB-накопителей. Более подробно с информацией можно ознакомиться на нашем сайте: <http://www.freshflash.ru/флешки-на-заказ/>
FreshFlash.ru, Москва
8(800)775-07-12
info@freshflash.ru
www.freshflash.ru



НОВЫЕ МОДЕЛИ РУЧЕК ОТ «ОБЪЕДИНЕНИЯ СОЮЗ»



В 2013 году ЗАО «Объединение СОЮЗ» выпустило 3 новые модели ручек:

1) Автоматическая шариковая ручка Клио.

Благодаря рельефной зоне захвата уменьшается нагрузка при письме.

2) Шариковая ручка Призма.

Треугольная геометрическая форма корпуса обеспечивает повышенную комфортность письма и подходит также для людей, пишущих левой рукой. Неоспоримым здесь является и то, что у детей, пользующихся треугольной ручкой, формируется правильная постановка руки при письме, это способствует становлению красивого почерка.

3) Гелевая ручка Status — «народная» по своей цене.

Также к новинкам можно отнести антибактериальные ручки из нашего ассортимента. Специально были разработаны для использования в медицинских учреждениях. Сертификацию проходили в Лондоне.

ЗАО «Объединение СОЮЗ», Москва
+7 (495) 926-66-11

market@berkly.ru

www.berkly.ru

Санкт-Петербург

+7 (812) 766-23-61

MihailCh@souz.spb.ru

www.spb-soyuz.ru

МАСТЕРСКАЯ ОБЪЕМНОЙ ПЕЧАТИ КОСТА 3D



Дорогие дизайнеры, художники, рекламисты! Самые современные технологии уже здесь. Мы можем вырастить («напечатать») из пластмассы модель придуманного вами изделия. 3D печать — это реализация самых смелых ваших «придумок», это возможность быстро и недорого производить штучную сувенирную продукцию или изготовить «прототип» будущей массовой продукции. Мы будем рады познакомить вас с возможностями 3D печати, оказать любую техническую помощь и с вашей помощью придумать что-нибудь новое для развития вашего бизнеса или овеществления вашей фантазии.

КОСТА 3D, Санкт-Петербург
+7 (812) 445-11-17
www.kostaprint.ru

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ДИЗАЙНУ В ПОЛНОМ СООТВЕТСТВИИ С КОРПОРАТИВНЫМ ЦВЕТОМ ОТ 300 ШТ.!



Компания Лиля Сэйлз Промоушн (Leela Sales Promotion) производит изделия из полотна, выкрашенного по пантону заказчика, уже при тираже от 300 штук. При этом мы можем разработать индивидуальную модель футболок, рубашек, толстовок и бейсболок по вашему заказу. Сроки поставки таких изделий составляют от 30 до 45 дней. Стоимость производства подобных работ является приемлемым для заказчиков. Более точные цены и сроки поставки просчитываются нашими менеджерами индивидуально в самые кратчайшие сроки. Для этого нужно заполнить конструктор изделий на нашем сайте и прислать его нам или просто нам позвонить!

Leela Sales Promotion
+7(495) 229-11-94
info@leela.ru • www.leela.ru

ТАБЛИЧКИ — ПАЗЛЫ



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

С уважением, Ваш «МеталГраф»
+7(812)326-05-50
mtgr@inbox.ru
www.metallografika.com

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

ПОДАРОК КАТЕГОРИИ VIP



Рекламно-производственная компания РОСТР осенью 2013 года представила новинку, подарок категории VIP — плакетку триптих. Мягкий бархат и гальваническое покрытие с золотым напылением прекрасно сочетаются и придают очень эстетичный вид изделию. Три части презента служат максимальному отображению всей информации как и о вашей компании, так и о вашем регионе. Внутри можно разместить фотографии, логотип, карту субъекта, описание истории чего-либо. Этот подарок будет отлично смотреться на столе или стене кабинета и всегда займет свое место у того, кому вы его подарили.

Ростр
+7 (8342) 23-18-25
rostr@moris.ru
www.newrostr.ru

НАСТОЯЩИЙ ИНДИЙСКИЙ ЧАЙ В СТЕКЛЯННОЙ УПАКОВКЕ



К весенним 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

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

В ЧЕСТЬ 25-ЛЕТИЯ ОКОНЧАНИЯ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ В АФГАНИСТАНЕ (1979-1989гг.)

ООО «Колумб РУ» предлагает новое изделие — памятный нагрудный знак «25 лет окончания боевых действий в Афганистане».

Знак изготовлен из медного сплава способом высокорельефной чеканки.

Декоративное покрытие: никелирование с тонировкой лаком и цветная эмаль, крепление — орденская булавка.

Размер знака 42x58мм.

Масса знака 44г.

Может комплектоваться футляром и удостоверением.

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Значки».

Колумб-ру, Москва — Украина



КАК ПРИВЛЕЧЬ МАКСИМУМ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ВАШ СТЕНД?



Компания Printolog предлагает не дорогое, но эффективное решение этой задачи.

Чтобы Ваш стенд выгодно выделялся на общем фоне, мы профессионально оформим его шарами с логотипом и контактной информацией Вашей компании. Особо эффективно использование больших рекламных шаров, так как такой шар и Ваш логотип на нем будет виден издалека и невольно привлечет внимание посетителей!

Еще один неотъемлемый инструмент рекламной акции — раздача брендированных шаров посетителям, причем шар получается гораздо выигрышнее любой полиграфической рекламы, ведь в карман его не спрячешь, да и в ближайшую урну мало у кого возникает желание его отправить.

В сезоне 2014 компания «Printolog» предлагает 10% скидку всей аудитории МАПП на оформление выставочного стенда и рекламных акций шарами! Для получения скидки достаточно упомянуть Лидер или Профессионал.

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Шары воздушные».
«Printolog», Москва.

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 непростоём процессе!!!

ООО «УГМК-ОЦМ» (управляющая компания ЗАО «Кольчугцветмет»)

+7 (34368) 98-077

selunsky@ocm.ru

<http://www.zio.ru/ru/about/Chex7/>

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

ВРЕМЯ — ЛУЧШИЙ ПОДАРОК!



Часовая компания «Восток тайм» — крупнейший производитель наручных и настенных часов с символикой в России — в 2013 году обновила ассортимент настенных часов, выпустив ещё 3 новых корпуса.

Собственная производственная база позволяет не только в кратчайшие сроки изготовить необходимый сувенир, но и гибко подходить к вопросу ценообразования, учитывая все интересы наших заказчиков.

Кроме 7 стандартных цветов, которые мы используем в производстве настенных часов и которые всегда есть в наличии, есть возможность изготавливать часы по цвету заказчика (пантону).

С 2013 года часовая компания «Восток тайм» практикует отправку продукции в виде комплектующих, т.е. в разборе, тем самым мы помогаем нашим партнёрам в регионах иметь свой небольшой склад настенных часов и ещё более оперативно удовлетворять потребность своих клиентов.

ООО «Восток тайм»

+7 (84342) 5-65-35, 5-65-25

simvolika@inbox.ru

www.vostok-time.ru

ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАТОВЫЕ КРУЖКИ



Такую кружку не сошлют на дачу. Матовая поверхность кружки не только придает ей благородный вид, но и очень приятна на ощупь. При использовании на такой поверхности не остается разводов и отпечатков пальцев. Цвет — по пантону. Следует отметить, что при такой обработке даже классический белый и черный цвета имеют необыкновенный эффект и выглядят очень стильно. Гравировка придаст еще более сказочный эффект.

Главсюрприз. Сувенирки и Подарки

+ 7 (495) 626 49 00

www.glavsurprise.ru

ПОДАРОЧНЫЙ НАБОР ДЛЯ НАСТОЯЩИХ МУЖЧИН



Компания «Стильная упаковка» представляет новинку — набор «Зарядный ящик».

В набор входят:

- мощный аккумулятор емкостью 11000 mAh, позволяющий заряжать портативные цифровые устройства (телефон, фотоаппарат и т. д.) без доступа к электрической сети,

- набор переходников, что делает его совместимым с популярнейшими гаджетами,
- тканевый чехол для ношения устройства на ремне, чтобы power bank был всегда под рукой.

Стильный и практичный подарок для мужчин, прошедших суровую армейскую школу.

ООО «Стильная упаковка»

+7(495)775-86-83

+7(916)632-21-72

www.profsuvenir.ru

www.upakstil.ru

ПРОИЗВОДСТВО СУВЕНИРОВ ИЗ СИЛИКОНА ТЕПЕРЬ И В РОССИИ!



Компания ПСФКЭребус — крупнейший производитель сувениров из PVC (ПВХ) — продолжает совершенствовать своё мастерство по выпуску сувениров из полимерных материалов и с удовольствием сообщает об открытии производства сувениров из силикона в России!

Теперь всё, что можно сделать из силикона, делает ПСФКЭребус !!!

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Автосувениры», «Аксессуары для мобильных телефонов», «Брелоки», «Бизнес-сувениры оригинальные», «Магниты», «USB-аксессуары».

ПСФКЭребус, Москва

КАМЕННЫЕ СТОПКИ ДЛЯ ОХЛАЖДЕНИЯ ОГНЕННОЙ ВОДЫ



Мы изготавливаем камни для охлаждения виски из ЛУЧШЕГО месторождения в мире. Soapstone (мыльный камень, талькомагнезит) создала природа 2,3 млрд. лет назад из застывшей лавы. В нашем природном минерале содержание магнетита, отвечающего за рекордную теплоёмкость, 40-50%. Забудьте про лед! Любители виски могут быть уверены — вкус любимого напитка будет на комфортном уровне в 18-20°. Благодаря уникальной теплоемкости камни умеют накапливать холод или тепло, медленно его отдавая.

Хотим представить нашу НОВИНКУ — каменные стопки для охлаждения спиртных напитков. Все тот же камень из лучшего месторождения в мире, но теперь в новом исполнении. Поместите стопки в морозильник, и в нужный момент они не подведут.

Для корпоративных заказчиков предлагаем наборы стопок на любой вкус, изготовление брендированной упаковки, комплектацию холщовым мешочком с логотипом, а самое главное — эффектную высококачественную гравировку на стопках!

Сделать заказ Вы можете на сайте: www.kamni-viski.ru, order@kamni-viski.ru
СКЕЙЛ-сувениры, (812) 324-09-09
Санкт-Петербург

ПЕЧАТНИК.COM — ВЕДУЩИЙ РОССИЙСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТАЛ



ПЕЧАТНИК.COM — крупнейший в России отраслевой полиграфический портал. Это развитая новостная лента, наиболее полный каталог полиграфических компаний, удобная торговая площадка и биржа полиграфических услуг, с помощью которых можно максимально быстро и просто организовать продажу своих товаров или заказать интересующие услуги. Всем новым компаниям предоставляется бесплатный тестовый период сроком на один месяц, который позволит по достоинству оценить все возможности и преимущества портала. Присоединяйтесь к нам уже сейчас!

ВСЕГДА В ИГРЕ — КОМПАНИЯ «STAN» В СОЧИ 2014



XXII Олимпийские зимние игры пройдут в Сочи с 7 по 23 февраля 2014 года. Компания «STAN» не могла остаться в стороне от столь значимого события в общественной и спортивной жизни страны. Развивающийся сегмент рынка одежды для инфраструктуры спорта нами замечен давно, и у компании здесь прочные позиции.

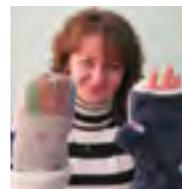
Примечательно, что ассортимент одежды от компании «STAN» практически полностью соответствует составу гардероба спортсменов и болельщиков. Будущие участники игр появятся на старте и на трибунах в бейсболках, толстовках, рубашках поло и куртках, на которых нанесена официальная символика предстоящих состязаний.

Наши коллеги занимаются разработкой официального стиля игр уже более года. За основу приняты декоративные мотивы, характерные для изобразительного искусства разных уголков нашей страны. Всего отобрано 28 красочных узоров. В итоге получилось олимпийское лоскутное одеяло, ставшее основой для создания одежды олимпийского сезона. Мнение специалистов компании «STAN» было однозначным — это очень ярко! Мы стараемся, чтобы каждый клиент стал с нами еще ярче и еще заметнее, и стиль Олимпиады близок нам по духу.

Официальное обмундирование участников и волонтеров предстоящих игр проходит в специализированных экипировочных центрах Олимпиады, но интерес россиян к играм настолько широк, что в своей работе мы не могли не учесть этого. Несколько групп сотрудников компаний — наших клиентов — готовятся к отправке на главное спортивное событие года, и мы снабдили их корпоративной (и конечно очень спортивной!) одеждой с собственной символикой. Из Екатеринбурга на Олимпиаду отправляются участники, судьи международной категории и представители персонала команд и клубов. Многие из них выбрали для экипировки одежду «STAN».

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

ВАРЕЖКИ - МИТЕНКИ ОТ ДЕКО МЕДИА



Тканевые митенки от таких морозов в начавшемся 2014 году не спасут даже в Сочи. Поэтому покупайте изготовленные в России меховые варежки-митенки производства ДЕКО Медиа!

Митенки — это перчатки (или варежки) без пальцев. История их возникновения теряется в далёком средневековье. В России они появились в XIX веке. Сейчас же они обрели новые возможности, но при этом выполняют основные свойства — защищать от холода.

ДЕКО Медиа изготовит варежки-митенки по вашему заказу с запечаткой на внешнем спилке того рисунка, который вам захочется.

Чехол на пальцы можно по желанию откинуть на тыльную сторону ладони. Есть вырез для большого пальца, чтобы удобно было брать мелкие предметы и не замёрзнуть.

Будет тепло, уютно и красиво!
ДЕКО Медиа • +7(495) 737-90-22
info@za-podar.com • www.za-podar.com

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ РУЧНОЙ РАБОТЫ



Компания РУССКИЙ ЭЛИТНЫЙ ПОДАРОК предлагает в качестве корпоративной продукцию ручной работы: например, небольшие и недорогие фляги в оплетке из натуральной кожи с логотипом организации, рисунками, надписями. Роспись по коже выполняется вручную художником, а также возможна гравировка лазером. Фляги могут оснащаться креплением для ношения на поясе, наплечным ремнем, а также комплектоваться складными ножами, штопором, складными стаканчиками, отделениями под сигареты. Тиражи таких изделий могут быть и небольшими, вплоть до нескольких экземпляров. Цены в зависимости от комплектации от 800 до 2500 руб.

Русский элитный подарок
+7 (495) 787-34-09
+7 (916) 664-60-45
elitegift@mail.ru
www.elitegift.ru

ЭФФЕКТИВНАЯ БИЗНЕС-ПЛОЩАДКА ДЛЯ ВЫСТРАИВАНИЯ
ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЙ **МЕЖДУ ИНДУСТРИЕЙ БИЗНЕС-ПОДАРКОВ
И ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ
И КОРПОРАТИВНЫХ ЗАКАЗЧИКОВ**

IPSA

26-я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА БИЗНЕС-ПОДАРКОВ, ПРОМОМАТЕРИАЛОВ И РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ

- Новый организатор с уникальным мировым опытом в индустрии бизнес-сувениров
- Новый сайт, позволяющий по-настоящему использовать возможности интернета
- Гораздо более широкий охват экспонентов и посетителей, как с точки зрения географии, так и представленных продуктов и решений
- Насыщенная программа конференций и семинаров
- Отточенный сервис
- При поддержке PSI (Германия) – культовой выставки в индустрии промосувениров

WWW.IPSA.RU

23-25 СЕНТЯБРЯ 2014
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

 Reed Exhibitions

ООО «Рид Экспо»
126009, Москва, ул. Большая Никитская, д. 24/1, стр. 5, подъезд 2

Свяжитесь с нами, чтобы задать
вопросы или забронировать стенд:

Тел.: +7 (495) 937 6861,
+7 (926) 244 7185

Email: ipsa@reedexpo.ru

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



Россия, Москва

ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР»

17–20 марта 2014

16–19 сентября 2014

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

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

ПРОФКОМПА

ИЗДАТЕЛЬСТВО

ИИИ

Директор

Официальный
информационный
партнер:

сегмент

Официальный
интернет-партнер:



Официальный
медиа-партнер:

officefile

при поддержке

АПКОР

Крокус Экспо



КАНЦЕЛЯРИЯ

ОРОШИИ
СКРЕПКА





**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: clp@arkor.ru;
Сайт: www.arkor.ru, г. Москва, ул. Марксистская, д.34, к.10, оф.6



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:

ПРОФЕССИОНАЛ



ДИРЕКТОР
КАНЦЕЛЯРИИ

Официальный
информационный
партнер:

Генеральный
информационный
спонсор:

Официальный
медиа-партнер:



КАНЦЕЛЯРИЯ



сегмент



officefile

ХVI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Весенняя фантазия



19 - 23 марта

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон 3
метро «Выставочная»

- Выставка-ярмарка изделий промыслов
- "Город мастеров" - демонстрация приемов художественного мастерства
- Презентации, мастер-классы
- Выступления фольклорных коллективов, шоу-показы дизайнерской и этнической одежды

В рамках выставки Фестиваль войлока: **«ШЕРСТИВАЛЬ»**



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

IX ФЕСТИВАЛЬ
НАРОДНЫХ МАСТЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ РОССИИ

ЖАР-ПТИЦА

23 - 27 апреля

ВВЦ, павильон № 69



Тел.: (499)124-48-10, 124-08-09, (495)544-34-16 факс:(499)124-63-79

www.nkhp.ru, www.svkvvcc.ru

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



sibreklama-expo.ru

25-28 марта 2014
Новосибирск



сибреклама

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

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

При поддержке
POLYGRAPHINTER
RUSSIA

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

EXPO-PARK



Place
Product
Price
Promotion
Partnership



**ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ
ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ**

реклама



EXPO

4-6 июня 2014

12+



VIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

У ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ПО ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ
И КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВЫСТАВКА СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
ОБОРУДОВАНИЯ, ДИЗАЙНА, СЕРВИСНЫХ УСЛУГ
ВЫСТАВОЧНО-КОНГРЕССНОЙ И EVENT-ИНДУСТРИИ

www.5p-expo.com



* Лучшая выставка России 2011-2012 гг. по тематике «Выставочная индустрия» во всех номинациях. Рейтинг составлен ТПП РФ и РСБЯ. Все выставки – участники рейтинга прошли независимый аудит статистических показателей в соответствии с международными стандартами.

Организаторы:



При поддержке:



СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ №1*

ЛАНДМАУЭР
ИДЕОСТЕНЫ, ВИД
ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМА



22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

23—26 сентября 2014

печатать, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОБИЛЬНЫЕ
ИНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ
WEB-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ, ПРЕ
ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПРЕ

Реклама

www.reklama-expo.ru

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



Организатор:



При поддержке:



* Согласно Общероссийскому рейтингу выставочных мероприятий 2013-2012 гг. Рейтинг выставок ТПД РФ и РСБ РФ выставки: участники премии «Выставка года» в номинации «Специализированная выставка в области» с наилучшими результатами.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

НOMESTYLE –
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

БИЖУТЕРИЯ, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА,
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ
ТОВАРОВ FMCG



2–4 сентября
ОСЕНЬ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

19–22 января
ЗИМА

www.consum-expo.ru

Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»
Россия, Москва

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ
САЛОНЫ:

НOMESTYLE –
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

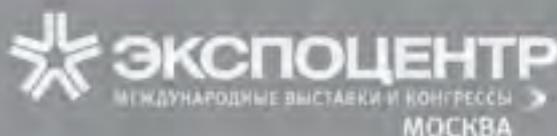
КОЖГАЛАНТЕРЕР,
ОБУВЬ, АКСЕССУАРЫ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА,
ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG



Организатор:



12+

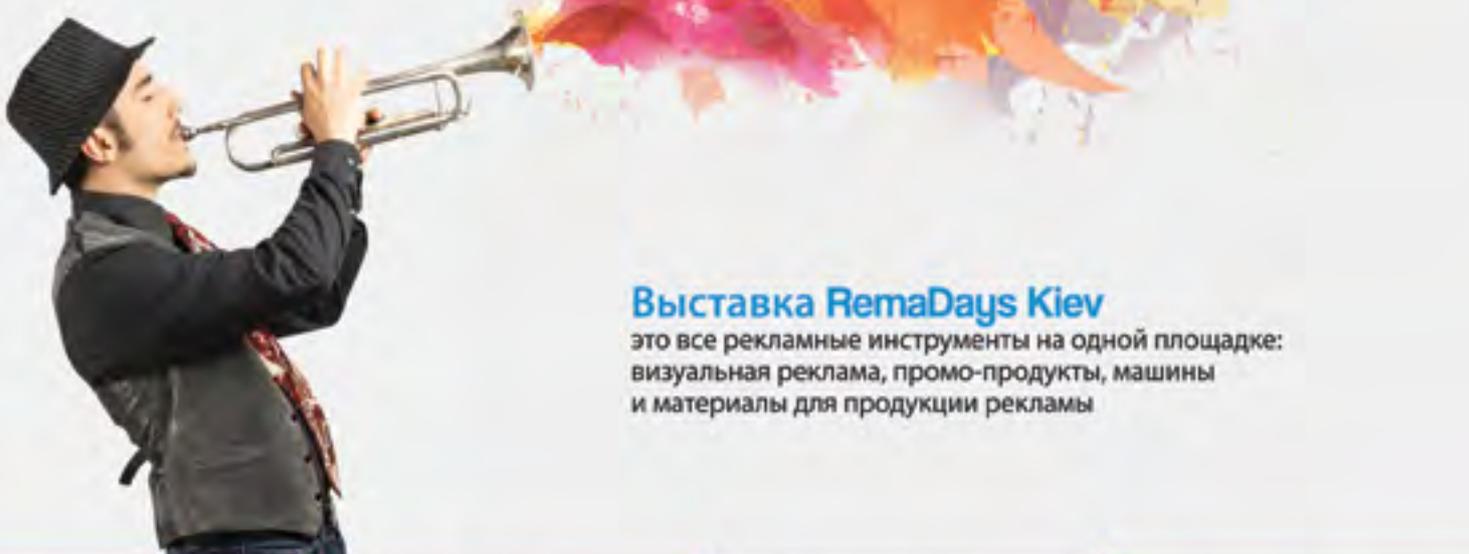


RemaDays ^{KIEV}

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:



officefile

ЛИДЕР





ИЗ ЧЕГО ЭТО СДЕЛАНО?



Перед вами шариковая ручка «Ростов» из продукции отечественного производителя высококачественных пишущих инструментов марки «Салиась».

Далее, мы расскажем, почему выбирая ручку в подарок или для собственных нужд, стоит обратить внимание именно на представленное изделие.

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

Корпуса ручек этой серии производятся из латуни или алюминия, в зависимости от покрытия деталей так, чтобы при гравировании изделия цвет нанесённой индивидуализации сочетался в цветом клипсы и других мелких деталей ручки. Как правило, производители подобных изделий более дешёвого ассортимента предпочитают вторично используемые материалы, лишившиеся свойств какого-либо конкретного металла или сплава. Это переработанный 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, хром, золото - толщина которых на поверхности изделий составляет всего несколько десятых микрон, имели ровную и гладкую поверхность и давали при лазерной гравировке ровный цвет. Позолоченные детали ручек проходят двойную гальваническую обработку для увеличения стойкости к износу поверхностей, и производятся из золота наивысшей пробы (24К). Глянцевые хромированные детали покрываются тончайшей плёнкой из полиуретана (PU) для предотвращения появления царапин и большей износоустойчивости. Внутри ручки расположен нажимной механизм, производства одного из крупнейших в мире изготовителей подобных изделий, тайваньского завода «Aquarray». В верхней части механизма расположена пружина, придающая ему большую плавность при нажатии и помогающая производить

приятный на слух щелчок. Обе пружины шариковой ручки «Ростов» 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.

Клипсы также производятся из нержавеющей стали, так называемой, пружинной стали, прошедшей специальную термическую обработку, за счёт которой металл приобретает эластичность без потери прочности.

Стержень ручки до 2013 года поставлялся по нашему заказу немецким производителем деталей пишущих инструментов, компанией «Hauser». Начиная с 2013 года ручки комплектуются металлическим стержнем увеличенного объёма, собранным на нашем производстве. Пишущий узел для стержней поставяет швейцарская компания «Pretmes», мировой лидер технологий в своей области. Мы закупает технологическую новинку этого производителя - Floating ball® (плавающий шарик), отвечающий стандарту ISO 12757 G2 с шариком из карбида вольфрама (самого твёрдого металла на Земле) и толщиной линии 1,2 мм, а также соответствующие этому механизму чернила (ISO 12757-2). Благодаря этой новинке, писать нашими ручками станет ещё комфортней и приятней.

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 частей, 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 разглядывая картинки и рекламные проспекты, которые часто обещают больше, чем само изделие способно предоставить.

Приобретайте у производителя в Санкт-Петербурге:

«Остров Сокровищ»

т. (812) 318-18-90

info@finndesign.ru

**Зарегистрированный дизайн. №001351134-0003*

5 ВОПРОСОВ МАПП ПРОФЕССИОНАЛУ



ЛЕОНИД ПЧЕЛЬНИКОВ,

ДИРЕКТОР ВЫСТАВКИ IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ,
WWW.IPSA.RU

1. Выставочные проекты, во всяком случае, в бизнес-сувенирной отрасли, находятся если не в кризисном, то в не самом лучшем своём периоде развития. И именно в это время ваша компания приобретает одну из таких выставок. Если это не секрет, то какими мотивами вы руководствовались в своём решении?

— Не секрет, что выставочная индустрия, как, впрочем, и все остальные индустрии, находится в постоянном движении и подвластна общей конъюнктуре развития экономики страны. Один из секретов успеха нашей компании — умение работать с профессиональной аудиторией. Казалось бы, не имеющие друг к другу непосредственного отношения выставочные проекты очень схожи в своем поведении и развитии, так как пул клиентов (посетителей, участников, поставщиков услуг и сервисов и т.д.) зачастую пересекается, например, профессиональные посетители строительных выставочных проектов, зачастую являются и профессиональными посетителями проектов, схожих по тематикам с проектом IPSA. Касательно проекта IPSA, рынок рекламной сувенирной продукции демонстрирует очень хорошие результаты на протяжении уже многих лет и имеет стабильные темпы роста, пресловутый кризис 2008 — 2009 гг., конечно же, повлиял на индустрию, но восстановление проекта прошло достаточно быстро и за три года превысило темпы роста и показатели докризисного периода, что говорит о его нужности и эффективности для компаний-потребителей рекламной сувенирной продукции. Проект IPSA был идентифицирован нами, как проект, имеющий очень хорошую базу для последующего развития. ReedExhibitions,

как мировой лидер в организации выставочных проектов, всегда при определении потенциальных покупок делает упор на те проекты, которые мы знаем, как делать, управлять и развивать, IPSA не стал исключением. Наша компания является организатором ряда проектов, посвященных рекламно-сувенирной продукции, в том числе — выставки PSI в Германии, таким образом, это уже наша задача — вывести проект IPSA на новый этап развития, привнести все то лучшее, что делает ReedExhibitions выставочным организатором №1 в мире.

2. Выставка IPSA вот уже несколько последних лет была единственной отраслевой выставкой, проводившейся в Москве. Не будет большой смелостью назвать её основной бизнес-сувенирной выставкой России. Исходя из этого, как вы планируете развивать её в ближайшем будущем?

— Еще на этапе приобретения проекта IPSA нами был сделан достаточно глубокий анализ рекламной сувенирной отрасли как России, так и других стран. Были идентифицированы основные тренды, слабые и сильные стороны, прогнозы развития со многими сценариями. Было сделано глубочайшее исследование и самого проекта, был произведен опрос основных групп посетителей данного проекта, идентифицированы их нужды и требования, собраны отзывы и пожелания. Проведены опросы участников проекта. Основной упор на ближайшее время будет сделан на посетителей. Для нашей компании профессиональные посетители являются важнейшей частью развития любого проекта, так как, как бы ты ни делал проект — предлагал участникам множество услуг и сервисов,

организовывал фуршеты и т.д., но если количество посетителей не удовлетворяет потребность экспонентов, то всё, что бы ни делалось организатором, теряет смысл, так как основным результатом проекта является бизнес-удовлетворенность экспонентов, возврат на инвестиции от участия в проекте, заключение новых контрактов и т.д. Таким образом, нами были в разы увеличены инвестиции в продвижение грядущего осеннего проекта, вся наша опытейшая команда маркетологов работает над привлечением целевых клиентов, а именно, рекламных агентств и крупнейших конечных потребителей. Стоит отметить, что для продвижения проекта привлечены ресурсы наших коллег из Германии, организаторов PSI.

3. На конференции, состоявшейся сразу после предыдущей смены владельца выставки IPSA, её тогдашний новый хозяин обещал представителям отрасли большие перемены к лучшему, ссылаясь на свой опыт в выставочном деле. Однако в течение последних лет в отрасли слышались лишь негативные отзывы о происходящем. Отчасти кризис повлиял на то, что и экспонентов, и посетителей стало меньше. Как вы намереваетесь решать вопросы наполняемости выставки?

— Я не могу комментировать заявления предыдущих владельцев, однако, как я ответил выше, на данный момент наша основная цель развития проекта — это привлечение большего числа профессиональных посетителей и улучшение сервиса для участников. Эти два основных пункта включают в себя огромный перечень мероприятий, который надо провести нам,

как организаторам, самое главное, что мы знаем, как это делать, у нас есть ресурсы, опыт и, главное, — огромное желание улучшить и развить проект. Обычно, как только выставка начинает показывать положительную тенденцию роста числа профессиональных посетителей и демонстрирует рост качества предоставляемых нами сервисов для участников, происходит и естественный рост количества участников, так как проект становится привлекательной бизнес-площадкой. Отмечу, что нами будет сделан большой упор на привлечение иностранных участников, мы владеем самой большой в мире сетью офисов продаж, опытом организации выставки PSI и многими другими профессиональными качествами. Россия с каждым днём становится всё более и более привлекательным местом для развития иностранных компаний, таким образом, мы планируем значительно увеличить количественную составляющую участников, что позволит индустрии рекламно-сувенирной продукции представить большее разнообразие товаров и услуг для потребителей, а это, соответственно, залог роста числа профессиональных посетителей.

4. Как уже отмечалось в предыдущем вопросе, многие были недовольны действиями предыдущей команды, и поэтому смена владельца выставки вызывает у представителей отрасли осторожный оптимизм. Мы надеемся, что новое руководство выставки будет лучше «слышать» нас и будет стараться лучше учитывать наши пожелания и потребности.

Будете ли вы проводить какие-либо мероприятия, целью которых является укрепление понимания между организатором выставки и её участниками?

— Для нас диалог с индустрией является одним из важнейших пунктов развития проекта, так как этот проект делается для индустрии, а кроме нее самой никто не может сказать, что для нее интересно, важно и необходимо. Мы, как профессионалы выставочного бизнеса, знаем какие действия необходимо предпринять для продвижения проекта, однако, только достигнув гармонии с индустрией и поняв все её нужды и потребности, проект будет успешен. Нами были уже проведены встречи с некоторыми участни-

ками рекламно-сувенирного рынка, такие встречи будут регулярными, как во время выставок, так и в межвыставочный период, также будут проводиться специально разработанные опросы участников и посетителей, по результатам которых будут делаться конкретные шаги для улучшения проекта и многое другое.

только в начале пути, не стоит забывать, что проект перешел под наше управление только в декабре 2013 года, т.е. по сути за два месяца до весеннего проекта нам предстоит еще очень много сделать, и наша кооперация с немецкими коллегами из PSI является стратегически важной. Отмечу, что это не голословное заявле-

ОБЫЧНО, КАК ТОЛЬКО ВЫСТАВКА НАЧИНАЕТ ПОКАЗЫВАТЬ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ТЕНДЕНЦИЮ РОСТА ЧИСЛА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ И ДЕМОНСТРИРУЕТ РОСТ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ НАМИ СЕРВИСОВ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ, ПРОИСХОДИТ И ЕСТЕСТВЕННЫЙ РОСТ КОЛИЧЕСТВА УЧАСТНИКОВ, ТАК КАК ПРОЕКТ СТАНОВИТСЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ БИЗНЕС-ПЛОЩАДКОЙ.

5. Компания ReedExhibitions хорошо известна большинству представителей отрасли по выставке PSI, которую она организует в Дюссельдорфе. Будет ли вами использоваться опыт немецкой выставки, например, в области организации выставочного процесса, системы привлечения посетителей и т.п.? Считаете ли вы возможным использование европейского опыта на территории России?

— Да, конечно, мы активно используем опыт наших коллег из PSI. Например, во время выставки у нас был свой стенд, где была представлена реклама будущих проектов. Во время PSI в этом январе руководство выставки дало пресс-конференцию, где было объявлено о покупке компанией ReedExhibitions выставки IPSA, по базам выставки PSI делались информационные рассылки о приобретении IPSA и т.д. Так как мы

ни, а именно глубокая кооперация по всем пунктам — продвижение проекта, продажи, маркетинг и т.д., так как мы одна компания, и цели у нас общие. Конечно же это не будет копирование немецкого проекта, у нас в России свои реалии, но все то, что делает выставку PSI эффективной и то, что будет полезно для российской индустрии бизнес-сувениров, будет адаптировано и применено в IPSA.



IAPP'S FIVE QUESTIONS TO PROFESSIONAL

Leonid Pchelnikov, new director of IPSA Promotional Souvenirs exhibition answers The Professional magazine's questions. According to him, the main goal of project development is to involve a large number of professional visitors and to improve service for exhibitors. To promote the project, Germany colleagues' resources are leveraged.

The new owner of IPSA exhibition, ReedExhibitions is the world leader in organization of exhibition projects devoted to promotional products and souvenirs, including PSI Trade Show being held in Germany.

ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЬ

КАК НЕ КУПИТЬ «КОТА В МЕШКЕ»?

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ ПОСТАВЩИКИ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ СУВЕНИРНЫХ КОМПАНИЙ И КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЧИКИ ОБСУЖДАЮТ ОДИН ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ — USB-ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЬ. КАК ВЫБРАТЬ КАЧЕСТВЕННОЕ ИЗДЕЛИЕ, ИМЕЕТ ЛИ ЗНАЧЕНИЕ СТРАНА-ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И КАКОЕ БУДУЩЕЕ ОЖИДАЕТ ВОСТРЕБОВАННЫЕ СЕГОДНЯ ЗАПОМИНАЮЩИЕ УСТРОЙСТВА? ОТВЕТЫ НА ЭТИ И ДРУГИЕ НЕ МЕНЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ВОПРОСЫ — В НАШЕЙ ПОСТОЯННОЙ РУБРИКЕ «КРУГЛЫЙ СТОЛ».



Первые USB-флеш-накопители появились в 2000 году. Их изобрели сотрудники израильской компании M-Systems Амир Баном, Дов Моран и Оран Огдан. В апреле 1999 года в США был зарегистрирован патент на «флешку», а в сентябре 2000 года был представлен и сам накопитель. Изобретение назвали DiskOnKey. В США устройство продавалась совместно с IBM, и на его поверхности был изображен логотип американской корпорации. Первая «флешка» обладала памятью 8 МБ и стоила \$50. К концу года вышли модели на 16 МБ и 32 МБ, стоимостью по \$100.

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП

-  Основные поставщики
-  Сувенирные компании
-  Корпоративные заказчики



Ринат Серажетдинов,
директор по маркетингу ООО
«ФМ-Реклама», Москва



Наталья Малова,
ведущий специалист
LEDD Company, Москва



Расселл Чаткис,
президент CustomUSB



Леонид Розенблюм,
заместитель генерального
директора ООО «Рантех»,
Москва



Денис Ткаченко,
коммерческий директор
компании «Северный Дом»,
Москва



Дмитрий Андреев,
генеральный директор ООО
«Флэш фор ю Компани»,
Москва



Андрей Назаров,
руководитель товарного
маркетинга Happy Gifts Group,
Москва



Павел Гаврилов,
руководитель отдела регио-
нальных проектов компании
«Макрос», Самара



Валентина Носова,
руководитель отдела продаж
компании Bright Concept,
Гуанчжоу, Китай



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



Игорь Чижов,
генеральный директор ЗАО
«Прагматика», Екатеринбург



Татьяна Подгорнова,
директор по развитию Ка-
талого рекламных сувениров
«Престиж», Москва



Юлия Леонтьева,
директор ООО «Компания
«Рекламные Сувениры»,
Владивосток



Наталья Ершова,
генеральный директор ООО
«Сувенирные Технологии»
«Синяя Птица Гифтс»,
Ростов-на-Дону



Мария Добринская,
маркетолог ОАО «Калини-
градский тарный комбинат»,
Калининград



Алексей Масленников,
заместитель директора по
маркетингу Микояновского
мясокомбината, Москва



Олег Лысяк,
помощник директора — специа-
лист по связям с общественно-
стью ОАО «Метровагонмаш»,
Мытищи, Московская обл.

МАПП: Уважаемые поставщики, первое слово — вам. Расскажите, пожалуйста, о вашей компании.

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Наша компания существует более семи лет. Как и многие, мы начинали с чистого листа, имея лишь большой опыт в дистрибуции брендированных «флешек», а также огромное желание принести что-то новое на рекламный рынок. Сейчас мы крепко стоим на ногах, занимая свою нишу, имея постоянных многолетних партнеров и постоянно расширяя наш спектр предложений и сервис. Наш ассортимент постоянно растет, а некоторые технологии недоступны никому из наших конкурентов.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Компания «Макрос» является одним из крупнейших российских поставщиков промподуции и бизнес-подарков. Главный офис, склад и парк по персонализации продукции находится в Самаре. А в Москве, Новосибирске и Ростове-на-Дону функционируют региональные офисы и склады. Мы являемся эксклюзивными представителями брендов промоодежды B&C, а также пишущих принадлежностей и USB-флеш-карт Klio Eterna.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: История CustomUSB началась более десяти лет назад в городе Чикаго, США. На данный момент компания успешно работает на международном рынке флеш-накопителей с индивидуальным дизайном. Помимо этого у компании есть и другие виды продукции: наушники, HDD-диски, SD-карты и инновационные продукты, которые активно внедряются в нашу повседневную жизнь. Уже много лет нашими клиентами являются крупные мировые компании: Google, Microsoft, Nike, McDonald's, Twitter и другие не менее известные бренды. Сейчас CustomUSB открыло представительство в России. Задача компании — показать российским клиентам преимущества нашей продукции.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Компания «Рантех» занимается разработкой и производством систем в области информационной безопасности под брендом Samurai. Среди ассортимента наших продуктов есть и защищенные флеш-накопители.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: «Северный Дом» видит своей целью поставку на российский рынок сувениров с «изюминкой». Мы предлагаем интересные, необычные продукты. Практичные, функциональные и обязательно с вау-эффектом. Если это флеш-карта, то обязательно оригинальной формы и материала, с дополнительным функционалом. Эмоциональный отклик получателя подарка двигает бренды наших клиентов.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: «Флэш фор ю Компани» существует с 2008 года. Мы занимаемся поставкой и оптовой продажей флеш-карт под нанесение фирменной символики. Последние два года мы стали активно развивать прочую сувенирную продукцию. У нас внушительная складская программа. Также в нашей компании можно выбрать любой сувенир под заказ.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Happy Gifts Group — это 16 лет успешной работы на рекламно-сувенирном рынке, широкий ассортимент продукции (более 5000 наименований), развитая система филиалов, обширная партнерская сеть по всей стране. Компания является оператором собственного ежегодно обновляемого каталога Happy Gifts. Наш каталог — это эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций, надежное бизнес-решение в руках профессионалов рекламной индустрии. На его страницах представлены самые востребованные и качественные тренды отрасли, яркие и актуальные идеи, уникальные бренды, многие из которых известны во всем мире.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Компания LEDD Company занимается поставками компьютерных аксессуаров и гаджетов под нанесение логотипа, в том числе и USB-флеш-накопителей, с 2006 года. Работая в тесном контакте с текущими партнерами-производителями из США, Кореи, Китая и с Тайваня, мы постоянно ведем переговоры с новыми зарубежными производителями на предмет новых и интересных товаров для рынка B2B.

МАПП: Следующий вопрос адресован всем участникам круглого стола: считаете ли вы, что USB-флеш-накопитель является хорошим бизнес-сувениром?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Это один из лучших бизнес-подарков. «Флешки» нужны всегда, но они часто теряются, дарятся, остаются у друзей и партнеров. Во многом это расходный материал. При этом количество информации, которую нужно донести до клиента (партнера) постоянно растет, она становится сложнее и визуальнее. И уже не все можно «положить» на бумагу печатного каталога, да и стоимость хорошего каталога вполне может перевалить за стоимость «флешки», на которую кроме этого каталога можно записать еще и массу другой полезной информации.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Было бы странно не считать его таковым. Учитывая имеющееся многообразие в плане форм и расцветок, клиенты всегда могут найти в нашем ассортименте «флешку», которая идеально подойдет в качестве корпоративного бизнес-сувенира. Не стоит сбрасывать со счетов и функциональную составляющую — для переноса и хранения информации без флеш-карты просто не обойтись. Добавив персонализацию, на выходе мы получаем полезный бизнес-сувенир, который обязательно будет использоваться.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Да, безусловно, так как флеш-накопитель — универсальный продукт, удовлетворяющий потребности в современном мире компьютерных технологий.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Да, хороший флеш-накопитель — нужная вещь любому человеку, будь то студент, чиновник, собственник бизнеса или наемный сотрудник.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Флеш-карта является хорошим бизнес-сувениром в своей нише. Ранее, когда они только появились на рынке, это был универсальный бизнес-подарок. Сейчас это уже нередкий сувенир, но ему рады в любом случае. Важно уметь точно определить целевую аудиторию.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Да, безусловно. Полезность — это главная отличительная особенность флеш-карты.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Да, безусловно, USB-флеш является хорошим бизнес-сувениром. Это понятный с точки зрения функциональности продукт. USB-накопители вошли в нашу жизнь уже много лет назад, и необходимость наличия данного предмета не вызывает никаких вопросов.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: На данный момент это лучший корпоративный подарок на сувенирном рынке, ведь «флешками» пользуются практически все. Главное — хороший бизнес-сувенир должен быть хорошим, в смысле качества.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Да, считаем. В настоящее время USB изготавливается из всевозможных материалов и может иметь любую форму, благодаря чему USB остается интересным и функциональным бизнес-сувениром для различных отраслей бизнеса.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Флеш-накопители, в самом деле, можно назвать хорошим бизнес-сувениром. Ведь они соединяют

виртуальный и реальный миры нашей жизни, иносказательно, просто находясь у нас в кармане. «Флешки» являются своего рода мостиком между беспрестанно взаимодействующими между собой всепоглощающим миром информации и действительностью.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Среди бизнес-сувениров в среднем ценовом сегменте USB-флеш-накопитель — хит последних двух лет.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Да, самое главное его отличие от множества других сувениров — функциональность. «Флешками» пользуются каждый день, и они нужны практически каждому. Их используют и в рабочих, и в личных целях, и они постоянно находятся в поле зрения своего обладателя.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Безусловно. Это функциональный сувенир, который, при грамотном подходе, будет работать на продвижение бренда, а не пылиться на полке.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Считаю не только хорошим, но одним из самых востребованных бизнес-сувениров в 2013 году во всех категориях подарков: промо, бизнес, VIP.

МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ: Да, считаю. Маленький носитель удобен для записи большого количества информации. Наша компания часто участвует в выставках. Клиентам неудобно везти с собой каталоги, какие-то объемные сувениры. Мы закачиваем информацию, будь то презентация, фильм, видеоролик, на флеш-накопитель, и дарим такой вид сувенирной продукции. Подарок будет постоянным напоминанием о нас, потому что, в отличие от каталогов, используется не один раз.

АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ: Да, я так считаю. Флеш-накопитель — часто используемый в работе аксессуар с множеством вариантов брендинга.

ОЛЕГ ЛЫСЯК: Да. «Флешки» мы дарим часто. Люди остаются довольны: это полезный подарок. Не только напоминание о нашем заводе и нашей продукции, но и необходимая вещь.

МАПП: Серия вопросов к поставщикам: назовите пять основных преимуществ ваших USB-флеш-накопителей. За счет чего ваша продукция приобретает конкурентное превосходство?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: 1. Качество. Брак есть всегда, но вопрос в его проценте. Мы гарантируем не более 1% от общего количества. А для пущего спокойствия клиента мы бесплатно отдаем этот процент сверх заказанного количества.

2. Надежность. Мы не боимся давать длительные сроки гарантии, если того требует клиент.

3. Широкий ассортимент и постоянное наличие на складе необходимых комплектующих. Такого количества моделей нет ни у одного нашего конкурента.

4. Гибкость. Мы можем собрать флеш-накопитель любой емкости любой модели из нашего ассортимента. При этом сроки и качество не пострадают.

5. Сложность и качество наших эксклюзивных моделей выше всех, имеющихся на рынке.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: 1. Качественный, многократно протестированный чип, обеспечивающий использование USB-накопителя в течение продолжительного времени.

2. Уникальные корпуса «флешек», произведенные в Германии.

3. Многообразие цветовых решений каждого из элементов корпуса флеш-карты, а также возможность замены пластикового клипа «флешки» на металлический, опять же в разных исполнениях: матовый, глянцевый, золотистый, серебристый.

4. Наличие на нашем складе всех вариантов «флешек» с возможностью использования их в наборах, а также ручек с флеш-картами.

5. Обоснованная качеством цена.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Основные преимущества наших флеш-карт состоят в следующем: гарантия на наши флеш-накопители, цена, уникальный подход к клиенту и, конечно, высокое качество нашей продукции.

Наши товары приобретают конкурентное превосходство за счет вышеназванных преимуществ в процессе производства, в связи с чем эта продукция индивидуального дизайна выпускается с гарантией настолько длительного действия, что можно назвать эту гарантию бессрочной.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛУМ: Достаточно двух: удобство и безопасность.

Удобство: компактные габариты и возможность всегда взять с собой необходимую информацию и иметь к ней доступ в любой момент времени, даже если под рукой нет Интернета.

Безопасность: в последнее время мировой тренд — это «облака» (сервисы для хранения информации — прим. ред.). Множество сервисов предлагает свои услуги в этой области. Однако лично я не



Flash 4 you

КОМПАНИЯ «FLASH4YOU» С 2008 ГОДА ЗАНИМАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПОСТАВКОЙ СУВЕНИРОВ И КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ.

ВСЕ СУВЕНИРЫ ОТЛИЧАЮТСЯ ВЫСОЧАЙШИМ КАЧЕСТВОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ОЧЕНЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТЬЮ.

+7 (495) 979 07 07
Office@flash4you.ru

www.flash4you.ru

готов доверить информацию (персональные данные, базы данных клиентов, партнеров, управленческий учет, договоры, контракты) на хранение посторонним компаниям, пусть даже они и декларируют конфиденциальность и безопасность.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: 1. Оригинальность и практичность форм.

2. Качество используемых материалов (тактильные ощущения очень важны).
3. Качество сборки.
4. Продуманная упаковка с широкими возможностями персонализации.

5. Мы максимально внимательны к клиенту. Как бы ни был прекрасен товар, продавец товара должен быть еще прекраснее.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: 1. Высокое качество нашей продукции (подкреплено трехлетней гарантией).

2. В наличии всегда большой склад.
3. Действительно низкие цены.
4. В случае если какой-то модели нет в наличии на складе, мы в течение 2–3 недель можем выполнить любой, самый сложный заказ.
5. Мы любим своих клиентов.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Наши несомненные преимущества по товарной группе USB-флеш:

1. Конкурентная цена.
2. Глубокие складские запасы, срок поставки день в день.
3. Широкий модельный и цветовой ряд.
4. Качественные чипы памяти.
5. Широкие возможности по нанесению.

Грамотно выстроенная политика компании по продвижению и эффективная работа с рекламными агентствами позволяют нам демонстрировать высокие темпы роста продаж.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Наше преимущество — это честные продажи, где в приоритете качество продукции. Наше конкурентное превосходство — это работа с крупными вендорами и производителями, имеющими европейский или американский менеджмент.

МАПП: Современный технологический процесс сборки флеш-накопителей — каков он? Что является главным в производстве качественного запоминающего устройства?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Процесс, на первый взгляд, несложный, но есть нюансы, которые могут легко испортить результат. Главное — это соблюдение технологии и постоянный контроль качества на всех этапах. Ну и использование качественных комплектующих.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Как уже было отмечено, мы являемся полноправными представителями немецкого бренда Klio Eterna на российском рынке. Поэтому сегодня мы будем говорить о флеш-картах этой торговой марки.

В 2012 году компания Klio Eterna запустила производство новых продуктов — USB-флеш-карт, ручек с «флешками» и наборов ручка+«флешка». Основным элементом флеш-карты, ее сердцем, является сам накопитель информации. Во всех «флешках» Klio используются чипы производителей Toshiba и Samsung. При этом еще одним важным моментом в оценке качества накопителя является его многоступенчатое тестирование. Чем больше разных тестов пройдено, тем дольше будет служить «флешка» — и это самое главное.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: На заводах CustomUSB 90% сборки осуществляется роботизированной техникой. Важным моментом является экологически чистое производство, подтвержденное сертификатами качества. Продукция не содержит вредных химических добавок. Также очень важно выбрать надежного поставщика чипов. Компания CustomUSB работает с Samsung (75–80% всех чипов в мире), Toshiba, Micron, Hynix.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Это набор производственных операций, ничего необычного. Главным аспектом являются комплектующие, в первую очередь сам чип памяти.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Главным считаю контроль закупки материала и сборки продукта, постпроизводственную проверку и метод отбора брака. Флеш-карта выступает в роли сейфа для информации, от ее надежности зависит многое. Поэтому, как бы ни был выстроен процесс сборки, самое главное — проверка продукта на выходе по нескольким критериям.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Самое главное — это оригинальные составляющие и руки (то есть фабрика-производитель), которые эти составляющие собирают.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Процесс производства чипов памяти — а именно память является сердцем любой USB-флеш-карты — достаточно сложен и под силу только крупным производителям, таким как Toshiba, Samsung, Kingston, Silicon Power, TDK, Verbatim и др. Мы поставляем на рынок качественные флеш-накопители с чипами, произведенными Toshiba. Сроки производства одного чипа могут достигать одного месяца и занимать более 800 операций. Только на высокотехнологичном оборудовании можно добиться производства качественного чипа памяти, который будет удовлетворять всем требованиям по скорости передачи данных, емкости памяти и другим параметрам.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Современный технологический процесс сборки флеш-накопителей можно посмотреть на YouTube. Описывать это словами нет смысла. Главным в производстве являются качественные комплектующие, в данном случае — качественные чипы памяти, ну и качественная сборка, конечно.

МАПП: Где и как собираются ваши флеш-драйвы? С какими странами вы работаете? Влияет ли страна-изготовитель на качество такой продукции?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Все зависит от модели. 99% нашей продукции собирается на нашем производстве в Москве. И всего несколько моделей требуют специального оборудования, и пока локализация их производства нерентабельна.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Корпусы «флешек» производятся непосредственно на фабрике Klio в Германии — из легкого и при этом прочного ABS-пластика, который поставляется от международного концерна BASF. При этом в качестве клипов флеш-карт могут быть использованы как пластиковые, так и металлические элементы. После этого USB-накопители комплектуются чипами необходимой емкости и поставляются заказчику. В настоящее время на наших складах представлены флеш-карты с объемами памяти 8 и 16 Гб.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: CustomUSB имеет заводы в Китае и США. Мы работаем по всему миру: Австралия, Европа, Азия, Южная и Северная Америка. Страна-изготовитель, безусловно, влияет на качество. Компания следит за производством с помощью отдела контроля и качества.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Сейчас почти все подобные устройства собираются в Юго-Восточной Азии, в первую очередь, в Китае. В нашем случае мы занимаемся закупкой комплектующих и отдельных узлов, плат, а сама сборка и тестирование проходят в России.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Наши флеш-карты собираются в Китае и на Тайване. На качество больше всего влияет грамотный управленческий и стратегический менеджмент, его понимание собственных задач.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: За время нашей работы (а сейчас уже идет шестой год нашей деятельности) мы сменили довольно много фабрик по производству флеш-карт. Все наши производства всегда находились в Китае.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Тайвань, Япония, Корея, США — это список стран, где производится основной объем чипов памяти. С одной стороны, с точки зрения главного свойства флешки «хранить и передавать данные», чип является важнейшим компонентом в устройстве. Но для рекламного сувенирного рынка «флешка» интересна, прежде всего, как маркетинговый инструмент, способный решать поставленные задачи. В этом смысле сама оболочка чипа памяти играет важнейшую роль. Иными словами, это идея, выраженная в форме, материале и цветовых решениях. Производство оболочек нельзя сравнить с высокотехнологичным производством чипов памяти. И здесь огромный выбор производителей, львиная доля которых находится в азиатском регионе — в Китае, Корею, на Тайване.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Работаем с Европой и Америкой. Сборка данной продукции производится в Китае, менеджмент в основном европейский или американский. Страна-изготовитель на качество, конечно же, не влияет. На качество может повлиять только производитель, который захочет сократить свои издержки за счет удешевления комплектующих и экономии на обновлении технологических линий.

МАПП: Каковы ваши критерии отбора устройств у производителей?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: В первую очередь — качество. Металл должен блестеть и быть без царапин, кожа должна быть кожей, а не дерматинем, ПВХ должен быть экологичным, а не «контейнером» для фенола, чипы должны быть быстрыми и надежными, а не одноразовой отбраковкой, пусть даже и крупного производителя.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Мы не находились в ситуации выбора производителя именно USB-устройств. Два года назад мы приняли решение о сотрудничестве с компанией Klio Eterna, которая за все время работы ни разу не подводила нас. Все продукты, поставляемые к нам в Россию, были превосходного качества. И это не только наше мнение. Огромная и, что немаловажно, постоянно растущая популярность этого бренда среди наших партнеров — вот истинная оценка качества продукции Klio Eterna.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Опыт компании, высокая технологичность, экологичность — и уже на выходе вы получаете флеш-карту, соответствующую запросам клиента.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Специфика работы с восточными партнерами такова, что только в процессе работы узнаешь все их достоинства и недостатки. Тут тоже ничего необычного: заключение договоров, строгий контроль качества на всех этапах

(от производства до отгрузки) выполняется сторонней компанией, третьей стороной, по нашему заказу.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Качество сборки и качество используемых материалов. Важно, чтобы устройство можно было продавать розничному покупателю: он более требователен к качеству и надежности продукта, чем оптовые покупатели бизнес-сувениров.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Оригинальные комплектующие, качество сборки, время исполнения заказа.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Это качественный чип известного производителя, удовлетворяющий запросам рынка по таким параметрам, как скорость передачи данных, реальный объем памяти, программная часть и, конечно же, цена.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Интересные, с нашей точки зрения, корпуса, которые практически не представлены на российском рынке, и, соответственно, репутация производителя, который использует качественные компоненты и современные технологические линии по сборке.

МАПП: Вопрос к представителям сувенирных компаний: а каковы ваши критерии отбора USB-флеш-накопителей у основных поставщиков этого бизнес-сувенира? Что является для вас наибольшей проблемой при работе с основными поставщиками флеш-драйвов? Часто ли вы сталкиваетесь с некачественными изделиями?

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Когда компания Bright Concept только начинала работу на сувенирном рынке, мы протестировали и проверили множество подрядчиков и выбрали всего три фабрики, которые работают по международным стандартам, используют каче-

ИГОРЬ ЧИЖОВ: ОПЫТНЫЕ ДИЛЕРЫ БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ «НА РАЗ» НАЗОВУТ РОССИЙСКИХ ПОСТАВЩИКОВ, КОТОРЫЕ ОЧЕНЬ ПЕКУТСЯ О КАЧЕСТВЕ СВОИХ USB-ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЕЙ (НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ ГАРАНТИРУЮТ ЗАМЕНУ БРАКА ЧЕРЕЗ ЛЮБОЙ СРОК И ДАЖЕ (!) ПРИ НАЛИЧИИ ПЕРСОНИФИКАЦИИ). ЭТИ ПОСТАВЩИКИ ДАЖЕ НЕ УСПЕВАЮТ ЗАВОЗИТЬ «ХОДОВЫЕ» АРТИКУЛЫ. НУ А ДУРНАЯ СЛАВА БЫСТРО РАЗЛЕТАЕТСЯ ПО РЫНКУ.

ственные японские чипы, а также имеют свой контроль качества на выходе. Таким образом, наши клиенты получают дважды проверенные USB-накопители. Нами была проделана колоссальная работа в начале пути, и теперь мы получаем результаты: наши поставщики поставляют нам только качественную продукцию, которая пользуется спросом у наших клиентов.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Наличие на складе и стабильность качества. Основная проблема — это нехватка ассортимента, что зачастую заставляет обращаться напрямую к производителям из Юго-Восточной Азии (что не всегда оправданно с точки зрения бизнеса).

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Опытные дилеры бизнес-сувениров «на раз» назовут российских поставщиков, которые очень пекутся о качестве своих USB-флеш-накопителей (некоторые из них гарантируют замену брака через любой срок и даже (!) при наличии персонификации). Эти поставщики даже не успевают завозить «ходовые» артикулы. Ну а дурная слава быстро разлетается по рынку.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Мы работаем с китайскими поставщиками напрямую. Наши производители — известные и хорошо зарекомендовавшие себя на мировом рынке компании. Можно сказать, что проблем с поставками «флешек» у нас нет — все делается очень быстро и качественно.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: По правде говоря, нам крайне редко приходится сталкиваться с некачественными флеш-картами. Поэтому и проблем при работе с поставщиками у нас нет.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Критерии отбора следующие:

1. Отсутствие сторонних нанесений.
2. Соотношение цены и качества: с одной стороны, мы ищем, где бы взять подешевле, с другой, стараемся сделать это не во вред качеству и функционалу.
3. Наличие на складе в России или быстрая поставка.
4. Объем USB не менее 8 ГБ.

В данный момент у нас нет проблем, так как работаем с проверенными поставщиками не один год. Ассортимент USB, привозимый в Россию различными поставщиками, достаточно однообразный и одинаковый почти у всех, за редким исключением. В год прибавляется пять-шесть моделей-новинок.

МАПП: Вопрос к поставщикам: какие технологии в нанесении на флеш-накопители вы применяете? Какие новые технологии вы хотели бы освоить, если бы представилась возможность?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Применяем все доступные технологии (гравировка, тампопечать, полноцветная УФ-печать, деколь и т.д.). Но некоторые технологии пока невозможно реализовать в России (и ни у кого здесь их тоже нет). Именно такие модели и входят в тот 1%, о котором я говорил выше. Хотелось бы освоить их здесь.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: В зависимости от материала, из которого выполнен корпус флеш-карты (пластик или металл), мы можем сделать тампопечать, полноцветное нанесение, гравировку.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Мы используем все известные технологии нанесения (лазерная гравировка, печать и другие). В компании есть отдел, который исследует и изучает все новейшие технологии производства.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Во всех современных накопителях информации на базе флеш-памяти существуют скрытые служебные области данных, доступ к которым невозможен через USB-интерфейс. В данных областях, объем которых может достигать до 20% от полной емкости носителя, при перезаписи/форматировании с помощью традиционных программных средств информация не уничтожается и впоследствии может быть восстановлена.

Проведенные исследования показали, что даже при многократной (более тридцати циклов) перезаписи существует возможность восстановления информации из скрытых областей. Это создает угрозу утечки конфиденциальной информации, хранимой или переносимой на современных флеш-накопителях.

В устройствах Samurai Flash Drive реализована технология аппаратного уничтожения данных в полном объеме накопителя, включая скрытые служебные области.

Данная функция стала возможной благодаря разработке компании «Рантех», которая включает в себя аппаратно-программный комплекс, размещаемый непосредственно на USB-носителе Samurai. Технология защищена патентом РФ.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Мы используем шелкографию, круговую печать, зеркальную гравировку, нанесение светящегося логотипа. Помимо этого, мы можем заменить стандартный цвет наших флеш-карт на любой другой по шкале Pantone, чтобы точно соответствовать требованиям бренд-буков наших клиентов.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Мы применяем все возможные виды нанесения в зависимости от материала флеш-карты.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Наиболее популярны тампонная печать, лазерная гравировка. Возможно, в перспективе — 3D-гравировка.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Наша компания делает практически все существующие на данный момент и распространенные методы нанесения: тампопечать, лазерную гравировку, полноцветную печать, доуминг и фотогравировку.

МАПП: Следующие несколько вопросов адресованы как поставщикам, так и представителям сувенирных компаний: на российском рынке часто встречаются изделия, цена которых ниже закупочных цен у производителей. Знакома ли эта ситуация вам? Как бы вы объяснили это?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Регулярно сталкиваемся с такой ситуацией на крупных тендерах. Китайские «мастера» сошьют вам семь шапок из одной шкуры. То же самое и с «флешками». Берем 128 МБ, «перешиваем» контроллер на 4 ГБ и продаем значительно ниже рынка. Подделка обнаружится только в процессе записи на носитель информации, размер которой превышает его емкость. Чудес не бывает.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Если на какой-то фабрике чип был собран из непротестированных компонентов, вставлен в дешевый, не отвечающий никаким экологическим нормам корпус и в огромном количестве поставлен на рынок страны, то, конечно же, его себестоимость будет гораздо ниже, чем аналогичного, но качественного носителя. Никто не будет торговать в минус, но всегда найдутся люди/компании, которые захотят заработать на низкосортной продукции.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Продукция по очень низкой цене не соответствует нормам и стандартам качества и зачастую небезопасна.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Да, знакомая ситуация. Постараюсь ответить подробнее в другой раз, если представится такая возможность.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Причины такого явления могут быть разные. Хорошо если они стратегические и экономические. Чаще встречается обычная недобросовестность продавца. В таких случаях, как правило, невозможно определить происхождение товара и проконтролировать его качество. Всегда нужно тщательно проверять подобные предложения.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Да, такое случается. Нас периодически упрекают в высоких ценах, мол, у «соседа» цена ниже нашей чуть ли не в два раза. Но зачастую так говорят люди, которые

просто не понимают, сколько должна стоить такая продукция. Наши постоянные клиенты знают, что такое флеш-накопитель и сколько он должен стоить.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Чудес не бывает. Или они могут только показаться чудесами, на первый взгляд. Сталкиваясь с такой ситуацией, всегда следует быть готовым к разным «сюрпризам», начиная от качества, заканчивая выполнением сроков поставки.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Знакомая ситуация...Чаще всего это продукция низкого качества с высоким процентом брака, как правило, с чипами самого низкого класса, которые в процессе отбраковки подлежат утилизации. Такая продукция либо не будет работать, либо срок службы будет достаточно недолгим.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Да, действительно, иногда мы сталкиваемся с этим фактом. Я могу объяснить его тем, что «флешки» изготавливаются из дешевого сырья (например, некачественные чипы китайского производства), а также ввозятся в Россию большими тиражами контрабандой, что дает низкую цену. И тогда даже наша цена становится неконкурентоспособной, так как мы хоть и производим «флешки» в Китае, НО используем качественные корейские чипы в своих «флешках», благодаря чему можем предоставить нашим клиентам гарантию полгода.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Я ни разу не сталкивался с таким. Допускаю, что выходящие из ассортимента объемы памяти могут продаваться с огромным дисконтом.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Вопрос сформулирован непонятно — как минимум. Я с таким ни разу не сталкивался. Другое дело, что «сувенирные» поставщики не могут конкурировать со специализированными «компьютерными» поставщиками, которые продают USB-флеш-накопители сотнями тысяч (как «сувенирные» поставщики продают ручки). Но и это решаемо — отличие по внешнему виду.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Наша компания с такой ситуацией не сталкивалась, поскольку мы работаем только с надежными и проверенными китайскими производителями. Но известно, что в Китае есть недобросовестные производители, изготавливающие «флешки» с заниженной емкостью, у которых заявленный объем памяти не соответствует реальному. На первый взгляд такой накопитель ведет себя вполне корректно: закидывает и считывает файлы, в его свойствах на компьютере также отображается заявленный объем, но записать на «флешку» удастся гораздо меньше информации, чем полагается. Например, флеш-драйв может быть заявлен как 8 Гб, а реально туда поместится только 1 Гб информации. И стоимость таких «раздутых» «флешек» гораздо меньше, чем у нормальных полноценных USB-флеш-накопителей.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Да, флеш-карты можно купить в любом магазине компьютерной техники, но не всегда их можно забронировать. И не всегда в магазинах будет достаточное количество одинаковых моделей. Нашим клиентам удобнее получить готовый заказ флеш-карт с нанесением немного дороже, чем в магазине, но без дополнительных рисков.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Такая ситуация нам знакома. Иногда конечный заказчик недоволен нашими ценами, ищет замену в магазинах, или на рынках, где стоимость бывает меньше, и привозит уже купленные USB к нам для нанесения. Мы не отказываем, но предупреждаем, что гарантировать качественное нанесение не можем. В основном, эти изделия уже имеют нанесения бренда производителя USB.

Information safety Innovation ■
samurai

ФЛЕШКИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

SAMURAI NANO DRIVE не только хранит, но и охраняет информацию от незаконного копирования, а также делает ее недоступной при утере или краже.



- Металлический корпус с защитой от пыли и влаги
- Ввод пароля на корпусе устройства
- Шифрование информации
- Уничтожение информации при попытке взлома
- Многократное использование устройства
- Не требует установки ПО
- Совместимость Windows, Mac OS, Linux

ООО «РАНТЕХ»

г. Москва,
ул. Твардовского, д. 8, стр. 1

+7 (495) 646-70-72

8 (800) 333-70-55

info@samurai24.ru

www.samurai24.ru



Поэтому сама идея бизнес-подарка и цели, которые ставятся перед подарком, теряют смысл. К счастью это не правило, а исключение из правил.

МАПП: Главное свойство электронного носителя информации — надёжность, или это заблуждение? Как мотивировать заказчика покупать качественные флеш-накопители, когда рынок наводнён более дешёвыми изделиями неопределённого качества?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Конечно, надёжность. Ведь это информация, зачастую крайне важная или даже бесценная (вы готовы потерять первые фото ребенка или доклад, над которым работали полгода?). Низкое качество поставляемых «флешек» — это главная проблема рекламного рынка. В силу специфики, рекламные агентства «отжимают» низкую цену, но при этом редко проверяют качество поставляемого товара, если внешне все нормально. Как говорится, даренному коню в зубы не смотрят, и неисправную или быстро отказавшую «флешку», скорее всего, просто выбросят. Редко кто возвращает некачественные подарки. Это в рознице можно устроить скандал и написать плохой отзыв про Интернет-магазин. На рекламном рынке все проще. Ситуация меняется, но крайне медленно.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: На рынке промподукции качество играет если не доминирующую роль, то уверенно держится на второй позиции, пропуская вперед стоимость бизнес-сувенира. Но, если говорить о USB-накопителях, то здесь без оценки надёжности (а именно это мы подразумеваем под качеством флеш-карт) не обойтись.

Во многих случаях заказчик выбирает сувенирку не для собственного использования, а для того, чтобы преподнести ее в подарок, либо сделать частью промоакции. Соответственно, такой продукт получит или бизнес-партнер, или целевая аудитория компании. В этом случае не избежать четкого прямого отождествления компании/бренда с качеством полученного продукта. Именно эту мысль должны донести представители рекламных агентств и грамотно мотивировать заказчика сделать правильный выбор.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Надёжность — это самый главный критерий выбора устройств. Клиент должен увидеть все преимущества качественной продукции. Например, бессрочную гарантию на флеш-накопители индивидуального дизайна.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Честно говоря, да, заблуждение. Любой внешний накопитель подвержен сбоям в работе, что может привести к потере данных. Не зря же на рынке представлена услуга восстановления данных с электронных носителей. Поэтому внешний накопитель лучше использовать лишь как средство переноса/доставки информации из точки А в точку В. Хранить же данные лучше на стационарных, проверенных и хорошо защищенных машинах.

Мотивация покупки качественных (читай дорогих) носителей — вопрос сложный. Мы его решением занимаемся уже не один год. Вопрос рынка и позиционирования. Очень часто «флешки» используются как расходный материал. То есть записали что-то — и отдали. Фактически, одноразовый вариант. В этом случае важна минимальная цена, а качество, безопасность, дизайн уходят на второй план.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Однажды заказав партию бракованных флеш-накопителей, клиент начинает главным критерием считать качество и надёжность (перепроверять образцы, проверять

поштучно всю партию и т.д.), потому что информация — это всегда ценность, и за ее сохранность отвечает флеш-карта. К сожалению, в последнее время участились случаи бракованных флеш-карт, когда реальный ее объем не соответствует заявленному. Иногда расхождения доходят до 4–5 раз, и это даже не брак, это мошенничество. Такие действия имеют двойственное значение для рынка флеш-карт: с одной стороны, они подрывают репутацию продукта, а с другой мотивируют и заказчика, и поставщика больше внимания уделять качеству.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Да, безусловно, надёжность — это все-таки основное свойство для флеш-карты. Какой бы сильной ни была радость от покупки дешевой «флешки», осадок, допустим, от пропавших документов будет куда сильнее.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Основной мотивацией для заказчика является эффективность. Срок жизни некачественного продукта, а соответственно, и время работы его рекламного послания в разы меньше. Мало того, что некачественная «флешка» выйдет из строя в кратчайшие сроки или вообще не будет работать (что, безусловно, является проблемой). Главное — размещая свой рекламный message на некачественном изделии, компания собственноручно создает в сознании потребителя рекламного продукта устойчивое мнение о себе, как о поставщике некачественной услуги или товара. Закрепив данное суждение о компании единожды, очень сложно вернуть обратно свои позиции. Скупой платит дважды.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: МОТИВАЦИЯ ПОКУПКИ КАЧЕСТВЕННЫХ (ЧИТАЙ ДОРОГИХ) НОСИТЕЛЕЙ — ВОПРОС СЛОЖНЫЙ. МЫ ЕГО РЕШЕНИЕМ ЗАНИМАЕМСЯ УЖЕ НЕ ОДИН ГОД. ВОПРОС РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ. ОЧЕНЬ ЧАСТО «ФЛЕШКИ» ИСПОЛЬЗУЮТСЯ КАК РАСХОДНЫЙ МАТЕРИАЛ. ТО ЕСТЬ ЗАПИСАЛИ ЧТО-ТО — И ОТДАЛИ. ФАКТИЧЕСКИ, ОДНОРАЗОВЫЙ ВАРИАНТ. В ЭТОМ СЛУЧАЕ ВАЖНА МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА, А КАЧЕСТВО, БЕЗОПАСНОСТЬ, ДИЗАЙН УХОДЯТ НА ВТОРОЙ ПЛАН.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Надёжность — прежде всего в USB-флеш-накопителе, ведь потеря важной информации, записанной на некачественную «флешку» может не только испортить настроение, но и изрядно усложнить вашу работу. Мотивировать заказчика на покупку качественного товара по более высокой цене очень сложно, особенно когда уже есть утвержденный бюджет. Здесь только собственный негативный опыт покупателей может сыграть в пользу качественной продукции.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Конечно же. Надёжность — это важнейший критерий для USB-носителя. Я думаю, российские клиенты, уже уставшие от некачественных товаров прошлого десятилетия, готовы платить за качество покупаемых продуктов. Своим клиентам мы стараемся объяснить, что наши цены на USB-носители

обоснованны и, покупая «флешку» у нас, они получают качественного помощника в работе, надежность которого мы гарантируем. Мы имеем дело с думающим поколением, которое понимает, что скупой платит дважды.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: На мой взгляд, главное достоинство флеш-накопителя как бизнес-сувенира — это возможность создавать собственный, абсолютно эксклюзивный дизайн. А эксклюзив в наше время и есть главный сейлз-аргумент в работе с заказчиком.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Все заказчики понимают влияние надёжности на цену, и объяснять им ничего не нужно. Мне не приходится объяснять данный постулат нашим заказчикам уже более трёх лет.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Да, несомненно, надежность «флешки» — это ее главное свойство. Все знают, как неприятно потерять важные данные, хранящиеся на флеш-накопителе. Но надо иметь в виду, что все портативные носители имеют одно нехорошее свойство: их использование сопряжено с повышенным риском их потери, поэтому необходимо периодически делать резервные копии на компьютер, какой бы надежной «флешка» ни была. А заказчику нужно рассказывать, какие «левые» «флешки» бывают и как негатив от потери информации на сломавшемся устройстве может быть спроецирован на компанию, ее подарившую.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Надежность — ключевое свойство. Другое дело, какое значение оно имеет для заказчика. Конечно, потребителю будет неприятно, если «флешка» быстро сломается, но, если это произойдет еще и в ответственный момент, скажем, когда на нее будут записаны важные файлы, это может привести к разочарованию не самим носителем, а брендом, который не думает о своих клиентах и просто «отдаривается» от них. Поэтому, если заказчик нацелен на получение положительного эффекта от подобной коммуникации со своим клиентом, то мотивация для него будет очевидна. Если же перед заказчиком стоит цель любым способом уложиться в «кרוхи», оставшиеся от рекламного бюджета, то мотивировать его на покупку качественных флеш-накопителей будет крайне сложно.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Надежность — это необходимое качество. Заблуждение и ошибка — дарить бизнес-подарок заведомо плохого качества, то есть ставить под удар свой бренд и имя — по сути, свой актив. Так как USB находится в ценовой категории от 300 рублей и в большей степени является бизнес-подарком, наши клиенты это хорошо понимают.

МА П П: Вопрос к поставщикам: что является для вас наибольшей проблемой при работе с сувенирными компаниями и корпоративными клиентами? Интересует ли вашего клиента страна производства флеш-накопителя?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Главная проблема — желание клиента получить много качества за малое количество денег. И его трудно убедить, что за относительно высокой ценой стоит качество продукции и во многом репутация клиента, отвечающего перед своими клиентами или партнерами. Но в силу того, что на рынке все-таки появляется информация о некачественной продукции, все больше клиентов интересуются не только «родословной» «флеша», но и скоростью и другими параметрами. И это вселяет оптимизм.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Собственно, продавая флеш-носители под маркой Klio Eterna, у нас не возникало никаких проблем в работе с клиентами. Получив информацию о том, что данные USB-флеш-карты произведены в Германии и комплектуются только надежными чипами, заказчик делает свой выбор в пользу качества.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Проблемы возникают крайне редко и обычно связаны с тем, что клиент хочет получить свой заказ раньше назначенного срока. Но мы оперативно решаем такие ситуации. Да, страна-производитель интересует, но на качество нашей продукции это не влияет.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Мы пока имеем очень маленький опыт работы в сувенирном бизнесе. Зато хорошо работаем с крупными корпоративными клиентами. Основная проблема — наладить нужный контакт: надо общаться с теми, кто принимает решения. Да, часто факт отечественной сборки наших устройств играет решающую роль в принятии решения.



USM6212GL

USB флеш-карта CHAIN USB LEATHER

«Имеет уникальную форму и практичное применение в виде брелока для ключей, т.е. флеш-карта (равно как и реклама на ней) всегда с вами, ее не потеряешь, это удобно»

Северный Дом

+7 (495) 644-46-21
www.severd.ru

Официальный поставщик продукции PGL, Design в России



НАТАЛЬЯ МАЛОВА: БЫЛА ИНТЕРЕСНАЯ ИСТОРИЯ. РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ЗАКАЗАЛО У НАС «ФЛЕШКИ», ДОВОЛЬНЫЕ ПОЛУЧИЛИ ИХ, А ЧЕРЕЗ КАКОЕ-ТО ВРЕМЯ ПОЗВОНИЛИ И СТАЛИ РАССПРАШИВАТЬ, КАК ИМИ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ... ПРИШЛОСЬ СНИМАТЬ ВИДЕО С ПОДРОБНЫМИ КОММЕНТАРИЯМИ ПО ПОЛЬЗОВАНИЮ ДАННЫМ ПРОДУКТОМ. ЧАСТО ВСПОМИНАЕМ ЭТОТ СЛУЧАЙ.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Наибольшая проблема была описана в ответе на вопрос о том, как мотивировать заказчика покупать качественные флеш-накопители, когда рынок полон дешевых изделий. Все остальное — рабочие моменты. Клиент привык, что основное производство находится в Китае, сейчас его это не пугает.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Как ни странно, каких-то серьезных проблем у нас никогда не бывает. Скорее всего, сказывается особый подход и условия работы с каждым клиентом.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Проблем нет, есть рабочие вопросы, с которыми сталкиваемся ежедневно и успешно их решаем. Конечно, большинство покупателей интересуется, в первую очередь, соотношение стоимости и объем памяти, и это нормально, поскольку подобные вопросы — ключевой критерий оценки в условиях высокой конкуренции. Но также без внимания не остаются и технические параметры.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Наибольшая проблема для нас при работе с сувенирными компаниями и корпоративными клиентами заключается в том, что многие из них ищут самую низкую цену, не обращая внимания на качество.

МАПП: Были ли в вашей практике абсурдные случаи при работе с клиентами по флеш-накопителям?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Самое абсурдное на моей памяти — это проигранный тендер на 80000 «флешек» в виде клубнички. Мы тогда проиграли по цене. Когда «флешки» появились в промоакции, я, выполнив все условия, пошел в пункт выдачи призов. Получив «подарок», я понял, в чем мы проиграли — реальная память накопителя была в восемь раз ниже заявленной, а запах — такой, что «флешка» проветривалась на улице несколько дней.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Слава Богу, нет.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Однажды клиент решил сам заказать флеш-накопители напрямую в Китае за очень низкую цену. Он перевел деньги и в итоге не получил ни флеш-карт, ни своих денег обратно.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Нет, таких примеров не было.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: В нашей работе бывали самые разные случаи. В основном что-то смешное связано с перепиской. Но абсурдного, честно сказать, не припомню.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: В нашей практике подобных случаев не было.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Была интересная история. Рекламное агентство заказало у нас «флешки», довольные получили их, а

через какое-то время позвонили и стали расспрашивать, как ими пользоваться... Пришлось снимать видео с подробными комментариями по пользованию данным продуктом. Часто вспоминаем этот случай.

МАПП: Вопрос к сувенирным компаниям: кто сейчас является основными заказчиками флеш-накопителей? С какой наибольшей проблемой при работе с корпоративными заказчиками вы сталкивались? Волнует ли вашего клиента страна-производитель изделия?

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Основными заказчиками на сегодняшний день являются крупные компании, такие как банки, логистические компании, а также производители. Как правило, сувенир рассчитан на сотрудников компании либо преподносится как новогодний подарок клиенту.

Наибольшая сложность при работе с корпоративными заказчиками — это выбрать нужный дизайн USB из огромного множества различных дизайнов. Волнует ли нашего клиента страна-производитель изделия? Конечно, у многих жителей планеты Китай стойко ассоциируется с низким качеством. Но к счастью, мы умеем развеивать мифы. Наша работа и благодарность наших клиентов — лучшее тому подтверждение.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Компании в сфере B2B самого разного профиля. Для крупных компаний это раздаточный материал на выставках, конференциях и тому подобных мероприятиях. При ограниченном бюджете идут более дорогие «флешки» для VIP-клиентов. Основная проблема — сильный разброс цен на одну и ту же модель у разных поставщиков. Если есть хорошая цена, но при этом товар отсутствует на складе, трудно убедить клиента заплатить больше, чем раньше, ведь для него поставщик один — это мы. Страна-производитель не волнует, но многих интересуют технические характеристики изделий, которые зачастую проигрывают в сравнении с такими брендами, как Transcend, Kingmax и другими.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Данную продукцию заказывают все группы клиентов, так как она общеупотребительна в деловом обиходе. А насчет страны-производителя — разве их больше двух-трех? Есть из чего выбирать?

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Заказчиками «флешек» являются компании из совершенно разных отраслей. По-моему, уже все корпоративные клиенты включают в свой сувенирный «портфель» такую позицию как флеш-накопитель. Страна-производитель у наших клиентов вопросов не вызывает. Наверное, уже все знают, что все делается в Китае, неважно, где вы это купили — в Европе или Америке. Другое дело, что все китайские фабрики разные. Продукция некоторых мелких фабрик действительно не выдерживает никакой критики. Однако по соседству с таким кустарным цехом может располагаться производственный комплекс, обслуживающий сразу несколько брендов, известных своим качеством.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Флеш-карта является настолько универсальным продуктом, что выделить основного потребителя сложно. Если пару лет назад интерес к ним проявляли в основном IT-компании, то сегодня их заказывают совершенно разные предприятия, работающие B2B и B2G.

Как правило, для наших заказчиков страна-производитель не имеет принципиального значения, главный критерий — цена. Пожалуй, основной проблемой можно назвать стремление к тотальной экономии. Некоторые наши заказчики продолжают искать

«флешки» объемом 1 ГБ, были случаи, что и 512 МБ спрашивали. Приходится объяснять, что подобные объемы давно в прошлом из-за своей минимальной производительности.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Основные заказчики — в той или иной степени, практически все категории. За исключением предприятий, производящих товары, нацеленные на младшую/детскую категорию, старшую/ пенсионную и товары для дома.

Страна-производитель в отношении USB вообще не имеет значения. В данном случае страна-производитель всем понятна. Если конечный заказчик еще спрашивает, кто является производителем, к примеру, ручек, ежедневников, текстиля, часов и т.д., то в отношении USB таких вопросов не возникает.

МАПП: Далее — вопросы к корпоративным клиентам: **С какими проблемами ваша компания сталкивается при заказе устройств? Как их решаете, или как их решает поставщик?**

МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ: Пару раз случалось, что носитель не читался. Поставщик делал замену.

АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ: Все проблемы решает поставщик. Единственная сложность, которую я вижу, — это срок поставки.

ОЛЕГ ЛЫСЯК: С трудностями не сталкиваемся. Мы давно работаем по договору, и подрядчики знают, что именно мы хотим.

МАПП: По каким критериям вы выбираете флеш-накопитель в качестве бизнес-сувенира? Важна ли для вашей компании страна-производитель устройства?

МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ: Надежность — обязательный показатель. Мы должны быть уверены в том, что клиенты из дальних регионов России доведут информацию и впоследствии долго будут пользоваться нашим подарком. Второй критерий — объем памяти: не меньше 4 ГБ. В последнее время покупаем изделия на 8 ГБ. Страна-производитель не имеет абсолютно никакого значения.

АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ: Эксклюзивность и внешний вид. Страна-производитель совершенно не важна.

ОЛЕГ ЛЫСЯК: Цена и вместительность. Страна-производитель не важна.

МАПП: Серия общих вопросов к поставщикам и представителям сувенирных компаний: **как вы считаете, возможно ли производство флеш-накопителей в России и есть ли в этом необходимость?**

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Мы же производим. И качество не хуже, чем у зарубежных производителей. Необходимость есть не только в том, чтобы производить в России для России, но и делать флеш-накопители на экспорт. Чем мы хуже Китая?

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Организовать производство, в принципе, возможно. Но, в первую очередь, надо понимать, есть ли в этом необходимость и выгодно ли это экономически? Думаю, что произвести основной компонент флеш-носителя — чип — по той же цене и такого же качества, как это получается на специализированных фабриках в Японии и Китае, не представляется возможным. И в обозримом будущем таких производств в России не появится.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Да, ведь у российского рынка большой потенциал. В Америке флеш-накопители проникли во все сфе-

ры жизни, от выпуска нового музыкального альбома на флеш-карте до использования таких карт в профессиональной медицине.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛУМ: Эмм, да, и мы это уже делаем. Не уверен, что российская сборка важна для сувенирного рынка, а вот для корпоративного рынка и для государственного сектора — точно да. Как я указывал выше, почти всегда у крупных компаний есть своя служба безопасности, которая предъявляет высокие и очень специфичные требования к внешним накопителям.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Производство возможно. Необходимости в этом я не вижу.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Мы не раз просчитывали такую возможность, но все-таки производство в Китае перебить пока что сложно.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Возможно все. Многие компании в России уже активно занимаются сборкой «флешек», производством индивидуальных оболочек для чипов памяти. Это дает потребителю выбор интересных предложений.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Производство возможно на уровне сборки, а необходимость производства в России будет вызвана только очень высоким спросом на такую продукцию.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Возможности производства есть, а вот необходимости в этом нет. Высокие затраты на производство и дорогая рабочая сила сделают данную продукцию, произведенную в России, неконкурентоспособной.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Отрицать возможность как минимум глупо. Необходимость данного продукта диктует свободный рынок в свободной стране.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Сборка из комплектующих точно может быть востребованна: опять же повторюсь — сроки, дробление заказов... Плюс возможность кастомизации «под бренд-бук» заказчика.

Татьяна Подгорнова: Если российские производители предложат лучшие условия в соотношении цены и качества, чем китайские, то почему бы и нет? Но пока острой необходимости в этом, честно говоря, не вижу.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: В нашем мире возможно все, но встает вопрос качества и себестоимости.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Производить чипы в России — это из области фантастики. А внешнюю оболочку, дизайнерскую, вполне можно делать здесь, чего очень бы и хотелось.

МАПП: Какой объем от продаж занимают USB-флеш-накопители в вашей компании? Есть ли наиболее популярные модели в России и в чем причина этой популярности? Самая популярная модель 2013 года в вашей компании?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: 80% продаж — это флешки. Остальное — другая электронная и не только электронная сувенирка. Есть несколько популярных моделей, но самым наибольшим спросом пользуется, наверное, классическая модель (у нас она называется А2.18). Причина проста: классический дизайн, прочный корпус в разных цветах и удобство для нанесения логотипа разными способами.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Продажи бренда Klio Eterna показывают стабильную положительную динамику. В общем объеме товарооборота USB-накопителей Klio занимает лидирующую позицию. Особенной популярностью пользуются модель ручки с флеш-картой на 4 или 8 ГБ Genius и, конечно же, наборы, в состав

которых входит ручка и флеш-карта (4/8 ГБ). Наиболее востребованными являются стандартные цвета и их сочетания — белый, синий, бело-синий, серебристый.

РАССЕЛ ЧАТКИС: Доля флеш-накопителей в компании CustomUSB составляет около 85%. В основном мы специализируемся на индивидуальном дизайне, поэтому каждый наш продукт неповторим, но, если говорить о наших стандартных моделях, то наиболее популярным флеш-накопителем за 2013 год был робот.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: По объему продаж не скажу — конфиденциальная информация. Но наиболее популярная модель — Samurai Flash Drive Nano.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Флеш-карты занимают 20–30% от общего объема продаж компании «Северный Дом». Популярные в России — пластиковые промофлешки. Их закупают тысячами для массовых промоакций. Наиболее популярные модели в нашей компании — «Торнадо» и брелок для ключей CHAINUSB. Первая производит тот самый вау-эффект, когда раскручивается на столе и встает на ножку (а-ля юла). Вторая выпускается в нескольких вариантах (натуральная кожа или силикон), имеет уникальную форму и практичное применение в виде брелока для ключей, то есть флеш-карта (равно как и реклама на ней) всегда с вами, ее не потеряешь, и это удобно.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Несмотря на то, что «Флеш фор ю Компани» занимается поставкой всей сувенирной продукцией, флеш-карты все равно являются для нас наиболее приоритетным направлением. Есть неизменные модели, которые уже не первый год пользуются наибольшим спросом — в основном это самые простые промофлешки.

АНДРЕЙ АЗАРОВ: Динамика продаж USB-флеш-карт в Harry Gifts Group имеет положительный тренд. И это, на наш взгляд, главное. Мы развиваем данный сегмент, постоянно изучаем опыт зарубежных коллег, отслеживаем тенденции и новые веяния, направления, регулярно посещаем мировые выставочные площадки. Мы ежегодно привносим в наш каталог что-то новое и надеемся порадовать наших клиентов в 2014 году. Могу назвать три популярные в 2013 году модели: Assorti (артикул в каталоге — 19301), Pull (артикул в каталоге — 19311), Swing (артикул в каталоге — 19308). Эти «флешки» показали наиболее высокие результаты продаж.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Объем продаж USB-флеш-накопители в LEDD Company составляет 90%. Наиболее популярные модели в России — это USB-флеш-накопители в форме кредитной карты. Причина популярности, конечно же, в площади для нанесения, которая позволяет разместить максимально большое количество информации, да еще и с двух сторон. Самой популярной моделью в 2013 году в нашей компании была изящная ручка со встроенной «флешкой» NaNo Pen в стильном пластиковом корпусе с металлическими деталями. Единое умное решение — авторучка и USB-карта.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Поскольку Bright Concept занимается комплексной разработкой сувениров, производство и продажа USB-накопителей не являются нашим основополагающим профилем. Тем не менее, продажи в прошлом году составили 9% от общего объема. В России пользуются спросом USB-носители из PVC. Данный материал позволяет воплотить в жизнь практически любую задумку клиента, а сами носители получают дешевле своих пластиковых и металлических аналогов. Сроки производства USB-накопителей из PVC, как правило, на 7–15 дней короче.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: 7%. Наиболее популярная модель — «флешка» Twist — идеальное соотношение цены и качества, широкий выбор цветовых решений, отсутствие колпачка, который зачастую теряется, наличие карабина, что делает «флешку» брелоком.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: В общем объеме продаж флеш-накопители занимают 10–15%. Наиболее популярная модель в этом году — «флешка» из стекла и металла, с объемным 3D-логотипом внутри кристалла, который подсвечивается при работе флеш-карты синим, красным, зеленым, желтым или белым светом. Очень красиво смотрится!

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: В 2013 году самой продаваемой нами моделью был флеш-накопитель в виде банковской карты. Причины его популярности просты: доступная цена, обширное поле для брендинга, возможность печати сложных полноцветных изображений, а значит, отсутствие каких-либо ограничений для дизайна. Благодаря этому создается впечатление, что «флешка» не стандартная, а сделанная на заказ, а такие продукты всегда вызывают уважение к компании. Флеш-карты используют не только банки, стилизуя их под фирменные банковские карты, но и любые компании, которые не боятся экспериментировать. Часто такие флешки выполняют функцию визитки — на них достаточно места, чтобы разместить не только контактную информацию, но и информацию о деятельности компании.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Продажи USB составляют 15–20% от общего объема продаж в 2013 году. Наиболее популярная модель — 8 ГБ, пластик + металл, на кольце, широкий выбор цветов.

МАПП: Каков сегодня спрос на индивидуальный дизайн USB-флеш-накопителей? Беретесь ли вы за такие заказы? Сколько времени уходит на изготовление? Какова стоимость (в процентном соотношении) по сравнению с обычной «флешкой»?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Спрос большой, так как классика уже начинает надоедать, а индивидуальный дизайн становится все ближе к стандартным моделям в плане цены и сроков производства. Если три года назад было сложно представить металлическую «флешку» по индивидуальному дизайну тиражом меньше 1000 штук и ценой ниже 1000 рублей (причем за 4 ГБ), то сейчас мы можем предложить клиентам изготовление заказа от 500 штук и по очень привлекательной цене.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Цветовые комбинации элементов корпуса «флешки» (а он состоит из четырех деталей) и материала позволяют удовлетворить практически любой запрос наших заказчиков. При этом большое количество сочетаний является нашим складским предложением, что, как следствие, минимизирует спрос на продукцию «под заказ». Если все-таки возникает такая потребность, то срок производства и поставки из Европы занимает около семи-восьми недель. Стоит отметить, что цена на небольшие тиражи вырастет незначительно по сравнению с прайсовой стоимостью на аналогичный носитель с нашего склада в России. А если тиражи исчисляются тысячами штук, то цена будет даже ниже.

РАССЕЛ ЧАТКИС: На сегодняшний день флеш-накопители индивидуального дизайна очень востребованы и являются основным нашим направлением. Срок изготовления три-четыре недели на создание флеш-карты в 3D-варианте.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Как я уже указывал выше, мы не имеем большого опыта работы в плане сувенирной продукции. Максимум что мы можем предложить клиенту, — это логотип и

особый порядковый номер на корпусе устройства. Цена гравировки/печати настолько ничтожна, что даже упоминания не стоит. Мы просто не включаем ее в стоимость «флешки». То есть цена будет одинаковой что с логотипом, что без него.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Флеш-карты с индивидуальным дизайном составляют половину всех заказов в нашей компании. Это могут быть флеш-карты из ПВХ, а также пластика и металла. В среднем заказ выполняется месяц-полтора, более сложные проекты — два месяца. Их стоимость выше на 15–30% по сравнению с обычной.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Спрос на флеш-карты по индивидуальному дизайну растет с каждым годом. Мы за такие заказы беремся и выполняем их с удовольствием. В среднем на производство и доставку уходит не более трех-четырех недель. По сравнению со стандартными моделями, предпочтение флеш-картам по индивидуальному дизайну отдает от 10 до 15% заказчиков.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ОЧЕНЬ ВОСТРЕБОВАННЫ И ЯВЛЯЮТСЯ ОСНОВНЫМ НАШИМ НАПРАВЛЕНИЕМ. СРОК ИЗГОТОВЛЕНИЯ ТРИ-ЧЕТЫРЕ НЕДЕЛИ НА СОЗДАНИЕ ФЛЕШ-КАРТЫ В 3D-ВАРИАНТЕ.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Безусловно, спрос на индивидуальность есть всегда. Для нас работа с ассортиментом — это, в первую очередь, творчество и здравый расчет. Мы стремимся предложить своему клиенту оригинальные решения и поэтому не беремся за все подряд. Стараемся трезво оценить свои возможности, так как это всегда жесткие обязательства по срокам поставки, и нарушать их не в наших правилах. Производство индивидуальных продуктов — это вопрос, который всегда сопряжен со сложностью изготовления самого изделия, его количеством и сроком выполнения заказа. В данном случае здесь все индивидуально.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Индивидуальные корпуса — очень интересная и востребованная тема. Спрос на изготовление таких изделий есть всегда. За подобные заказы беремся с удовольствием. Иногда убеждаем клиентов сделать именно индивидуальные корпуса. Если сравнивать со стоимостью готовых моделей «флешек», здесь важную роль играет тираж. По сравнению с обычной «флешкой», стоимость при тираже в 100 штук увеличивается на 10–15% в зависимости от сложности макета и исполнения, а при тиражах от 300 штук практически сравнивается со стандартными моделями.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Спрос на «флешки» по индивидуальному дизайну очень велик. За прошедший год большая часть заказов выпала именно на USB-носители по индивидуальному дизайну. Мы с радостью берем такие заказы, если, конечно же, задумка клиента совпадает с технологической мощностью фабрики. В среднем на изготовление образца по

индивидуальному дизайну уходит от пяти до пятнадцати дней. Все зависит от технологии производства и материала будущей «флешки». После согласования образца производство партии занимает от пяти до двадцати пяти дней, в зависимости, опять же, от материала и требуемого тиража. Стоимость «флешки» по индивидуальному дизайну, как правило, на 7–10% выше стоимости стандартной, именно этим обусловлен повышенный спрос на USB по индивидуальному дизайну.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Спрос достаточно велик, и мы с удовольствием беремся за такие заказы. На изготовление уходит от полутора до двух с половиной месяцев. Стоимость выше в полтора-два раза при малых тиражах, от трех тысяч — уже сравнима.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Да, у нас есть такие заказы. Но в связи с общей тенденцией для «текущих заказов» на снижение требуемых сроков поставки и дробления бюджетов (под каждое текущее у заказчика мероприятие) их доля уменьшается.

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: В 2013 году спрос на индивидуальные флеш-накопители заметно вырос, и, по сравнению с 2012 годом, у нас произошло существенное увеличение количества заказов в этом сегменте. Мы такие заказы очень любим за их креативность. На изготовление фирменных «флешек» обычно требуется три-четыре недели. По стоимости они ненамного дороже стандартных, а смотрятся гораздо эффектнее.



ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Запросы на изготовление флеш-карт по индивидуальному дизайну к нам поступают редко, и дальше просчетов дело не идет. Это связано со сроками изготовления, тиражами и стоимостью. Чтобы выйти на уровень цены стандартной флешки, нужно заказывать тысячные тиражи. Местные клиенты не могут себе этого позволить. А те, кто могут, как правило, имеют головной офис в Москве, откуда вместе с другими региональными представительствами получают подобную продукцию.

При тираже в 300–500 «флешек» цена выходит примерно в 2–2,5 раза дороже каталожной модели, и заказчик, конечно, выбирает стандартную. К счастью, на сегодняшний день выбор стандартных моделей достаточно широк для того, чтобы удовлетворить потребности любого заказчика.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Спрос на индивидуальные носители — в пропорции примерно 20 к 1. То есть двадцать стандартных заказов на один индивидуальный дизайн. К индивидуальному дизайну из выполненных нами заказов мы относим USB из PVC, а сами конечные клиенты — полноцветную печать на USB-визитках или полноцветную печать на белых кожаных «флешках». В среднем на изготовление USB из PVC в 2-3-D мы даем три недели, так как производство полностью находится в Ростове-на-Дону. Московские производители по срокам дают четыре-пять недель.

МАПП: Вопрос к корпоративным клиентам: заказывала ли когда-нибудь ваша компания USB-флеш-накопители по индивидуальному дизайну? Что для вас более важно — большой ассортимент или наличие на складе?

МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ: Не заказывали, но думаем об этом. Для нас важнее наличие на складе.

АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ: Да, компания заказывала «флешки» с элементами брендинга. Хороший вопрос. Важны оба условия. Бизнес-подарки мы заказываем заранее, минимум за два месяца, поэтому важен широкий выбор. В критической ситуации — наличие на складе.

ОЛЕГ ЛЫСЯК: Нет, заказываем только готовые. Важнее большой ассортимент, поскольку покупаем заранее.

МАПП: Вопрос к поставщикам и сувенирным компаниям: как вы считаете, будет ли в дальнейшем расти спрос на USB-флеш-накопители и почему?

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: В связи с появлением и развитием «облачных» технологий трудно сказать, будет ли расти рынок флеш-накопителей. Появился стандарт USB 3.0, который дает надежду на продолжение их жизни. Но сувениры будут жить и развиваться, поэтому шанс у «флешек» есть. Не будете же вы дарить кусочек «облака» своему клиенту?

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Без сомнений, спрос на флеш-носители немецкого бренда Klio Etaga будет увеличиваться. Этот рост обусловлен высоким качеством, адекватной стоимостью и широкими возможностями удовлетворения спроса заказчиков на промпродукцию. В глобальном смысле всегда существует потребность в портативном устройстве для хранения и переноса информации. А это значит, что выбор «флешки» в качестве рекламного носителя является выигрышным вариантом. Поэтому на рынке промпродукции в России снижения спроса на данный бизнес-сувенир не предвидится.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Спрос будет только расти, так как технологии постоянно совершенствуются, и скоро флеш-накопители

смогут заменить большинство привычных нам вещей. Например, HD-флеш-карта скоро заменит Blu-ray-диски.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Однозначно! Только по официальным данным Федеральной Таможенной Службы РФ в 2012 году в Россию было ввезено 32,7 млн. единиц внешних накопителей («флешки» и диски всех мастей) на сумму около 18 млрд. рублей. Продажи наших изделий уверенно растут, и это дает мне такую уверенность.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Спрос еще какое-то время будет расти вслед за ростом объема памяти, скорости работы и технологический производства и до тех пор, пока другие технологии передачи и хранения информации (беспроводные) не наберут большую популярность и доступность.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Рост, безусловно, будет. До тех пор, пока не будет изобретено более совершенное устройство, аналогичное по применению.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Сложный вопрос, и дать на него однозначный ответ вряд ли кто-то сможет. «Облачный» сервис активно развивается и становится все более понятным и доступным для людей. Я думаю, в ближайшие три-пять лет флеш-накопители будут актуальны.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Спрос на данную продукцию будет, и рост возможен, если сегменту сувенирного рынка удастся избежать стагнации.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Интересный вопрос, на который нельзя ответить однозначно. С одной стороны, с развитием «облачных» сервисов часть пользователей отдадут предпочтение хранению информации не на носителях, которые можно потерять, забыть или сломать, а в сети. Но пока что в России эти технологии нешироко развиты, поэтому ближайшие лет пять «флешки» все еще будут пользоваться спросом. С другой же стороны, мы с вами знаем о новых разработках защиты информации на USB, как, например, у Kingston DataTraveler. Если на вашей «флешке» какая-то ценная информация, то утечка точно не произойдет, так как информация будет закодирована. Широкое использование данных технологий в будущем сможет продлить популярность USB-носителей еще на многие годы.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: Данному продукту на рынке бизнес-сувениров лет 10. И пик роста популярности, безусловно, уже пройден. Рост объема продаж будет соответствовать росту рынка.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: Да, будут. Причину повторю: очень мало предметов, недорогих, общеупотребительных в деловом обиходе, да еще и унисекс (сотовый телефон, ручка, записная книжка... что еще я забыл?).

ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА: Спрос на флеш-накопители будет существовать и дальше, так как «флешка» — небольшое и удобнее средство для хранения информации, которому пока нет замены. Но спросом будут пользоваться «флешки» большего объема — от 8, 16 ГБ и выше. 2 и 4 ГБ постепенно уходят в прошлое.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: Флеш-карты сейчас перестали быть чем-то особенным. У большинства людей есть по несколько «флешек», которые теряются, отдаются вместе с информацией. Пока на рынок не выпустили новый носитель, спрос не уменьшится.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Спрос расти будет. Необходимая, функциональная вещь фактически для всех категорий.

Возможность персонализации и индивидуальных решений, а также дополнительной записи информации о компании. С USB ситуация такая же, какая ранее произошла с ежедневниками и ручками:

флеш-накопители переходят в позицию, когда их не покупают в магазинах, а получают в подарок.

МАПП: **Общий вопрос: каким флеш-накопителем пользуетесь вы?**

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Пять лет беспрерывно пользуюсь «флешкой» из нашего ассортимента A2.23. Прочный герметичный стальной корпус и надежный чип памяти — вот залог такого долголетия.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: А вы как думаете? Только качественным! И в этом вопросе я отдаю предпочтение «флешкам» Klio Eterna.

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: У меня обычная деревянная флеш-карта.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Я пользуюсь Samurai Flash Drive Nano 32 ГБ.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Тем, что висит у меня на связке с ключами. Не постоянно, но время от времени.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Самая простая пластиковая «флешка» на 1 ГБ :)

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: У меня просто огромное количество «флешек». Они попадают ко мне из разных источников: это и выставки, где я получаю их, как потребитель, и продукция, которая есть в нашем каталоге. Для меня важно, чтобы «флешка» была качественной. Достаточно на секунду представить себя в ситуации, когда ты теряешь важную информацию... меня тут же посещают чувства отчаяния, разочарования и даже злости. Если вы не хотите закрепить в сознании вашего потребителя схожие эмоции о ваших продуктах или услугах — работайте с компаниями, которым вы можете доверять.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Использую несколько накопителей с разными объемами. Это известные мировые бренды Adata, Kingston.

ВАЛЕНТИНА НОСОВА: Я пользуюсь флеш-накопителями нашего производства. В моем арсенале как металлические, так и PVC-«флешки». И дело не в корпоративной этике. Просто мне нравится, что и как мы делаем.

АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ: К сожалению, лично у меня нет необходимости в использовании флеш-накопителя.

ИГОРЬ ЧИЖОВ: KlioEterna из подаренного на Новый год набора (пока не потерял...).

ТАТЬЯНА ПОГОРНОВА: Kingston HyperX Predator, 1 ГБ.

ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА: У меня их много, и они разные. Я отдаю предпочтение компактным, которые занимают минимум пространства в маленькой женской сумочке.

НАТАЛЬЯ ЕРШОВА: Для меня самое главное — объем USB и скорость передачи данных, так как часто использую в работе Portable Soft. И еще чтобы колпачок не было, потому что теряю его.

МАПП: **Тот же вопрос к корпоративным клиентам, но с небольшим дополнением: возможно, устройство, которым пользуетесь вы, как раз является бизнес-сувениром вашей компании?**

МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ: Является. Как раз сейчас, перед выставкой — «Продэкспо» — мы заказали новые «флешки».

АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ: Пользуюсь купленной «флешкой» и «флешкой», подаренной другой компанией.

ОЛЕГ ЛЫСЯК: Нет, я пользуюсь своим устройством.

МАПП: **Наш заключительный вопрос обращен к поставщикам: посоветуйте, как правильно выбрать USB-флеш-накопитель в качестве бизнес-сувенира.**

РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ: Прежде всего, необходимо понять, что нужно клиенту: дизайн, стиль, бюджет, количество — и выбирать модель, исходя из этого. Наш ассортимент закрывает все ниши — от самых недорогих моделей «под раздачу» до VIP-серий, включая штучную ручную работу.

ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ: Заказать у нас.)

РАССЕЛЛ ЧАТКИС: Если вы хотите, чтобы ваш сувенир прослужил долго, обратите внимание на опыт компании, ее портфолио и цену, ведь цена на качественный продукт не может быть очень низкой.

ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ: Покупайте у проверенных поставщиков. Не верьте заявленным характеристикам, по возможности проведите тесты.

ДЕНИС ТКАЧЕНКО: Как и с любым другим сувениром, нужно правильно определить целевую аудиторию и от этого уже двигаться далее.

ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ: Зачастую все определяет дизайн либо сфера деятельности компании (как второй вариант). Если это банк, то, скорее всего, будет выбрана флеш-карта в виде банковской карточки.

АНДРЕЙ НАЗАРОВ: Главное — понять, какова цель того, кто заказчик хочет видеть в качестве бизнес-сувенира «флешку». Когда цель и задачи ясны, сделать правильный выбор — дело техники, которая зависит, конечно, от квалификации продавца.

НАТАЛЬЯ МАЛОВА: Прежде всего, надо знать, где и у кого вы покупаете продукцию. Репутация и надежность поставщика будут залогом качества поставляемого товара. Если вы не уверены в поставщике, то не поленитесь и потратьте время на проверку купленной партии накопителей на заявленные характеристики, если тираж позволяет это сделать. Большие тиражи можно оттестировать выборочно. В Интернете достаточно много бесплатных программ для тестирования флеш-накопителей.



Редакция МАПП благодарит всех участников круглого стола за ответы. Надеемся, что они будут полезны как профессионалам, так и новичкам сувенирного бизнеса.



THE ROUND TABLE FLASH DRIVE: HOW TO AVOID BUYING A PIG IN A POKER?

This time suppliers, representatives of souvenir companies and corporate customers discuss one of the most popular types of business souvenirs – USB flash drive. How to choose a quality product? Does country-of-origin matter? What future awaits storage device so popular today? Answers to these and other interesting questions are published in our regular column The Round Table.

USB-flash-накопители в гармонии с любым корпоративным стилем, привлекающие внимание

USB flash-накопители могут иметь разные размеры, форму и цвет. Но тем, кто ищет действительно необычно оформленную флешку и не стеснен в финансовых возможностях, стоит обратить свое внимание на новый носитель информации от польского производителя ZaNa Design под названием Апофис (Aporhis). Названа флешка в честь известного астероида Апо фис (лат. Aporhis), сближающегося с Землей, открытого в 2004 году в обсерватории Китт-Пик в Аризоне учёными Д. Толен и Р. Такер. Коллекция флешек создана из самых редких и дорогих материалов – из золота 18 карат Aporhis Gold или серебра 935 пробы Aporhis Silver (золото или серебро – в зависимости от модели), а также двухсотлетнего гренадила, африканского черного дерева, которое еще иногда называют мпинго. Но самое интересное в этой флешке – это то, что ее корпус частично создан из обломка настоящего сертифицированного метеорита, возраст которого составляет 4,5 миллиона лет. Ну, а чтобы самый придирчивый покупатель признал флешку уникальной, ее создатели вставили в корпус бриллиант высокой чистоты. Устройство поддерживает передачу данных USB 3.0, обладает объемом памяти 128 Гб и скоростью чтения 190Мб/сек, с пожизненной гарантией производителя.

Еще одно дизайнерское решение в стиле «Aporhis» - Aporhis Classic. Корпуса могут быть выполнены в двух вариантах - из древесины американского ореха или бамбука и инкрустированы

вставками из серебра 925 пробы и балтийским янтарем. Устройства могут быть скомплектованы USB 3.0 или USB 2.0 с емкостью от 8 Гб до 64 Гб, с пожизненной гарантией производителя.

Гарантия качества. Качество USB flash-накопителя определяется качеством ее основного компонента - чипа памяти. В течение многих лет ZaNa Design сотрудничает с крупнейшими производителями USB flash-накопителей, у которых эксклюзивные условия на закупку высококачественных чипов памяти с бессрочной гарантией.

USB flash-накопители ZaNa Design представлены в различных вариантах исполнения, благодаря чему отлично подойдут практически под любой корпоративный стиль. Послание или логотип компании могут быть размещены на обеих сторонах устройства. Благодаря инновационным производственным решениям можно быстро и качественно изготовить для Вас от 1шт. с персонализацией Aporhis Gold и Aporhis Silver и от 5шт. Aporhis Classic.

Для заказа продукции с персонализацией обращайтесь к официальному представителю ZaNa Design в России - LEDD Company.

**Удачных покупок и продаж,
коллектив LEDD Company**

www.ledd.su

www.usb2b.ru

info@ledd.su

+7 495 646 09 08



USB FLASH DRIVES IN HARMONY WITH ANY CORPORATE STYLE

The LEDD Company offers portable flash drives Aporhis by Polish manufacturer ZaNa Design. Named after the famous asteroid discovered in 2004 and being converged with the Earth, collection is made of the most expensive materials – gold or silver, depending on the model, and 200 years old African black wood. Flash drive frame partly made of a fragment of real certified meteorite 4.5 million years old, with a high purity diamond been put in it. A device supports USB 3.0, has up to 64 GB of storage capacity and data transfer rates up to 190 MB/sec. Aporhis flash drive have manufacturer's lifetime warranty. The message or the company logo may be placed on both sides of a device.

Шнур для бумажных пакетов

С наступлением кризиса 2008 года у многих производителей возникли проблемы с арендуемыми площадями, особенно производственными. Средств на аренду не хватало, и нами было принято решение полностью вывезти производство из Москвы. Мы выкупили часть здания (1000 кв.м.) в Тульской области. При этом снизились расходы на аренду и оплату труда более чем в 2 раза. Нет такой текучки кадров, работники — местное население, не нарушаем миграционное законодательство. Ни для кого не секрет, что в Москве на производстве задействованы в основном не россияне.

Конечно, пришлось набирать полностью новый штат сотрудников и обучать их. Специалистов в области полиграфии практически нет. Самое сложное оказалось найти непьющих мужчин и сломать советский менталитет, там еще СССР «Советский» человек хочет ничего не делать и получать все больше и больше, приходиться уходить точно по стрелочке часов, даже если он на сделке, зарплату нужно привезти и выдать день в день, иначе бойкот, банковским картам не доверяют. Самым «идейным» сотрудникам несложно дойти до пенсионного фонда и проверить: перечисляют ли налоги. В общем, вначале было весело.

Желая снизить расходы на материалы для бумажных пакетов, мы стали закупать шнур напрямую у производителя, но почему-то в этом сегменте рынка нас ждали всегда неудачи. Основные сложности, постигшие нас при работе с различными производителями:

- 1) находятся очень далеко от Москвы и имеют необоснованные амбиции;
- 2) несоответствие толщины шнура: прикрывались весом продукции, а не заявленным диаметром;
- 3) по приезду можно было услышать: «Приезжайте часа через три, мы еще не сделали», или «Приезжайте завтра, мы грузим фуру»;
- 4) у других все отлично, но менеджер неуправляемый.

Все это сильно раздражало — Москва не деревня, за пять минут не доехать, а в Подмоскowie по деревням ехать сложно-вато. Предложенный альтернативный ва-



риант — встреча в метро — кажется совсем плохой идеей.

В предновогодний сезон 2010 года купить темно-синий шнур казалось нереальным.

Сложив вместе 3 фактора: большие площади, перебои со шнуром, наличие офиса и склада в Москве, решили открыть новое направление — производство полипропиленового шнура.

И как всегда — тернист наш путь. Вначале нам подсунили бывший в употреблении станок, модернизированный запчастями от Жигулей, без инструкций и сертификатов, 1 головка была погнута. Доказать поставщику, что он неправ удалось не сразу, но аргументы в законодательстве нашлись.

С поставщиками сырья тоже непросто: нужно закупать большие объемы каждого цвета, находятся они не в Москве. Отчасти нам повезло — поставщика нашли по со-

действию с Тульской областью, но он делает не все цвета, а это не дает возможности расширить ассортимент. В общем, пришлось решить множество проблем.

Сейчас мы производим вязанный шнур 4 и 5,5 мм самых ходовых цветов: белый, черный, красный, голубой, темно-синий, оранжевый, серебро и бронзу. Продаем шнур от 100 метров. Есть шнур в мотке по 100 метров и свободным падением в коробах от 1000 метров. Пакетчиком, конечно, удобнее в коробах — не надо разматывать шнур перед порезкой. На складе в Москве все вышеупомянутые цвета есть. Являемся плательщиками НДС. В другие города отправляем транспортными компаниями, до которых доставляем бесплатно. В офисе можно получить бесплатно образцы шнура.

Компания «ЗОМЕР», г. Москва
www.zomer.ru www.shnurz.ru



PAPER BAG CORD

The Zomer company shares the history of creation of polypropylene cord own manufacture. During the crisis of 2008 the company was forced to move from Moscow to Tula region to reduce the costs for premises rental and began purchasing cord directly from the manufacturer. Time after time facing the problems when ordering, the company decided to open a new kind of production. Now the Zomer company produces knitted cord of most popular colors, 4 and 5.5 mm thick.

**ТАМПОПЕЧАТЬ
ТИСНЕНИЕ ТРАНСФЕР
РИЗОГРАФИЯ
ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ**
в кратчайшие сроки

МНОГОПРОФИЛЬНОЕ РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
Deкарт ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
ПЕРСОНАЛ**
СЛОЖНЫЕ РАБОТЫ
ГИБКИЕ ЦЕНЫ

(495) 556-81-11, (495) 556-10-94

e-mail: info@dekartprint.ru
www.dekartprint.ru, promomasters.ru

**ЛЮБАЯ
РЕКЛАМА
НА ПОЛОТЕНЦАХ**

**ГИБКИЕ СИСТЕМЫ
СКИДОК ДЛЯ
РЕКЛАМНЫХ
АГЕНСТВ**



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



**ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД
«ВОЕННЫЙ ЗНАК»**

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

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



Компания ЭКОТЕЛЬ
производит полотенца с логотипом
на собственном оборудовании



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



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
- srk — Саранск, Россия / Saransk, Russia
- hel — Хельсинки, Финляндия / Helsinki, Finland

А
Автоосвежители
 Air-fresheners
 mos www.zomer.ru

Автосувениры
 Car accessories

www.erebusgroup.ru
 (495) 745-4139, 580-4667

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@usb2b.ru

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

www.erebusgroup.ru
 (495) 745-4139, 580-4667

- 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

Бейджи
 Badge

БЕЙДЖИ НЕМЦЕШЕ ОТ ДИЛЕРА В МОСКВЕ
 КАТАЛИЯ (495) 647 04 01
 В МОСКВЕ: 8 915 543 34 80
 WWW.KATALIYA-DIGITALS.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 TARJET THE SPIRIT OF THE CAP

www.1gifts.biz

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.ufex.ru

Белье нижнее с праздничной символикой
 Personalised underwear
 mos www.saad.ru

Бизнес-сувениры, оригинальные
 Original business-souvenirs

www.1gifts.biz
 CLASSIC Collection

www.erebusgroup.ru
 (495) 745-4139
 (495) 580-4667

- mos www.2kkorzina.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.argus-tekstil.ru
- mos www.columb-ru.ru
- mos www.erebusgroup.ru
- mos www.giftsquarell.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

Брелоки
 Key-holders
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.columb-ru.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.souvenirs.ru

БРЕЛОКИ
 www.erebusgroup.ru
 (495) 745-4139, 580-4667

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.souvenirs.ru

Винные и курительные принадлежности
 Wine and smoking accessories

www.2kkorzina.ru
 www.kamni-viski.ru
 srk www.newrostr.ru
 spb www.scale-gifts.ru

Деревянные сувениры
 Wooden souvenirs
 см. Сувениры из дерева

Ежедневники
 Diaries

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЕЖЕДНЕВНИКИ
 (495) 642 8677
 www.antonioveronesi.ru

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

Euro Business Gifts
 (495) 642-8677
 e-mail: eurobg@mail.ru

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



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

Значки

Pins

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



Зонты

Umbrellas



mos www.aero-pak.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.shnur.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

И

Игрушки

Toys

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

К

Клипсы для денег

Money holders

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

Ключницы

Key wallets

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

Книги отзывов, телефонные книги

Guest & Phone books

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

Книжки записные

Phone-books



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

Коврики для компьютерных «мышек», производство

Mouse pads manufacturing

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

Корзины

Baskets



Кружки

Mugs

mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru
mos www.shnur.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

Кубки

Trophies

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

Куртки, ветровки

Jackets, wind-breakers

mos www.di-promo.ru
mos www.futbolkaru.ru
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.shnur.ru
mos www.zomer.ru

М

Магниты (сувенирные)

Magnets



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

Монетницы

coin tray



mos www.noex.ru

«Мышки» компьютерные, ручная роспись

Hand-crafted computer mice

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

Н

Наборы для пикника

Picnic sets

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

Награды, медали

Awards, medals



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.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
spb www.scale-gifts.ru

Ножи

Knives

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

О

Одежда для промоакций

Promo-textiles



mos www.footballki.ru
mos www.futbolkaru.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.utex.ru

Открытки

Postcards

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

П

Пакеты бумажные ламинированные

Laminated paper bags

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



Пакеты ПП, ПЭ

Plastic bags



mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnur.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
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
mos www.shnur.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru



Пепельницы

Ash-trays

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

Планинги

Desktop calendars

mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
Пластиковые сувениры
Plastics souvenirs
см. Сувениры из пластика

Пледы

Plaids



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

Подарки, оптовые поставки

Wholesale gifts

mos www.2kkorzina.ru

Подарки, розничная торговля

Retail selling gifts

mos www.2kkorzina.ru

Подставки для письменных принадлежностей

Pen holders

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

Подставки под кружки

Coasters

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

Подстаканники

Glass holder

vps www.zio.ru



Полотенца, банные халаты

Towers, bathrobes



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

Портфолио

Portfolios

spb www.finndesign.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

Р

Рубашки-поло

Poolo-shirts



mos www.di-promo.ru
mos www.footballki.ru
mos www.leela.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.usb2b.ru

С

Скатерти

table cloth

mos www.di-promo.ru

Станции погодные

Weather station



Сувениры из пластика

Plastics souvenirs



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
hel www.leondirect.net

Сумки из текстиля

textile bags

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

Т

Толстовки

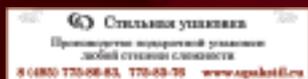
Sweatshirts

mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.footballki.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.promo24.ru
mos www.saad.ru
mos www.utex.ru





У
Упаковка подарочная и атрибуты к ней
Gift's boxes



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

Ф
Фарфор
Porcelain

mos www.elitegift.ru
spb www.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



Фляжки
Flasks

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

Фотоальбомы
Photo albums

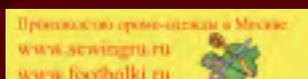
mos www.antonioveronesi.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Фоторамки
Photo frame

mos www.usb2b.ru

Футболки
t-shirts

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



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

Часы
watches



mos www.aero-pak.ru
mos www.chronorus.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

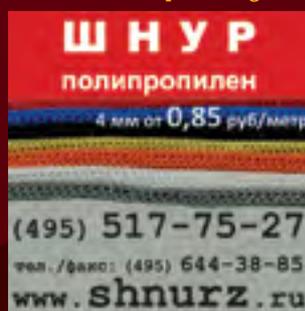
mos www.di-promo.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.leela.ru
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
mos www.yourteamate.com

Шары воздушные
balloons



495 www.printolog.ru

Шнур декоративный, производство
Decorative cord, producing



Шоколад, леденцы с фирменной символикой
Promo-sweets

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

У
USB - аксессуары
USB accessories

spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.3venta.ru
mos www.usb2b.ru



spb

spb

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

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

luuds
БИЗНЕС-АРТЕФАКТЫ
8 (495) 678 02 38 • www.1gifts.biz

- mos www.acar-group.ru
- mos www.aero-pak.ru
- esp www.chronorus.ru
- mos www.columb-ru.ru
- mos www.giftsquarell.ru
- spb www.kamni-viski.ru
- spb www.mtgr.com
- mos www.mf-souvenir.ru
- spb www.scale-gifts.ru
- esp www.vostok-time.ru

3D печать
3D print

3D КОСТА
3D печать

(812) 44510-02, 44511-17
e-mail: kosta3ds@gmail.com
www.kostaprint.ru

В

Вышивка на изделиях
embroidery

Диана

лазерная
вышивка
лазерная
гравировка
шелкография

http://www.diana.ru
тел. (495) 661-30-38

ООО "Наша семья"
ВЫШИВКА (495) 225-06-70
www.nashasemlia.ru

- mos www.aero-pak.ru
- mos www.di-promo.ru
- mos www.diana.ru
- mos www.ecofel21.ru
- mos www.giftsquarell.ru
- mos www.polofence.net

Г

Гравировка лазерная
Laser engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ

www.finndesign.ru

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

Гравировка механическая
Mechanical engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ

www.finndesign.ru

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

Д

Деколирование
Decals

- mos www.aero-pak.ru
- mos www.giftsquarell.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
+7 812 326 06 50
www.mtgr.ru

- spb www.mtgr.ru

П

Печать на воздушных шарах

Printing on balloons

- mos www.printolog.ru

Праздники, презентации, семинары, конференции

festivals, presentations, seminars and conferences

- mos www.printolog.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

С

Слепое тиснение, конгрессное
Blind stamping, kongrevny

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

Термоперенос

- mos www.footbolki.ru

Типография
Printing house

(812) 927 06 24
929 11 60
www.gospedatnik.ru
Тиснение ПЕЧАТНИК

Тиснение фольгой
Foil stamping

- mos www.activtime.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.giftsquarell.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.diana.ru
- mos www.footbolki.ru
- mos www.giftsquarell.ru

Э

Этикетки тканые
woven labels

- mos www.columb-ru.ru

В

ВТЛ-реклама
BTL

- mos www.2kkorzina.ru

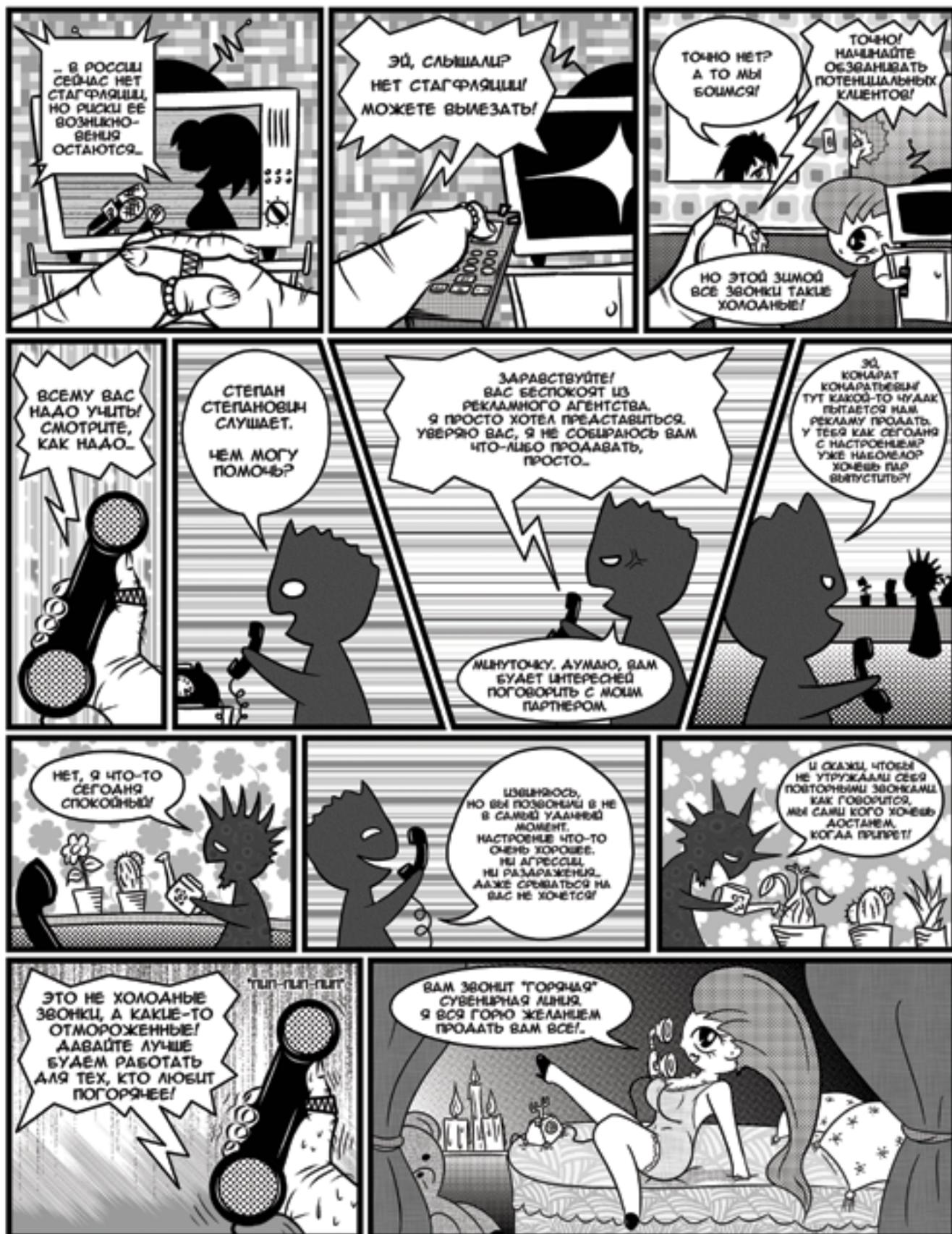
Р

Р.О.С. Материалы
P.O.S. files

- spb www.flagshtok.ru

АНТИЛОГИКА

ВЫПУСК 24



СЮЖЕТ И ГРАФИКА: АЛЕКСАНДР КОСАЧЕВ
 АВТОР ЦАПЫ ЛЕО КОСТЫМОВ

Как справляться со стрессами



Редакция МАПП начинает публикацию серии материалов о том, как справляться со стрессами, которыми полна жизнь в целом и работа в нашей отрасли в частности. Секретами сохранения бодрости духа делится Александр Гаспаров, генеральный директор ООО «Агентство Гармония», который практикует эти принципы в течение многих лет.

Пролетели новогодние праздники. Сумасшедшая, горячая, нервная пора для изготовителей сувенирной и подарочной продукции с одной стороны и заказчиков с другой. Подарки заказаны, подарены и получены. Менеджеры счастливы, что не подвели и сдали в срок (при хорошем стечении обстоятельств), а заказчики - в предвкушении получения подарков и банкета. Все в возбужденном состоянии: эйфория праздника, планы, мечты о перспективном будущем... Мало кто из нас задумывается о том, как эта активность отразится на нашем здоровье и психологическом состоянии.

Кто считал время, проведенное перед монитором, потраченное уговоры поставщиков не срывать сроки, на тактичный отказ клиентам воплощать безумные некреативные идеи их руководства? Наш организм имеет определенный ресурс, и необходимо прислушиваться к своим внутренним ощущениям.

Большой проблемой в рекламной отрасли является долгосрочное планирование. На эти проекты бросаются силы, средства. Работники, часто не соответствующие по своим качествам поставленной задаче. Вопрос не в том, как и у кого это сделать, а кто будет все это вести и контролировать.

Если брать за основу описание психофизического типа человека по сахаджа-йоге, можно сказать, что есть два типа людей: левосторонние и правосторонние. К левостороннему типу относятся те, кто никак не может распрощаться с прошлым, чьи мысли чаще сосредотачиваются на событиях и людях из детства, те, кому близко состояние либо «сплю на ходу», либо «весь в эмоциях». Эти люди, в основном, живут сердцем, очень спонтанны, не задумываются о последствиях. Им тяжело дается

планирование. Чаще всего эти качества проявляются в женщинах, поэтому левая сторона называется женской. К правосторонним людям относят активных, деятельных, энергичных людей, которые привыкли планировать все, что только можно.

К сожалению, в повседневной жизни мы видим, что мужчины ведут себя как женщины, а женщины - как мужчины, и это говорит о том, что баланс левой и правой сторон отсутствует, а гармония разрушена. Но природа создала нас таким образом, что в каждом индивидууме должны присутствовать и проявляться энергии левой и правой стороны, женского и мужского начала. Правую и левую стороны можно сравнить с понятиями газ и тормоз в автомобиле. Чтобы достичь элементарного баланса и гармонизировать работу левого и правого канала, я рекомендую обратить ваше внимание на йогу и медитацию.

Не надо бояться слова «йога». Часто оно ассоциируется с долгими сидениями в различных позах (асанах), сложными техниками и голоданием, медитациями 24 часа в сутки в Гималаях. Йога - это радость вашего духа, это баланс, это возможность без «отрыва от производства» и от общества ощутить в себе радость бытия. Причем, например, в сахаджа-йоге есть очень простые и доступные методы достижения баланса, которые вызывают искреннее удивление тому, как это всё работает.

Например, емкость с подсоленной водой (кусочек маленького моря) творит

чудеса. Придя с работы вымотанным, уставшим после общественного транспорта или долгих пробок, не поленитесь и уделите себе любимому 15-20 минут времени. Налейте в чистую емкость воду комфортной температуры. Если вы сильно возбуждены и чувствуете внутренний жар, излишнюю активность, пусть это будет прохладная вода. Если вы, наоборот, испытываете вялость, сонливость, налейте воду потеплее. Добавьте в воду горсть любой соли и опустите в нее ноги. При этом вы можете комфортно расположиться в кресле или на стуле. Расслабьтесь, закройте глаза, положите руки на колени ладонями вверх и уловите состояние безмыслия. Это и будет для вас небольшой медитацией. Минут через 15 обмойте стопы приготовленной заранее чистой водой. Попробуйте проделывать эту процедуру в течение недели каждый день и наблюдайте за тем, как будет меняться ваше самочувствие. О других методах мы постараемся рассказать в следующих статьях. Крепкого здоровья и радости духа!

С любовью, Александр Гаспаров
info@agprint.ru

PS.: Медитация по методике сахаджа-йоги и очищение водными процедурами проверены на собственном ежедневном опыте на протяжении 24 лет. Если бы не эта важная составляющая моей жизни, я вряд ли выдержал бы все прелести сувенирного бизнеса за последние 20 лет.



HOW TO DEAL WITH A STRESS

Simple tips to achieve inner balance are described in article written by Alexander Gasparov, The Agency of Harmony Director General. Sometimes sitting in a silence with foots dipped into warm water is enough to deal with stresses our life and business are full of.

Отраслевые выставки

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

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ ВЕСНА 2014	Москва, Крокус Экспо	11-13.02.2014	www.ipsa-russia.ru
GIVEADAYS – ВЫСТАВКА ПРОМОПРОДУКЦИИ И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ НАНЕСЕНИЯ	Штутгарт, Германия	13-15.02.2014	www.giveadays.com
REMADAYS КИЕВ 2014 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ДНИ РЕКЛАМЫ	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. ВЕСНА 2014	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 – ВЫСТАВКА PR-УСЛУГ	Милан, Италия	26-28.03.2014	www.promotionexpo.it
МИР КАНЦЕЛЯРИИ 2014 – ВЫСТАВКА КАНЦЕЛЯРСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ	Киев, Украина	02-05.04.2014	www.stationery-expo.com.ua
PSI PROMOTION WORLD 2014 – МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ	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
ЖАР-ПТИЦА 2014 – IX ФЕСТИВАЛЬ НАРОДНЫХ ХУДОЖНИКОВ И МАСТЕРОВ РОССИИ	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	23-27.04.2014	www.nkhp.ru
GIFTIONERY TAIPEI 2014 – ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ И КАНЦЕЛЯРИИ	Тайбей, Тайвань	24-27.04.2014	www.giftionery.net
GIFTS & PREMIUMS 2014	Гонконг	27-30.04.2014	www.globalsources.com
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

COLOUR IT!

MIX 4U



НОВЫЙ NEW HIT: ПРЕВОСХОДНОЕ СОЧЕТАНИЕ ЦЕНЫ И КАЧЕСТВА

Для тех, кто хочет достичь большего, располагая небольшим бюджетом: NEW HIT превосходно сочетает невысокую цену и отличное качество. "100% сделано в Германии", современный туристический дизайн. Неповторимая многогранность: 13 доступных цветов, более 300 цветовых вариаций!
Больше информации: www.senator-pen.ru



senator®

Schön. Schnell. Individuell.

Made in Germany.

designed to brand