

## «КОРОНЫ РЕКЛАМЫ» И «СУВЕНИР ГОДА». ОБЪЯВЛЕНЫ ПОБЕДИТЕЛИ

Во время проведения 10-й выставки RemaDays в Варшаве в феврале 2014 организаторами самой большой рекламно-сувенирной выставки в Восточной Европе — компанией GJC Intermedia — была представлена новая премия «Короны рекламы» (Korony Reklamy). Церемония награждения «Коронами» состоялась вечером первого дня выставки, и среди награждённых оказались компании, хорошо знакомые российским представителям сувенирного бизнеса. В номинации «Производитель промодукции» приз разделили три компании: Maxim (производитель кружек под нанесение), MK System Wilk Elektronik. Импортёром промодукции номер один был назван местный филиал компании Маста. Призы также вручались в номинациях «Рекламное агентство», «Технологии» и «Снаружи и внутри».

В третий день выставки посетители смогли принять участие в отборе продукции на конкурс «Сувениры года» (Gifts of the Year). Призы вручались в трёх номинациях: за наиболее оригинальное изделие, оригинальную идею и оригинальный дизайн. С полным списком победителей конкурсов можно ознакомиться на сайте выставки: [www.remadays.com](http://www.remadays.com)

**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** *Молодцы, поляки! Им даже есть из кого выбирать в категории лучших производителей промодукции. Если бы такой конкурс был организован в России, можно было бы смело наградить всех подавших заявки, ибо их было бы совсем немного. Кстати сказать, кто же является самой большой выставкой в Восточной Европе? RemaDays в Варшаве или IPSA в Москве? Обе настойчиво пишут о своём первенстве.*

## PLAGIARIUS 2014: СТАЛИ ИЗВЕСТНЫ ПОБЕДИТЕЛИ

На международной пресс-конференции в рамках проведения ежегодной выставки Ambiente во Франкфурте были объявлены победители конкурса Plagiarius 2014. Организация Aktion Plagiarius действует с 1977 года, выявляя и награждая компании, которые «отличились» наиболее беспринципным копированием оригинальной брендовой продукции, в основном, европейских производителей. Кроме конкурса Aktion Plagiarius содержит музей плагиата и является организатором различных выставок, конференций и других мероприятий, посвящённых теме незаконного копирования изделий промышленного дизайна. Главной задачей германская организация видит в привлечении внимания бизнес-сообщества к вопросам нечестных деловых практик.

По данным статистики, таможи на внешних границах ЕС конфисковали в 2012 году почти 40 миллионов контрафактных изделий на сумму в миллиард евро. Странами поставки 72% контрафактной продукции являются Китай и Гонконг. В десятку стран-производителей подделок после упомянутых выше входят также ОАЭ (Объединённые Арабские Эмираты) с 8,37%, Турция и некоторые страны Восточной Европы. Заказчиками подобной продукции, как правило, являются компании из Западной Европы.

Премии Plagiarius присуждаются после их отбора авторитетным жюри, которое состоит из представителей различных сфер экономики: дизайнеров, патентных поверенных, торговых ассоциаций и СМИ. Жюри 38-го конкурса Plagiarius, проводившегося 11 января 2014 года, выбрало и наградило своими призами 10 из 51 представленного продукта. Среди «победителей» самими знакомыми для нашей отрасли стали:



**1. КОПИЯ ТЁРКИ ДЛЯ СЫРА.** Оригинальный производитель Koziol, Германия. Копия — Öz Plastik, Turkey

**2. ДЕРЕВО.** Оригинальный производитель Koziol, Германия. Копия — неизвестный производитель из Кореи.

**3. КАРМАННЫЙ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ НОЖ VICTORINOX.** Оригинальный производитель Victorinox AG, Швейцария. Копия — неизвестный производитель.

**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** *Эх, жаль, что организация работает только в ЕС! В России они бы нашли непочатый край работы для себя. Хоть Россия и не производит сама ничего, зато контрафакта ввозит куда больше, чем Европа может себе даже представить. И ведь никто ни с кем не судится, что интересно!*

## ОБВИНЕНИЯ В СЕКСИЗМЕ. ADIDAS ОТЗЫВАЕТ ФУТБОЛКИ С НАНЕСЕНИЕМ К ЧМ-2014 В БРАЗИЛИИ

Производитель спортивной одежды и инвентаря, являющийся спонсором Чемпионата мира по футболу в Бразилии в 2014 году, был вынужден отозвать из продажи коллекцию подготовленных к этому событию футболок. По заявлению бразильского комитета по туризму Embratur, изображения на футболках носят слишком откровенный сексуальный характер. На одной футболке с изображением девушки в бикини написан слоган: «Lookin' to score» (хочешь забить), который в разговорной речи может употребляться молодыми людьми для фигурального обо-



значения поиска сексуального контакта. На другой футболке с надписью: «I love Brazil» (Я люблю Бразилию), нарисовано сердце, символ которого напоминает ягодицы в бикини. В пресс-релизе Embratur осуждается коммерциализация продукции компании Adidas при помощи намёков на сексуальные мотивы туризма в Бразилию. Футболки были предназначены для продажи только на территории США, но после заявления бразильских организаций были тут же отозваны производителем. Президент Бразилии Дилма Русефф прокомментировала этот факт в Твиттере, заявив, что она будет рада принимать туристов во время проведения Чемпионата мира, однако, с туризмом для секса она готова вести непримиримую борьбу.

**КОММЕНТАРИЙ МАПП:** *Не всё, что думаешь, можно написать на футболке. Даже такой монстр индустрии, как Adidas, вынужден был признать это. Пошлость в рекламе в последнее время настолько перехлёстывает, что об этом пора уже задуматься в более серьёзном формате. Без фанатизма православной церкви, конечно, но всё-таки...*