



№61 || СЕНТЯБРЬ 2014 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



3venta

A Desire for Novelty



USB

Флеш-накопители Зарядные устройства

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

тема круглого стола


VIP-подарки


стр.40

23-25 СЕНТЯБРЯ 2014 Г.

IFSA
POWERED BY **PSI**

МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
2 ПАВИЛЬОН, 10 ЗАЛ

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

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



КОЛЬЧУГИНСКИЕ
ПОДСТАКАННИКИ
В АССОРТИМЕНТЕ
НАНЕСЕНИЕ ЛОГОТИПА

+7 (54368) 9-80-77
+7 (49245) 2-18-49
selunsky@ocm.ru

2015



На страже вашего времени!



индивидуальные
ежедневники



обложки для документов

записные
книжки

наборы

со стикерами



Деловая
галантерея:



ресторанные
деловые



Широкие
возможности
персонализации:

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ЕЖЕДНЕВНИКОВ



Блокноты

Ежедневники

Деловые аксессуары

ARWEY

BON CARNET

LUUDS

Россия, Москва, 2-ая Магистральная ул., д.14Г, стр. 1, БЦ "МЕЛА", офис №211

8 (495) 636-27-62

www.acar-group.ru

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 3,2р.

ФЛЯГИ, ТЕРМОСЫ, ТЕРМОКРУЖКИ



КРУЖКИ



от 32р.

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.: 8-800-505-79-15, (495) 956-79-13/14/15/16 факс: (499) 780-20-96/95

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

**скидки
для рекламных
агентств и дилеров
до 40%**

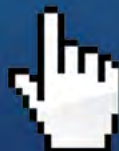


Международная Ассоциация Презентационной Продукции (МАПП)

Некоммерческая ассоциация рекламно-сувенирных фирм

СУВЕНИРНЫЙ ПОРТАЛ

www.iapp.ru



 /mapp_spb

 /mappsp

 /MAPP_SPB

журналы

новости

контакты

каталог компаний

сотрудничество

выставки

Журнал
ПРОФЕССИОНАЛ
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО
БИЗНЕСА

www.profi.iapp.ru



Журнал
для конечных заказчиков
бизнес-сувениров
ЛИДЕР МАПП

www.leader.iapp.ru



Классификатор
сувенирной продукции
и рекламных услуг
КЛАССИКИ МАПП

www.class.iapp.ru



RUSSIAN
PROMOTIONAL
MARKET
REVIEW

www.rpm.iapp.ru



Адрес: 194044 Санкт-Петербург, а/я 899

(812) 318-18-92, (812) 318-18-93,

E-mail: info@iapp-spb.org



6



28



34

6

ЕСТЬ МНЕНИЕ
Я ПОВЕДУ ТЕБЯ В МУЗЕЙ...

10

НОВОСТИ
Международные новости

12

НОВОСТИ
Лента новостей

17

МАПП
Клуб скидок участников МАПП

18

МАПП
Первая Премия МАПП «Держава мастеров»

19

МАПП
Участники I –го этапа Премии
МАПП «Держава мастеров»

22

ВЫСТАВКИ
Российские выставки

28

МНЕНИЕ
5 вопросов МАПП
PROфессионалу: Леонид Пчель-
ников, IPSA Рекламные Сувениры

30

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
Каталог Адъютант® 2015 — но-
вые горизонты возможностей

34

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
Хороший ежедневник —
символ успешного человека

37

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«LEDDCompanу» — Энергия в
камне. Полезное устройство —
приятный подарок.

39

ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ
«РуссКом-Реклама» — Объемные
этикетки — простой способ за-
работать больше



37



57

40

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП
VIP-ПОДАРКИ

51

КЛАССИКИ МАПП
Классификатор сувенирной
продукции и рекламных услуг

57

Антилогика 26

58

СРЕДА ОБИТАНИЯ
МИР БЕЗ ПЛАСТМАСС :
Лео Костылев

60

Календарь выставок

PROFESSIONAL
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№61 (сентябрь 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

Журналисты
Светлана Ворошилова
Александр Волков
Юлия Никулина

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

Корректор
Юлия Никулина
yulia@iapp-spb.org

Антилогика
Александр Косачев

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-про-
изводственные 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 № 0-158423
Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП.

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

PROFI.IAPP.RU



Я поведу тебя в музей...

Редакция настаивает, чтобы мои статьи, открывающие журнал, обязательно были посвящены бизнес-сувенирной теме или обсуждению отраслевых новостей. Лето, однако, весьма бедный на новости период года. Несмотря на то, что продажи в отрасли происходят и в это время, компании живут как бы в ожидании осени, когда наступает одновременно и период главных отраслевых новостей, и время самых горячих продаж. Поэтому я и решился в этот раз затронуть не совсем бизнес-сувенирную тему. Хотя, с другой стороны, как посмотреть. То, о чём я поведу речь, может способствовать увеличению оборотов в компаниях нашей отрасли в том числе.



Американский фотограф Andy Freeberg сделал серию снимков, главными героями которой стали посетители музеев. Слева «Поклонение пастухов», Веронезе, Эрмитаж». Сверху «Бег», Александр Дейнека, Государственный Русский музей
<http://guardiansbook.com>

Прошлой весной моя младшая дочь попросила показать ей Петербург. Я, конечно, с радостью согласился, и причин для этого оказалось сразу несколько. Во-первых, я был рад, что дочь хочет расширить свой кругозор, да и город вполне достоин, чтобы в нём не только побывать, но и тщательно его изучить. А во-вторых, я наконец-то смог бы найти применение той невероятной массе информации, скопившейся в мозгу за долгие годы изучения истории Петербурга. Словом, сказано сделано, и вот мы уже вместе ступаем по Невскому проспекту.

Здесь я хотел бы сделать небольшое отступление от темы, с моей точки зрения, просто необходимое, прежде чем я смогу продолжить. Далее в моих высказываниях

будет много критики, поэтому я хотел бы сразу определить свои отношения с городом Святого Петра, чтобы у читателя не возникло ложного понимания смысла написанных мною колких слов.

С моей точки зрения, Санкт-Петербург является одним из красивейших городов не только Европы, но и мира. Я много где побывал и со знанием предмета могу констатировать, например, что Эрмитаж, при всех попытках нынешнего руководства разорить и обесценить музей, продолжает оставаться самым значительным художественным музеем мира. Нигде я не видел более богатой коллекции живописи: ни в Лувре, ни в Прадо, ни в Уффици, ни где-либо ещё (в Метрополитан не был, но, полагаю, что на том материке понимание

искусства вообще имеет своеобразный оттенок). Далее. Наверное, только в Риме найдётся три собора, равных по своему великолепию Казанскому, Исаакиевскому и Собору Воскресения Христова (так официально называется Спас-на-Крови). А в Питере ещё имеются несколько церковных сооружений, лишь слегка уступающих вышеназванным по красоте и величию. И это притом, что в лихие 30-е были уничтожены десятки красивейших соборов, а все остальные были разграблены и унижены советской властью. Подобных коллизий Рим не переживал со времён его завоевания варварами полторы тысячи лет назад.

Разнообразные питерские гиды и экскурсоводы называют Петербург то Северной Венецией, то Северной Паль-

мирой, то ещё каким-нибудь заграничным сравнительным именем, стараясь тем самым как бы «подтянуть» город до уровня европейских раскрученных знаменитостей. Конечно, тут дело вкуса, но, по моему глубокому убеждению, Венеция, например, в подмётки не годится Питеру. И даже потуги американских кинематографистов, которые предпочитают показывать её как место романтических свиданий Джеймса Бонда и ему подобных, в то время как по Питеру он носится на танке, сшибая на своём пути памятники (не существующие) и углы домов, не могут изменить мнения беспристрастного судьи — итальянскому чудо-городу на воде далеко до Северной столицы России. Петербургу есть чем гордиться и нечего стесняться, и лишь русская застенчивость и привычка не высовываться в сравнении с южно-европейским нахальством и нагловатой напористостью всё ещё влияют на рейтинги туристической популярности не в пользу жемчужины России.

Однако к теме. Мы начали наше знакомство с городом сразу с главных религиозных достопримечательностей города: с Казанского и — затем — Исаакиевского соборов. Я далёк от того, чтобы считать себя способным описать те чувства, которые вызывает архитектура этих сооружений. Это можно лишь испытать самому. Поэтому напишу о другом: о разнице. Казанский собор в Советские годы служил музеем Религии и атеизма. Более кощунственного и оскорбительного использования для церкви придумать сложно, хотя советская власть была способна и на это (в питерских церквях работали склады, катки с искусственным льдом и даже молокозавод). Сегодня одна из главных достопримечательностей города полностью передана церкви, поэтому вход в собор свободный, внутри тихо идут службы. Много верующих, горящие свечи, запах ладана и атмосфера умиротворения. И это посреди Невского — бурлящей жизнью и энергией артерии Питера. В углу собора притулилась маленькая лавчонка, торгующая свечами и иконами. Есть в ней и некоторые предметы туристического ассортимента.

Вход в Исаакиевский собор стоит, если не ошибаюсь, 400 рублей, плюс ещё 250 за подъём по 220-ти ступеням на колоннаду. Но тех чувств, которые испытываешь в Казанском соборе, здесь почему-то не возникает. Мешают ли многочисленные сувенирные киоски, которых в храме не три и не пять, а на каждой пяди мраморного пола. Об них всё время спотыкаешься, так

как хочется смотреть всё время вверх, где вся красота. А может быть, ощущение того, что даже огромный по размерам, занимавший в советские времена почти всю середину собора, маятник Фуко, (призванный как раз развенчивать религиозные представления об устройстве Вселенной) убран не потому, что оскорбляет чувства верующих, которым здесь отпущено не более 2 процентов пространства в уголке, а чтобы освободить побольше площади для коммерческих нужд. На одном из фронтонов собора написано: «Дом мой домом молитвы наречётся». Это фраза из Евангелия, из той его части, где Иисус выгоняет из пределов храма торговцев и менял, считая их неуместными в молитвенном месте. Видимо, нынешнее руководство Исаакия вверх не смотрит.

В эти соборы люди ходили и в советские времена, когда они были музеями чего попало, и это не сильно мешало им наслаждаться величием архитектуры и мастерством строителей. И всё же, если Россия хочет возврата к цивилизованному развитию и восстановлению прежней русской духовности и культуры, не мешало бы правителям города задуматься о том, что здания должны использоваться по тому назначению, для которого первоначально создавались. Ведь соорбили же они использовать под свои офисы и жильё дворцы бывшей российской знати!

Быть в Петербурге и не побывать в Петергофе просто невозможно, поэтому наш следующий день был посвящён фонтанам. Опять где-то сбоку экскурсовод сравнивает Петергоф с Версалем (была ли хоть сама в этом Версале?). Там ведь фонтаны включают лишь по большим праздникам, по причине чего все туристы из Франции, попавшие в Петергоф, думают, что они либо удачно попали в праздничный день, либо фонтаны включили исключительно из уважения к ним. Наивные!

Впечатлений от парка и фонтанов не смогло до конца испортить даже посещение местного дворца, хотя его сотрудники прилагают к этому все возможные усилия. Вход во дворец ограничен. Причина этого не совсем понятна, но самым эффективным исполнением этого условия является сама система продажи билетов и впуска во дворец. Сначала вы стоите в очередь в кассу. В день нашего визита это длилось около часа. Затем с билетом стоите в очереди на вход ещё час. Впуск осуществляет партиями по 30-40 человек, и, несмотря на это, вы всё ещё не во дворце. Сначала вас мурыжат в тесном предбаннике, одевают в больничные бахилы, выдают радионаушники для связи с экскурсоводом, без



Исаакиевский собор. Санкт-Петербург

В эти соборы люди ходили и в советские времена, когда они были музеями чего попало, и это не сильно мешало им наслаждаться величием архитектуры и мастерством строителей. И всё же, если Россия хочет возврата к цивилизованному развитию и восстановлению прежней русской духовности и культуры, не мешало бы правителям города задуматься о том, что здания должны использоваться по тому назначению, для которого первоначально создавались. Ведь соорбили же они использовать под свои офисы и жильё дворцы бывшей российской знати!

которых вы не смеете ступить по дворцу ни шага. А затем вас протискивают как фарш в наполовину закрытую дверь, посреди открытой створки которой стоит первая грозная надсмотрщица. Целая стая «служителей культуры» создаёт неимоверный хаос и совершенно излишнюю давку в дверях, где ничего не понимающие туристы из разных стран пытаются по мимике и жестам определить, что же им надлежит делать и куда дальше шагать.

Первым и самым занудным рассказом экскурсовода является история постройки и уничтожения дворца во время Второй мировой войны. Далее очумевших от многочасового стояния в очередях и давках туриста проводят по инкрустированной золотом лестнице в парадный зал, также обильно украшенный деревянными элементами орнамента с позолотой. Как на лестнице, так и в зале на высоту человеческого роста позолоту защищают листы оргстекла. Экскурсовод трелью разливается о богатстве убранств и искусности мастеров, а я не могу отделаться от мысли, что если фотография разрушенного почти до основания и сожжённого для верности дворца является историческим фактом, то место, где мы сегодня стоим, является лишь копией того, что было когда-то построено «мастерами». По сути, всё вокруг — новодел, не имеющий никакой практической ценности: построенное советскими строителями и реставраторами за нищенскую советскую зарплату, выточенное на современных станках с ЧПУ по макетам со старых фотографий и литографий. О каких шедеврах идёт речь? Кто придумал закрывать от нас этот новодел оргстеклом? За кого принимают работники музея своих посетителей? Ведь даже настоящая золотая лепнина Эрмитажа и питерских соборов не защищена так варварски от прикосновений к ней! В Лувре Мона Лиза защищена толстым бронированным дымчатым стеклом, сквозь которое она еле видна, но она — настоящая! Никому там не пришлось бы в голову охранять с такими же предосторожностями Джоконду, напечатанную на полиэтиленовом пакете!

До моего уха доносятся слова экскурсовода: «На позолоту деталей декора этого зала затрачено ТРИ КИЛОГРАММА ЗОЛОТА!». Нашла чем удивить! В доме одного из министров правительства Януковича нашли золотой батон! Если батон из муки весит 600–800 грамм, то сделанный из золота наверняка потянет много более трёх кило!

Кроме пластиковых заграждений, все залы затянuty разнообразными верёвочками, подход к стенам дворца невозможен. Для прохода посетителям оставлены узкие коридоры, в которые туристов запускают опять же через систему верёвочек под наблюдением строгих смотрительниц. Я и раньше задавался вопросом, где берут кадровки питерских музеев этих злобных

старух, стоящих на изготовке в каждом зале и ждущих, когда зазевавшийся турист ступит шаг влево или шаг вправо от огороженных коридоров, чтобы «выстрелить» в него всей своей нескончаемой злобой и ненавистью? В какие-то залы дворца пускают только при условии того, что вы ни на секунду не будете в них останавливаться. Таковы, например, два китайских кабинета дворца. Свои хамские выкрики и неадекватное поведение старушки-надзирательницы оправдывают здесь словами «климат-контроль», произнося их как какое-то шаманское заклинание. Но уж если экспонаты этих залов настолько чутки ко взорам посетителей и их температуре тела, то, может быть, во избежание полного разрушения, не стоит их выставлять напоказ? Тем более что и рассмотреть их толком всё равно не получается из-за полумрака в помещениях, отсутствия окон и требования всё время продвигаться вперёд под несмолкаемый лай «не останавливаться» и «климат-контроль». Опять ловлю себя на мысли, что дворец восстановлен лишь в 70-е годы, и особенной ценности у этих китайских комодов и столов быть просто не может. Даже если их привезли из других дворцов, они всё равно должны символизировать обстановку петровского времени или начала 18-го столетия. Зная китайскую культуру, мне известно, что сами китайцы вообще не считают ценными предметы, возраст которых меньше 1000 лет. Они — просто старьё, рухлядь, место которой на свалке. И как же обидно, что за эту рухлядь в Петергофском дворце вас облаивают и обрызгивают слюной злобные «служители культуры».

Апогеем экскурсии был выход из дворца, который осуществляется через... огромный сувенирный магазин. И вот тут уже вас никто не подгоняет и не оттесняет ленточками от «экспонатов». В итоге от посещения Петергофского дворца остаются лишь ощущения незаслуженного оскорбления и наглой обдиравки. Если человека можно изнасиловать психологически, то это как раз тот случай.

Екатерининский дворец в Пушкине в смысле организации его посещения является точной копией Петергофского, поэтому описывать всё во второй раз не имеет смысла. Дочь так хотела увидеть янтарную комнату, что пришлось пройти эти «круги ада» во второй раз. Семинары они, что ли, проводят для работников пригородных дворцов на тему «Как наилучшим образом обслуживать туристов»?

В Эрмитаж я хожу, заранее готовый ко всему. Каждое его посещение оставляет во мне неизгладимый тяжёлый след. Но и не ходить туда тоже невозможно. К чести музея хочу сразу отметить, что в этот раз он порадовал меня своей коллекцией. Уже давно привыкнув к тому, что в Эрмитаже открыто лишь несколько залов, а в них,



Объятое огнем здание Корпуса под гербом и наблюдающие за пожаром немецкие солдаты. Осень 1941 года.
<http://oldsp.ru>

Экскурсовод трелью разливается о богатстве убранств и искусности мастеров, а я не могу отделаться от мысли, что если фотография разрушенного почти до основания и сожжённого для верности дворца является историческим фактом, то место, где мы сегодня стоим, является лишь копией того, что было когда-то построено «мастерами».

в основном, представлена старая мебель (конечно, помимо великолепной во все времена коллекции живописи), я был немало удивлён в этот раз количеству экспонатов и открытых для посещения помещений. Однако всего этого я имел возможность и не увидеть, так как основной проблемой оказалось для меня приобретение билетов. Я заранее готов приобретать самые дорогие билеты, чтобы не участвовать в абсолютно абсурдной, а с юридической точки зрения, ещё и противозаконной проверке документов в кассах российских музеев, но то, что произошло со мной в Эрмитаже в этот раз, превзошло все мои ожидания! Я наметил, кроме посещения самого музея, осмотреть также «Золотую» и «Бриллиантовую» кладовые, в которые продают отдельные билеты. Удобными по времени посещения оказались одна экскурсия на русском языке (моя дочь практически не говорит по-русски, а её кавалер — и вообще), а другая — на английском. Но в этом месте кассира заклинило, и она заявила мне, что не говорящие по-русски «не имеют права»

посещать экскурсии на русском, а я, соответственно, не могу пойти с дочерью на англоязычную, так как говорю по-русски. На мой вопрос, должен ли я предоставить в кассу музея свидетельство о владении тем или иным языком я ответа не получил, так как кассир предпочла закрыть своё окно и удалиться. Всю «Одиссею» приобретения билетов я описывать не стану, но попали мы только в «Бриллиантовую кладовую», в которой я и сам никогда раньше не был. Дело в том, что создана она недавно, а её экспонаты составляют частично то, что раньше хранилось в «Золотой кладовой», а в остальном — просто в залах музея. Создание этой «кладовой» является, по-видимому, гениальной коммерческой идеей кого-то из руководителей, а, по-моему, просто дешёвым трюком, недостойным такого музея как Эрмитаж, тем более государственного. Кстати, само посещение «кладовой» обставлено в едином духе с экскурсиями по пригородным дворцам, от чего и возникает мысль о едином теоретическом источнике. Когда же один из посетителей поинтересовался, отчего экскурсовод рассказывает лишь о части представленной коллекции, то получил ответ, что «экспонатов 40 тысяч, и рассказать о каждом просто не хватит времени». На робкое возражение «а мы не спешим» экскурсовод решила вообще не реагировать, сделав кислое лицо. Шутка показалась ей неуместной.

Коммерции вообще стало в Эрмитаже слишком много. Например, в залах римской и греческой скульптуры посреди пола стоят «произведения» современного скульптурного искусства. Бетонные блоки с обгрызленным верхом, каждый по-своему. На мой неискушённый взгляд, эти скульптуры лишь доказывают, насколько человечество деградировало по сравнению с древними греками и римлянами. В том числе, и руководители Эрмитажа, решившие разместить в залах музея такое «искусство».

Когда одни и те же стратегические приёмы повторяются от одного музея к другому, возникает не только мысль о монолитном единстве, но и «хельсинкский синдром» невольного внутреннего оправдания поведения работников музеев. Может быть, и действительно, такие драконовские меры и такие строгие служители необходимы в России? Что если без этого музеи бы развалились, а их коллекции попортились или были бы разворованы? Но здравый смысл не умалкает и подсказывает, что ничего подобного случиться не может. А если музеи и разворовываются, то делают это не туристы, а те, кто может этим заниматься без риска и страха быть пойманным и наказанным, то есть работники и руководители. А наилучшим подтверждением того, что музей может работать во благо посетителя, а не его сотрудников, является Русский музей.



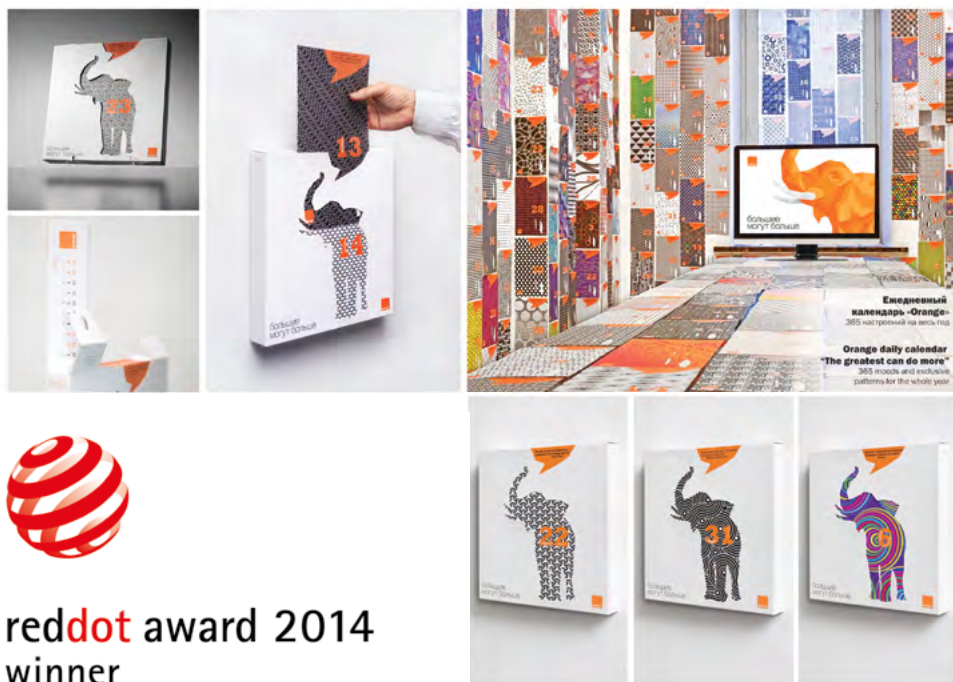
Русский музей. Санкт-Петербург.
Начало XX века. <http://oldsp.ru>

Здесь те же старушки-смотрительницы залов вежливы и корректны. Они не набросятся на вас с шипением, если ваш мобильный телефон неожиданно зазвонит, и не станут проверять в каждом зале, где вы «обнажите» свой фотоаппарат, купили ли вы билет на съёмку. Они тихи и незаметны, но услужливы и многословны, когда вы обращаетесь к ним с вопросом, причём ответят вам не только по-русски, но и на английском языке. А ведь ещё несколько лет назад здесь было так же, как и везде. Значит, всё-таки можно добиться культурного обслуживания в музее? Значит, это не сказывается негативно на доходах и коллекциях?

Несмотря на все эти мелочи и особенности русской музейной культуры, моя дочь увезла из Петербурга только восторг и восхищение. Она молода, и весь негатив не задерживается в памяти надолго. И всё же, если Петербург претендует на достойное место в ряду привлекательных для туристов мест, его руководству необходимо задуматься о системе обслуживания туристов в музеях да и о многом другом. Например, за день, проведённый в Петергофе вчетвером, включая стоимость билетов в парк и дворец, билетов на катер туда и обратно и очень скромного обеда, я заплатил сумму, равную средней российской зарплате за месяц. Это значит, что молодой петербургской семье такая поездка не по карману, да и многим российским туристам тоже. Но ведь нелепо же создавать туристические достопримечательности с расчётом только на иностранных туристов, и неизвестно ещё, будут ли они ездить в Россию.

Словом, есть город, теперь нужно научиться им пользоваться. ■

А наилучшим подтверждением того, что музей может работать во благо посетителя, а не его сотрудников, является Русский музей. Здесь те же старушки-смотрительницы залов вежливы и корректны. Они не набросятся на вас с шипением, если ваш мобильный телефон неожиданно зазвонит, и не станут проверять в каждом зале, где вы «обнажите» свой фотоаппарат, купили ли вы билет на съёмку.



reddot award 2014
winner

Студия DEZA — победитель международного фестиваля Red Dot Design Award

Календарь «Большие могут больше» для Orange Business Services стал лучшим в номинации Communication Design.

Red Dot Design Award — главное событие в области дизайна в Европе, авторитетная награда, присуждаемая европейским институтом «Центр дизайна земли Северный Рейн — Вестфалия», который находится в немецком городе Эссен. Она вручается за выдающееся качество и особые достижения в дизайне. Работу студии DEZA выбрали среди 7096 участников из 49 стран мира.

Над календарём трудилась вся команда DEZA, поэтому работа — значимая и знаковая.

Уникальную конструкцию из 365 эксклюзивных паттернов, полностью соответствующую слогану «Большие могут больше», создавали дизайнеры и копирайтеры. Также стояла непростая задача сделать такую конструкцию корпуса, которая позволила бы облегчить вес календаря и выбирать его положение — настенный или настольный.

С этим календарём DEZA неоднократно побывала на российских и зарубежных фестивалях, причём везде работа либо попадала в шорт-листы, либо брала призовые места, подчеркнули в студии.

Студия
графического
дизайна
DEZA

Европейский союз: маркировка «Made in...» становится обязательной

На пленарной сессии в апреле этого года большинство членов Европарламента в Брюсселе проголосовали за решение о маркировке всей непродовольственной продукции, реализующейся на территории ЕС, отметкой о стране её происхождения. Таким образом Европарламент поддержал проект закона ЕС о регулировании безопасности потребительской продукции, который также предусматривал одной из мер наличие на продукции маркировки «сделано в». До этого подобную маркировку европейские производители делали на добровольной основе.

Согласно новым правилам, в будущем вся продукция, произведённая в странах ЕС, должна иметь отметку типа «Сделано в ЕС» или «Сделано в» с последующей идентификацией страны-члена Союза. Метод определения страны-производителя подробно описан в таможенном кодексе ЕС. Если продукт производится частично в двух или нескольких странах, то страной его происхождения считается «последняя, в которой выполнялись важные и экономически значимые процессы производства» — гласит статья кодекса.

По мнению членов Европарламента, маркировка товаров повысит возможность отслеживания происхождения товаров, а вместе с этим — уровень защиты потребителей.

Комментарий МАПП: Вот интересно, что же будет написано на маркировке той «европейской» продукции, которая на самом деле производится в Китае? Неужели производители «европейского качества» выйдут из тени и честно признаются, что уже давно не брали в руки отвёрток? И что для того, чтобы удержаться на уровне конкуренции, им приходится все свои силы вкладывать в продажи и маркетинг, а производство оставить менее дорогостоящим рабочим Юго-Восточной Азии.

Кадровые перестановки на PSI



Silke Frank, которая с 2010 года работала менеджером проекта на выставке PSI в Дюссельдорфе, с июня 2014 года назначена руководителем всей выставочной деятельности PSI. Кроме дюссельдорфской выставки в её компетенцию вошли также выставка PSI Promotion World в Ганновере, IPSA в Москве и совместные стенды

на выставках презентационной продукции по всей Европе. В результате такого структурного изменения ожидается дальнейшее стратегическое развитие событий и бренда выставки за счёт использования синергетических выгод от объединения их руководства.

В новой должности г-жа Frank в будущем возьмёт под свой контроль всю политику продаж и маркетинга выставок PSI. «Целью централизации было усилить продажи и стать ближе к своим клиентам», — выразил мнение генеральный директор PSI Michael Freter.

Комментарий МАПП: А нас всегда учили не складывать все яйца в одну корзину. Думаю, что инструменты, годные для выставок в Германии, да и вообще в Европе, окажутся не совсем «по размеру» в Москве. Хотя поживём — увидим!

Укрепление американских марок производителей ручек

Американский производитель качественных пишущих принадлежностей A.T.Cross объявил о покупке другого известного американского производителя ручек, компании Sheaffer, которая последние десятилетия принадлежала французскому гиганту BIC Group. Как было оглашено в официальном заявлении, владелец бренда Cross, компания Clarion Capitol Partners, заплатила за свою покупку 11,4 миллиона евро. Окончательный переход собственности к новым владельцам осуществится в течение последующих 60 дней, после чего Sheaffer волеётся в компанию A.T.Cross. «Приобретение компании Sheaffer поможет нам занять лидирующую позицию в мире среди производителей дорогих пишущих принадлежностей», — заявил представитель компании A.T.Cross.

A.T.Cross является старейшим на американском континенте производителем ручек.



Компания была основана в 1846 году и занималась также продажей часов и очков для чтения. Sheaffer, в свою очередь, также существует более ста лет и специализируется на производстве шариковых и перьевых ручек, а также роллеров. С 1997 года компания принадлежала BIC Group.

Комментарий МАПП: Похоже, в этом бизнесе начинают происходить те же процессы, которые были характерны для автомобильной промышленности конца XX века. Все объединяются, и скоро из-под доброй сотни различных марок пишущих инструментов будут выглядывать всё те же лица их нескольких владельцев. Так стоит ли кокетничать? Пусть уж все ручки планеты носят три красивых названия: «Parker», «BIC», «Cross». Советскому человеку это, по крайней мере, очень знакомо!



China Sourcing Fair: Gifts&Premiums

Более 2700 стендов будут представлены посетителям выставки China Sourcing Fair: Gifts&Premiums, которая пройдёт 19-22 октября 2014 в AsiaWorld-Expo, Гонконг. Организатор выставки — Global Sources.

Экспоненты China Sourcing Fair: Gifts&Premiums представят сувениры, промопродукцию, подарки к различным праздникам, канцтовары и игрушки. Как заявляют организаторы, около 90% поставщиков и 75% производителей участвуют исключительно в этой выставке, что даёт посетителям уникальную возможность наладить с ними сотрудничество и заключить выгодные договоры на гибких условиях.

Выставочный зал AsiaWorld-Expo расположен в двух минутах езды от аэропорта, а из центра города в него можно добраться за полчаса. Навигация внутри самой выставки позволит как можно более эффективно провести время, посетителям будут также доступны офисные услуги.

Всем участникам МАПП, которые пожелали посетить выставку, организаторы предоставили бесплатное проживание в отеле 5* и транспортные услуги.

www.globalsources.com

Выставки в Финляндии. Фальстарт — 2014

В этом году Финляндия открыла сезон осенних выставок презентационной продукции в Европе.

Две её выставки состоялись с накладкой в один день уже в последних числах августа. Сразу две в выставки для такой небольшой по количеству населения страны понадобились для того, чтобы разделить посетителей. Одна выставка, которую традиционно организует шведская ассоциация оптовиков PWA, вот уже около десяти лет принимает дистрибьюторов бизнес-сувенирной отрасли Финляндии. Другая, перебрендированная три года назад и называющаяся теперь «Bisnespäivät» (не ошибка, слово «business» в названии пишется именно так, а переводится оно как «дни бизнеса»), ожидает конечных заказчиков. Вера финских предпринимателей в окончание кризиса или хотя бы поворот экономики в лучшую сторону, по-видимому, иссякла совсем, поэтому обе выставки не смогли собрать ни большого количества участ-

ников, ни, тем более, в такой ситуации, большого числа посетителей. Несмотря на то, что формат обоих мероприятий стал двухдневным, даже на эти короткие часы посетителей хватало не всегда. Тем более времени у экспонентов оставалось на работу с теми, кто всё же пришёл на выставку, что можно считать одним из немногих положительных итогов обоих мероприятий. Именно за счёт того, что с каждым посетителем была проведена вдумчивая работа, экспоненты оценивают своё участие в выставках как полезное, а результат — удовлетворительным.

Комментарий МАПП: Если конфронтация ЕС и России будет продолжаться и в следующем году, то, вероятнее всего, коммуникационная продукция вообще может не понадобиться, ибо налаживать и укреплять бизнес-отношения станет просто не с кем.

1 килограмм благородства



Ателье символов «АРТ-ГРАНИ» представляет новое направление в области изготовления персональных и корпоративных символов к выдающимся событиям — памятные монеты весом 1 килограмм.

В короткие сроки мастера компании «АРТ-ГРАНИ» изготовят от одного экземпляра брутальную монету размером с ладонь из серебра, золота или медно-го сплава с покрытием из драгоценных металлов. Высокий рельеф (4–6 мм) будет эффектно выделять и барельеф героя, и герб страны, и логотип компании.

Церемония вручения таких изделий выдающимся современникам — очень приятное событие! Эти произведения бережно хранят и передают из поколения в поколение как фамильные ценности.

Кстати, большие монеты всегда были коллекционной редкостью и отражали значимые события истории, а первым, кто отразил свой профиль на монете, был Александр Македонский.

Ателье символов АРТ-ГРАНИ, Златоуст
+7 (3513) 62-70-30
www.1kg-gift.ru
www.1kg-vpodarok.pf
zakaz@1kg-gift.ru

Создайте уникальный подарок!



Специалисты студии 3D Works объединили две уникальные технологии, которые раньше использовались лишь по отдельности: лазерная гравировка в стекле и УФ-печать на стекле цветных изображений. Это позволило нам создать коллекцию — настоящему памятнику — сувениров и подарков. Приглашаем всех желающих убедиться в этом, посетив наш стенд а14, пав. 2, зал 10 на выставке IPSA 2014.

Ждем вас 23–25 сентября в «Крокус Экспо» и каждый день на нашем сайте www.3dworks.ru
3D Works, Москва
8 (495) 789-82-29
info@3dworks.ru

Кольчугинский завод цветных металлов освоил производство сувенирных кружек из меди



Благодаря изящному внешнему виду изделия из меди вновь входят в моду. Высокая теплопроводность и длительный срок службы медной посуды делают её очень популярной среди мэтров кулинарного искусства.

Кольчугинский завод цветных металлов освоил производство сувенирных медных кружек для холодных напитков (медь очень быстро нагревается, поэтому для горячего чая такая посуда не подойдёт).

Изнутри кружка покрыта слоем серебра. Благодаря этому вкус напитка сохраняется наилучшим образом, ему передаются все целебные свойства благородного металла.

Серебро и медь обладают непревзойдёнными антибактериальными и противомикробными свойствами: даже при образовании царапин, недоступных для посудной губки, в них не образуются колонии вредных микроорганизмов.

Медная кружка с серебрением станет хорошим подарком для туристов и сторонников здорового образа жизни.

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

МАПП сотрудничает с «Медиалогией»

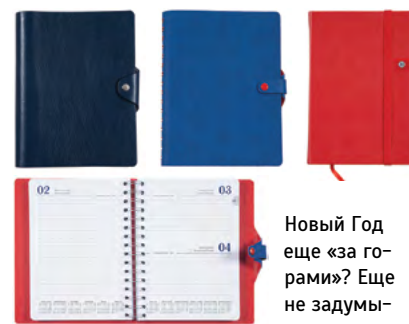
Журналы «Лидер МАПП» и «Профессионал РСБ» включены в онлайн-систему аналитической базы «Медиалогия».

Теперь материалы изданий будут доступны в базе СМИ на сайте «Медиалогии» www.mlg.ru, что позволит всем заинтересованным быстро получить необходимую актуальную информацию о рекламной и презентационной продукции.

Аналитическая база «Медиалогии» включает в себя более 18 000 самых влиятельных и авторитетных СМИ по разным регионам и отраслям — наиболее значимые радиостанции, журналы и газеты. Контент, представленный в базе, используют в работе крупнейшие российские компании. Поэтому сотрудничество с «Медиалогией» для МАПП — это возможность повысить интерес к бизнес-сувенирной отрасли и обрести новых читателей и партнеров.

www.iapp.ru www.mlg.ru

Коллекция деловой кожгалантереи 2015



Новый Год еще «за горами»? Еще не задумывались, что

можно подарить своим родным, близким, коллегам или друзьям-партнерам?

Компания «Бон Карнет» поможет вам в этом нелегком выборе. Коллекция деловой кожгалантереи 2015 уже в продаже!

В этом году в нашей коллекции вы сможете найти ежедневник в любом стиле, формате и на любой бюджет: от классического MEMOry до стильного и яркого DUO. Хочется сделать подарок из категории «дорого, элегантно и функционально»? Кожаные наборы AVIA и ALBA не оставят равнодушным вашего клиента или партнера.

Эти наборы и другая продукция делового планирования уже готовы и находятся на нашем складе в Москве. Остается узнать только сроки доставки. На все ваши вопросы с удовольствием ответят наши менеджеры.

ООО «Бон Карнет», Москва
тел. + 7 (495) 636-27-62
www.acar-group.ru
www.bon-karnet.pf
boncarnet@acar-group.com

Медали, значки, эмблемы



Если у вас намечается мероприятие, для которого необходима продукция геральдики и фалеристики, мы с удовольствием вам поможем в изготовлении сувениров. Выбор обширный: военные нагрудные знаки, разнообразные эмблемы, спортивные жетоны, юбилейные и военные медали, настольные подставки под флажки и выпеллы с военной, представительской, юбилейной, спортивной, выставочной тематикой. Изделия изготавливаются из металлов — алюминия, меди, латуни, томпака, мельхиора, нейзильбера, с покрытием органическими, силикатными и полимерными эмальями.

Компания «Военный Знак», Москва
Телефон: (495) 583-47-10
E-mail: mail@vznak.com
www.vznak.com

Эксклюзивный набор для пикника — «Император»

Компания РУССКИЙ ЭЛИТНЫЙ ПОДАРОК запустила производство нового набора для пикника в сегменте эксклюзивных работ «Император». Набор собирается в кейсе из массива дуба с изящной бронзовой фурнитурой. Внутренняя отделка выполнена из натуральной, расписанной вручную кожи. Комплектующие набора самого высокого качества. Охотничьи стопки из олова высококачественного ювелирного литья фирмы Artina, нож ручной работы павловских мастеров из высококачественной марки стали 95X18 с рукоятью из дерева венге, украшенной мельхиоровыми накладками. Но самым примечательным является то, что на внутренней части крышки набора оригинальным образом сделана вставка — картина на бересте. Это — авторская работа художника Сергея Сурина. Наросты на бересте дают объемные подобию скал, холмов, гор, берегов, рек и озёр. Такие картины всегда узнаваемы, оставляют ощущение чего-то родного, близкого. Это и понятно, берёза — символ России и русского народа.

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

Оригинальный USB по собственному дизайну



Купить USB-флеш-накопитель сейчас не составляет никаких проблем. И это вам подтвердят сотни компаний. Заказать флешку в индивидуальном дизайне — тоже не проблема. Проблема в том, как придумать свою оригинальную флешку.

Сайт FreshFlash.su поможет вам сгенерировать идею. Свыше 1000 видов уже готовых USB-накопителей пробудят в вас процесс творчества. А возможность заказать партию всего от 50 штук дает шанс сделать оригинальный подарок даже на небольшое мероприятие.
FreshFlash.su, Москва
8 (800) 7750712
www.FreshFlash.su

Стильный блокнот «Компаньон Trend»

Новый модный тренд 2014 года от ТМ «Brunnen» — блокнот «Компаньон Trend». Этот блокнот собрал в себе всё лучшее, что представлено на мировом рынке блокнотов с боковой застёжкой-резинкой.



Made in Germany

Резинка-застежка, петля для ручки и обрез блока в 4-х ярких цветах делают блокнот стильным и выделяют его «из толпы». Жесткая черная обложка, кремовая бумага блока в клетку или линейку, пронумерованные страницы, две вклеенные закладки, боковой карман для бумаг на внутренней задней обложке, клейкие флажки-закладки. Все это не может оставить равнодушным потребителя. Блокнот представлен в двух форматах: А5 и А6.

ЗАО «Компания А-Верс»
+7 (495) 921-3526 (многоканальный)
+7 (495) 781-71-48
awers@awers.ru
www.awers.ru
www.brunnen.ru

Пошив корпоративной одежды — эксклюзивный стиль!



Стильная и красивая корпоративная одежда сотрудников является одним из залогов успеха вашего бизнеса!

Мы изготавливаем на заказ эксклюзивную корпоративную одежду для вас и ваших сотрудников, используя при этом качественные ткани ведущих европейских производителей.

Пошив одежды может осуществляться как по предоставленным эскизам, так и по разработанному в индивидуальном порядке.

Сделаем любое нанесение: вышивка, шелкография, термотрансфер, сублимационная печать и многое другое.

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

Упаковка на любой вкус



ПРОИЗВОДСТВЕННО-ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ФИРМА

ЭКОН-PRESS

Сегодня нельзя представить современный товар без упаковки. Пакеты, коробки, тубы с вашим логотипом от компании «Экон-пресс» — очень эффективный и сравнительно недорогой вид рекламы. Большая площадь запечатки позволяет разместить информацию о выпускаемой продукции, о новых направлениях деятельности и поддерживать имидж фирмы. Огромный выбор размеров, материалов и различные виды отделки (ламинация, тиснение, лак, ленты и т.п.) позволяют создавать привлекательную, функциональную упаковку для подарков и различных товаров, которая прослужит довольно долго, надежно фиксируя в памяти логотип компании. Мы с радостью разработаем дизайн пакета и любой другой упаковочной продукции, учитывая современные тенденции.

ООО «Экон-пресс», Москва
8-495-517-52-14
8-499-270-58-74
8-926-527-16-93
www.econ-press.ru

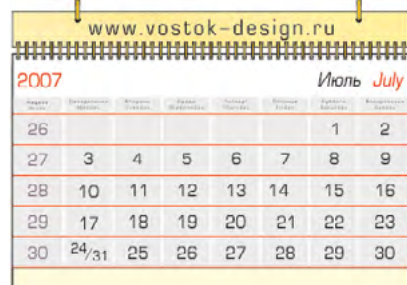
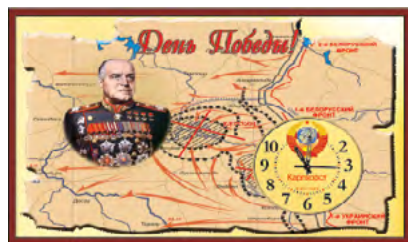
Сувениры из серебра с фирменной символикой



ЗАО «Северная чернь» предлагает готовые подарки из серебра 925 пробы на любой вкус, а также производит на заказ уникальные изделия с логотипом и элементами фирменного стиля организации заказчика. Завод «Северная чернь» — предприятие, работающее в стиле древнерусского искусства чернения по серебру, поэтому наша продукция — это опыт и традиции, гарантия качества, современный и классический дизайн, и, конечно же, отличный подарок деловым партнерам, сотрудникам и близким людям.

ЗАО Великоустюгский завод «Северная чернь»
+7 (81738) 259-12
office@sevchern.ru
www.sevchern.ru

Календарь-часы со сменным блоком



ООО «Фабрика специальных часов и сувениров «ВОСТОК-ДИЗАЙН» — один из ведущих производителей часовой и сувенирной продукции на российском рынке, в том числе по индивидуальным заказам. Наличие собственного дизайнерского бюро, большой опыт работы, банк дизайнов, насчитывающий более 10 тыс. работ, позволяет нам с высоким качеством и исключительной креативностью выполнять заказы клиентов, в числе которых Министерство обороны РФ, Министерство внутренних дел РФ, Бренд Ив Роше, Союз биатлонистов РФ, Издательство Граница и др. Среди продукции компании повышенный спрос имеет календарь-часы со сменным блоком, который зарекомендовал себя качеством, оригинальностью и функциональностью. Верхняя часть календаря с изображением (по заказу) выполнена на металлической пластине. Полноцветное изображение на пластину перенесено методом субlimационного термопереноса. Металл используется с глянцевой или матовой поверхностью, под золото или серебро, и нескольких оттенков. Пластина помещена в рамку, на которой крепятся держатели для календаря, что позволяет менять его по необходимости. Часы можно установить в капсуле либо без нее. Календарь-часы, выполненный в соответствии с тенденциями современного дизайна, — лицо компании и прекрасный функциональный подарок. По вопросам заказа обращайтесь: **Москва, Варшавское шоссе, д.125, корп. 1** тел. 8 (495) 950—56-57 (58), 781-45-41 e-mail: vostok-design74@mail.ru www.vostok-design.ru

Ручка CROSS — напиши свою историю



CROSS

Компания ГЛАВПОСПРОМ представляет старейший американский бренд пишущих инструментов — CROSS.



«Визитной карточкой» компании Cross явилась модель Classiccentury. Благодаря этой модели ручки Cross стали узнаваемы. Изысканный стиль ручки, которую многие по праву считают иконой американского дизайна, был заложен в 1946 году. По прошествии нескольких десятилетий дизайн ручки не потерял своей актуальности и узнаваемости. Поэтому если вы видите тонкую изящную ручку, можете не сомневаться — это Cross.

Кроме классической ручки в ассортиментном ряду компании представлены ручки различного дизайна, различной формы, как для мужчин, так и для женщин.

Эти ручки идеально подходят для персонализации. Вы можете заказать ручку Cross с гравировкой логотипа вашей компании или с вашими инициалами.

По вопросам покупки, образцов, условий поставки обращайтесь в нашу компанию.

Компания «ГЛАВПОСПРОМ» — главный поставщик сувениров.

125635 Москва, ул. Талдомская, д. 2Г, оф 513

Тел.: +7 (495) 640-0616, +7 (812) 640-0616

www.glavposprom.ru

order@glavposprom.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!

ПСФКЭребус, Москва

+7 (495) 745-35-29

www.erebusgroup.ru

Рекламная полиграфия от компании «Декарт»

Компания «Декарт» работает на рынке полиграфии с 1992 года. Мы рады предложить услуги по печати любых полноцветных работ — буклетов, каталогов,



гарантийных талонов, рекламной полиграфической продукции. Все работы выполняются качественно и быстро, принимаются заказы больших объемов и для срочного изготовления, даются консультации по макетированию.

«Декарт» занимается также производством наружной рекламы — разнообразных конструкций, органично вписывающихся в панораму города. Каждый дизайн-макет учитывает специфику района установки, его архитектурный стиль, интенсивность движения, уровень видимости и освещения, степень озеленения. Любой рекламный объект, изготовленный по индивидуальным меркам, выделяется на общем фоне, привлекая к себе максимальное внимание аудитории.

Качество, надежность, конфиденциальность — вот основные приоритеты, которые привлекают клиентов в работе с нашей компанией.

«Декарт», г. Жуковский, Спасателей д.7

тел.: (495) 556-81-11

(495) 556-10-94

info@dekartprint.ru

suvenir@dekartprint.ru

В новый сезон с компанией «Меза»



Компания «Меза» приветствует вас в новом сезоне «Подготовка к Новому Году 2015!» Выбирать подарки гораздо приятнее, когда есть из чего выбирать. И сейчас тот самый момент! В вашем распоряжении пока еще полный комплект продукции и материалов. И наш отдохнувший в отпусках коллектив с новыми силами погрузился в работу.

А чтобы работать было интереснее, мы обновили ассортимент переплетных материалов, расширили цветовую гамму натуральной кожи и издали новые каталоги по всем направлениям нашего производства.

«Меза», Москва

+7(495)258-25-64

www.meza.ru

meza@aha.ru

Производство ДЕКО Медиа разработало уникальный новый кожаный чехол для iPhone

Уникальность чехла заключается в следующем:

- гибкий кожаный клапан, позволяющий при разговоре откидывать его одной рукой;
- система встроенных магнитов позволяет закрепить клапан не только на передней, но и на задней стенке чехла iPhone;
- качественная обработка кожи на углах чехла;
- гибкость клапана, а также внутреннее его покрытие не только приятно на ощупь, но и позволяет одним движением руки стереть загрязнения на экране;
- применение в производственном цикле нескольких разновидностей клеев позволяет прочно удерживать кожу со всеми компонентами чехла;
- поскольку производство в России, то это позволяет оперативно изменять под заказ вид и конструкцию чехла.



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

Видеоизменяем полиграфию!

Компания

Promoline Group выходит на рынок аудиовизуальной рекламы с высокотехнологичной новинкой — Видеообуклетом. Встроенный в обычный полиграфический буклет или визитную карточку

ультратонкий жидкокристаллический экран становится самым эффективным методом донесения информации до потребителя. В отличие от USB- накопителей и обычной полиграфической продукции, Видеообуклет на сегодня — единственный носитель рекламной информации, к которому вы будете добровольно обращаться снова и снова, удивляясь его высоким технологическим возможностям и эффектом воздействия. Предоставляем комплекс услуг — графический дизайн, создание видеоролика, печать буклета.

Promoline Group
8 495 2254228
www.vbooklet.ru
promo@promoline.ru



Печенье с пожеланиями



«Корпорация Удачи» — компания, которая профессионально занимается выпуском печенья с предсказаниями (FortuneCookies) в России. Мы изготавливаем печенье-сувенир индивидуально под каждого клиента с разработкой логотипа, бренда и пожеланиями внутри.

Внутри каждой печеньки — предсказание. Все предсказания написаны на пищевой бумаге.

В наличии есть 10 тысяч стандартных универсальных предсказаний. Все они позитивные и подходят к любой ситуации.

Предлагаем также:

- традиционные предсказания
- пожелания (индивидуальные/бизнес/тематические/праздничные)
- тексты для акций, скидок, розыгрышей

Мы производим печенье только из высококачественного сырья, на современной роботизированной линии (США) — 20 тысяч печений в час. Непрерывно контролируются все процессы выпечки с соблюдением всех стандартов пищевой продукции и безопасности.

Печенье с предсказаниями — явление интернациональное, одинаково популярное во всех странах на всех континентах, а также прекрасное развлечение для клиентов, коллег, друзей и знакомых.

«Корпорация Удачи», Москва

Тел.: +7 (499) 140-70-03

Тел.: +7 (926) 549-73-45

www.fc8.ru

fortuna12.00@mail.ru

Готовим новогодние сувениры с осени

У нас уже много идей, хотим поделиться ими с вами.

2015 — год Овцы и Козла. Год обещает быть спокойным и добрым.

Наши ЭКО-овечки (керамика, хлопок, дерево) ручной работы помогут вашим клиентам начать год с позитива.

Уж очень они миленькие.

Презентацию с наборами к Новому году запросите у менеджеров компании zakaz@glavsurprise.ru
Главсюрприз +7 (495) 626 49 00
www.glavsurpriz.ru



Сувениры, подарки, бизнес-аксессуары

Представляем вашему вниманию каталог «Сувениры, подарки, бизнес-аксессуары». В нем собраны самые интересные предложения, с которыми компания «Оффислига ТСК» хочет познакомить вас в этом году.

Основную часть каталога занимают итальянские ручки Signum. Письменные принадлежности Signum — это широкий спектр перьевых, шариковых ручек, ручек-роллеров и карандашей. Ручки и карандаши выпускаются в стерлинговом серебре 925 пробы или в специальном корпусе из эпоксидной смолы и дополняются драгоценными камнями. Все серебряные ручки гравированы идентификационным номером производителя ценных металлов — 1776 VI.

Помимо элитных пишущих принадлежностей «Signum» в каталог вошли ручки для нанесения логотипа «Тесномолдс». Это новое направление позволит расширить список наших услуг. Теперь, если вам нужна качественная и недорогая сувенирная продукция, мы готовы выполнить любой ваш каприз. Обращайтесь! Третья часть каталога — продукция итальянской компании Filippi. В каталоге представлен большой ассортимент изделий из кожи под маркой Filippi. Покупая товары этой торговой марки, вы вкладываете деньги в качественный продукт мирового уровня. Поверьте, эти изделия из кожи не подведут.

В последнем разделе представлены изделия из натуральной кожи разной выделки. Это Бразилия, гладкая и мягкая на ощупь, Венеция — кожа с мелкими прожилками, на которой вы никогда не увидите не одной царапины, Кентукки — блестящая лакированная кожа, не оставит ее владельца равнодушным. Все изделия привлекут вас безукоризненным качеством, разнообразием вариантов, а самое главное — ценой. На все изделия легко наносить логотип ваших компаний — партнеров.

Для вашего удобства каталог размещен в формате PDF. Скачать его можно по ссылке:

<http://www.officeliga.ru/userfiles/file/Katalog-Biznesaksessuary-2014.pdf>

000 «Оффислига ТСК», Москва

тел.: (495) 642-86-77;

(499) 476-0730

www.ligasuvenirov.ru

www.officeliga.ru

eal@officeliga.ru



Рекламный и корпоративный текстиль с фирменной символикой.



Рекламно-производственная компания ООО «Наша семья» продолжает со-

вершенствовать 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

Каменные стопки для охлаждения огненной воды



Мы изготавливаем камни для охлаждения виски из ЛУЧШЕГО месторождения в мире. Soapstone

(мыльный камень, талькомагнезит) создала природа 2,5 млрд. лет назад из застывшей лавы. В нашем природном минерале содержание магнезита, отвечающего за рекордную теплоемкость, 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.

Предлагаем 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 +7 (812) 324-09-09

Санкт-Петербург

Акция на биоразлагаемые пакеты продолжается!



При заказе пакетов с логотипом из биоразлагаемого полиэтилена компания «Аэрополиграфия» бесплатно изготавливает 10% дополнительно к основному тиражу. Акция действует до 15 октября

Внимание!!! По данным комитета ООН по охране окружающей среды, от пластикового мусора ежегодно гибнет 1,5 миллиона птиц и морских животных. Биоразлагаемые пакеты абсолютно безопасны для природы!

Для наибольшего распространения биоразлагаемых пакетов компания «Аэрополиграфия-АПК» производит стандартные биоразлагаемые пакеты ПВХ по стоимости обычных полиэтиленовых пакетов.

ГК «АЭРОПОЛИГРАФИЯ»

+7 (495) 913-63-93

info@aero-pak.ru

paket@aero-pak.ru

www.aero-pak.ru

Новые дизайнерские решения из ПВХ



Компания "ФУСЬКА РУ" не стоит на месте и идет в ногу со временем!

Мы готовы предложить вам новые интересные технические и дизайнерские решения:

Изделия из ПВХ на тканевой основе — это 2D (объемные) изображения, которые методом приплавления наносятся на тканевую основу (впитывающую влагу). Возможные цвета и формы — любые, согласно макету.

Изделия с переходами цветов — это 1D (простые, плоские) изображения с выпуклыми элементами.

При изготовлении можно одновременно использовать различное количество цветов. Переходы каждого цвета распределяются неравномерно, что придает каждому изделию уникальность

Фуська.Ру +7 (863) 236 51 00

www.fuska.ru

Супертонкие цветные аккумуляторы Power Bank



Еще одна новинка от LEDD Company: супертонкие цветные аккумуляторы Power Bank под нанесение логотипа.

Представляем две новые модели внешних аккумуляторов Power Bank — Bookmark 2500 mAh и Shell 3000 mAh. Компактный размер и небольшой вес позволяют брать аккумулятор с собой куда угодно.

Если Вы хотите использовать iPad, iPhone или другие цифровые устройства по максимуму, вам необходимо иметь Power Bank при себе! Качество и стиль в ярком цветном исполнении не оставит вас незамеченным с незаменимым на сегодня гаджетом Power Bank от LEDD Company.

LEDD Company +7 (495) 646 09 08

www.usb2b.ru

www.promob2b.ru

Новое обрамление для портативного аккумулятора



Подарочная упаковка — важная составляющая успеха любого подарка. Строгая коробка из однотонного переплетного материала с благородным металлическим отблеском выглядит стильно и представительно, поэтому станет отличным обрамлением для добротного, практичного сувенира — внешнего аккумулятора «Записная книжка». Набор предлагается как основа для создания уникальных корпоративных подарков.

На корпус устройства (лицевая, оборотная сторона и корешок «блокнота») можно нанести любое полноцветное изображение с помощью УФ-принтера. Элементы брендирования на коробке выполняются методом тиснения и шелкографии. Цвет переплетного материала подбирается по желанию заказчика.

Стильная упаковка

+7(495)775-86-83

www.profsuvenir.ru

www.upakstil.ru

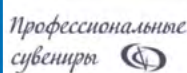
Первые участники Клуба скидок МАПП



**Скидки
действи-
тельны
для всех
категорий
участников
МАПП**

15-20%

**Компания
ООО «Стильная
упаковка»**



Скидка на мобильные аккумуляторы (power bank). Емкость от 2200 mAh до 11000 mAh, оригинальные решения — аккумуляторы в виде записной книжки, губной помады, фляги, брелка. В открытом доступе показаны розничные цены. Оптовые — доступны после регистрации компании (как оптовый покупатель) на сайте

www.profsuvenir.ru

10-20%

**Студия
3D Works**



Сувенирная и наградная продукция из стекла с лазерной гравировкой внутри и/или УФ-печатью цветных изображений на стекле. Стелы, премии, кубки, награды, памятные знаки из стекла, а также широкий ассортимент наградной продукции с индивидуальным изображением вашей корпоративной символики. Собственное производство в Москве, оперативные сроки изготовления сувениров, штат профессиональных дизайнеров.

www.3dworks.ru

25%

**Компания
«Фуська»**



Производство рекламно-сувенирной продукции и фурнитуры из ПВХ. Компания готова предложить брелоки, магниты на холодильник, браслеты, USB-флешки, подставки под горячее, нашивки и многое другое. Производство находится в г. Ростов-на-Дону.

www.fuska.ru

25%

LEDD Company



Компьютерные аксессуары, USB сувениры и подарки. Одно из преимуществ — постоянное наличие товаров на складе.

Для участников МАПП скидка на категории товара:

- USB Flash накопители;
- Внешние зарядные устройства Power Bank;
- Антискользящие коврики GECKO с нанесением логотипа.

www.leddd.ru

20%

**Компания
«ГлавПосПром»
(ООО «Респект»)**



Официальный представитель WENGER в России. Сначала это был известный всему миру армейский нож.

Теперь к нему добавились рюкзаки, дорожные сумки, чемоданы, часы и зажигалки. Отличительной чертой WENGER является высокое качество продукции, высокая надежность, multifunctionality, продуманность до мелочей, доступная цена.

Выберите свой WENGER в интернет-магазине

www.wenger-russia.ru

35%

Ручки «Салиась»



«Остров Сокровищ» предлагает участникам МАПП особые условия приобретения изде-

лий качественных металлических пишущих принадлежностей российского производства «Салиась»: — скидка на изделия 35% (стандартная скидка 25%); — товарный кредит до 1000 евро сроком на 30 календарных дней.

www.sailhas.ru

20%

**ЗАО «Компания
А-Верс»**



Только для участников МАПП! Скидка от оптового прайс-листа на блокноты, ежедневники и деловые аксессуары TM BRUNNEN, а так же скидка 20% от цен указанных на сайте канцелярских товаров.

www.brunnen.ru

www.awers.ru

«Держава мастеров»

первая Премия МАПП



Наш опыт показывает, что в России не так мало производств, как все привыкли думать, однако знают об этом немногие. Мы же хотим, чтобы отечественные производители стали узнаваемыми и почувствовали, что занимают прочное положение, а бизнес-сувенирная отрасль привлекала бы к себе еще больше внимания. В связи с этим ассоциация МАПП впервые учредила Премию, посвященную отечественному производителю рекламно-сувенирной продукции.

Условия участия

Поборются за Премия МАПП могут дизайн-студии, сувенирные компании, учебные заведения, в которых преподаётся дизайн, исследовательские лаборатории, изобретатели, профессиональные дизайнеры и студенты, обучающиеся дизайну, — одним словом, все те, кто обладает творческим потенциалом. Единственное условие — изделие должно быть отечественного производства. Если оно лишь частично произведено в России, то МАПП исходит в определении страны-изготовителя из международных стандартов: в случае, когда более половины себестоимости изделия производится в России, то оно считается по праву российским.

Премия присуждается в четырех категориях:

1. Промопродукция

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, предназначенную для массовых акций и мероприятий. Не высокая цена, универсальность потребительских свойств и творческий подход — вот основные критерии оценки в данной категории.

2. Лидер коммуникаций

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, которая имеет высокий потенциал именно как медиа, с помощью которой компании доносят до своих контактных групп свои корпоративные ценности и создают дополнительную выгоду с помощью коммуникаций. Творческое мышление, целевая точность, а также оригинальность подхода или самой продукции — вот основные критерии оценки в данной категории. Преимущество — для экологически чистых технологий и материалов.

3. Креативная упаковка

В этой категории мы будем стараться оценить упаковку не только с точки зрения её утилитарности, но, прежде всего, как сопутствующее изделие, способное умножить ценность упакованного изделия, оттенить необычным образом изделие или

даже создать более привлекательный для потребителя комплект. Фантазия, качество исполнения, цена — вот основные критерии оценки изделий в этой категории. Преимущество — для экологически чистых технологий и материалов.

4. Мастер дизайна

В этой категории предполагается оценивать дизайнерские работы как конечный продукт представляющей его компании. Поскольку любая продукция имеет в своей начальной стадии дизайнерскую разработку, в конкурсе могут принимать участие создатели дизайнерской разработки, права владения которой находятся по-прежнему у разработчика. Творческий почерк, оригинальность идеи и профессионализм исполнения — вот основные критерии оценки в данной категории.

А судьи кто?

В состав жюри вошли:

Лео Костылев,

Президент МАПП, Санкт-Петербург

Сергей Воронков,

генеральный директор ООО «ЭФ-Интернэшнл», Санкт-Петербург

Леонид Пчельников,

директор выставки IPISA Рекламные Сувениры, Москва

Евгения Лукашевич,

руководитель дирекции маркетинга, рекламы и PR ООО «ЭФ-Интернэшнл», Санкт-Петербург

Николай Попов,

директор «ПОПОВ-Дизайн» (ООО «Частная коллекция»), Пермь

Алексей Чачин,

директор компании «ГосПЕЧАТНИК», Санкт-Петербург

Александр Никитин,

директор компании «Главсюрприз», Москва

Награды и призы

В каждой категории жюри определит 3 наиболее интересные работы, которые и получают Премия МАПП. Кроме этого, между победителями каждой из категорий состоится внутреннее соревнование, в процессе которого будет определён обладатель Главной Премии МАПП — 2014. Полный список наград опубликован на нашем сайте www.iapp.ru

Торжественная церемония награждения участников Первой Премии МАПП «Держава мастеров» состоится 16 октября в рамках выставки «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление-2014», 15-17 октября, КВЦ «ЭКСПОФОРУМ», Санкт-Петербург.

Отчёт о церемонии награждения, подробные статьи о конкурсе и его участниках будут опубликованы в журналах «Профессионал РСБ» и «Лидер МАПП».

Этапы

Премия проходит в три этапа. Работы, отправленные нам в течение первого этапа, вы можете увидеть на страницах сентябрьских номеров изданий. В ноябрьских номерах появятся работы участников, которые прислали анкеты до 19 сентября, а в следующих журналах — тех конкурсантов, которые направили заявки до 5 октября.

С публикациями можно будет также ознакомиться на интернет-ресурсах МАПП и наших партнеров.

Подробнее на www.iapp.ru

МАПП благодарит за идею и разработку названия и товарного знака «Держава мастеров» Николая Попова, члена жюри, директора компании «ПОПОВ-Дизайн» (Пермь). ■



РИ ДО

15 – 17
ОКТАБРЯ 2014

КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ЦЕНТР

ЭКСПОФОРУМ
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
РЕКЛАМА. ИНФОРМАЦИЯ.
ДИЗАЙН. ОФОРМЛЕНИЕ.

- РЕКЛАМНАЯ ПОЛИГРАФИЯ · БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ · УПАКОВКА ·
- INDOOR И OUTDOOR РЕКЛАМА · ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ·
- POS-МАТЕРИАЛЫ · ИНТЕРАКТИВНАЯ РЕКЛАМА · СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА ·
- РЕКЛАМНЫЕ И PR-АГЕНТСТВА · СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ СМИ ·



+7 (812) 240 40 40

ОРГАНИЗАТОР

16+



EXPOFORUM

N.UDNIKOVA@EXPOFORUM.RU

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

генеральный
медиапартнер



Участники I-го этапа Премии МАПП «Держава мастеров»

Мы благодарим участников за поддержку Премии, интерес и оперативность.

I этап Премии МАПП «Держава мастеров». Отправлено до 31 августа 2014 года



ООО Ростр,

Саранск

www.newrostr.ru



Футляр флокированный, предназначен для упаковки подарка VIP-клиенту, выполнен из оргалита толщиной 6 миллиметров, покрыт флоком бордового цвета. На внешней стороне крышки по периметру имеется декоративный фриз. Крышка и основание скреплены между собой с одной стороны двумя металлическими петлями золотистого цвета, с противоположной стороны — металлический замок золотистого цвета. Участвует в категории Лидер коммуникации, Креативная упаковка



Стакан-неваляшка «Нас не уронишь» — инновационное изделие, на него оформлено 4 патента и одно свидетельство на товарный знак. Стакан изготовлен из высококачественного стекла по принципу «неваляшки». Эргономичная упаковка подчеркивает достоинство сувенира. Кроме слогана «Нас не уронишь» обычно наносим лого заказчика, в т.ч. и на упаковку. Участвует в категориях Промопродукция и Лидер коммуникаций.

ООО «РПК ТТС»,

Москва

www.ttsservice.ru



Блокнот-брелок из листов с клеевой полосой с рекламой заказчика, в картонной ламинированной обложке, с внешней вырубкой, имитирующей рекламируемое изделие, на разъемном кольце для крепления блокнота на связке ключей или сумке. Изделие было выполнено под заказ, является точной копией рекламируемого изделия. Участвует в категории Промопродукция.



Письменный 3D-набор выполнен из кашированного картона, содержит самоклеящийся блок для записи и блок пластиковых разноцветных закладок. Наполнение набора также может быть изменено/дополнено. Оригинальная конструкция набора придает ему эффект объемности (3D). Участвует в категории Лидер коммуникаций.

ДЕКО Медиа,

Москва

www.deko-media.ru



Кожанный чехол для iPhone 5/5S, 5 и 4/4S. Аналогов в России и в СНГ по его пользовательским свойствам нет. Гибкий кожаный клапан позволяет при разговоре откидывать чехол одной рукой, внутреннее покрытие стирает загрязнения на экране, производство позволяет изменять под заказ, цвет, фактуру, принты и другие характеристики изделия, что делает его продвинутым медиа-каналом. Участвует в категории Лидер коммуникаций.

000 Бюро проектов «Мохито»,

Санкт-Петербург

www.mojito-spb.ru



Календарь-калейдоскоп — инновационное изделие, придуманное накануне 2014 года, который ЮНЕСКО объявила годом кристаллографии, что и стало идейной основой. Лёгкость в обращении делает календарь-калейдоскоп любимой вещью, которая всегда под рукой. По окончании года останется просто калейдоскоп в красивой упаковке. Участвует в категории Лидер коммуникаций.



Бумажный пакет «Свежий каждый день» сделан самодостаточным и без наполнения-подарка. Главная задача — сохранить приятные тактильные ощущения, совместить практичность, красоту и изящество. Использованы несколько видов постпечатной обработки. Участвует в категории Креативная упаковка.



Набор праздничных сувениров ручной работы «Тёплые сны». В составе — подушечка из можжевельной стружки с расслабляющим ароматом для улучшения сна, индивидуальная наволочка из лоскутных материалов, упаковка чая, малиновый конфитюр, набор ёлочных игрушек из фетра, новогодняя открытка. Подарочная упаковка сделана из крафт-картона с сургучной печатью, почтовой маркой и ёлочными игрушками из фетра. Весь набор сделан вручную. Участвует в категориях Промопродукция, Лидер коммуникаций, Креативная упаковка.

000 «Компания Рекламные Сувениры»,

Владивосток

www.krs-vl.ru



Подарочный набор «BRAIN» — холщовый мешочек 140x200 мм со шнурком с символикой интеллектуальной игры и грецкие орехи, забрендированные с помощью тампопечати. Это не просто сувенир, а впечатление, эмоция, ассоциация. Участвует в категории Креативная упаковка.



Подарочный набор со средствами китайской медицины Жень-шень упакован в декоративный деревянный ящик с элементами фирменного стиля клиента. Дно ящика устелено соломой, в нём располагаются нефритовый массажер «Камень жизни», ситечко в холщевом мешочке, чай «Женьшеневый удун», жасминовое масло и «Китайская гимнастика» на крафт-бумаге. Набор выполнен в стилистике древнего Китая. Участвует в категориях Промопродукция, Лидер коммуникаций, Креативная упаковка.



Фирменный кубок «Красные Сапоги», выполненный в виде резиновых сапог и чемодана красного цвета, стал главным элементом корпоративной акции компании МТС «Лучший Супервайзер квартала». Кубок, подчёркивающий нелегкий труд супервайзеров, создан в единственном экземпляре по индивидуальному дизайну. Участвует в номинациях Лидер коммуникаций, Мастер дизайна.

Мастерская Экочеловеки,

Москва

www.ecocheloveki.ru



Экочеловек Мечтатель — цветочная керамика, сделанная вручную. В комплекте с Экочеловеками есть все необходимое для выращивания зеленой причёски: грунт, семена, инструкция. Нанесение логотипа подчеркнёт положительный образ компании в глазах клиента. Экочеловеки упакованы в небольшие крафтовые коробочки, при желании на них также можно нанести логотип. Участвует в категории Промопродукция, Креативная упаковка.

МАХТОММУ,

Москва

www.maxtommy-ra.ru



Салфе-календарь — удобное и практичное изделие с влажными салфетками для очистки техники в диспенсере. Располагается на рабочем столе, предполагает нанесение логотипа или изображения, использование аромабрендинга (индивидуальные или популярные ароматы), размещение QR-кода с переходом на сайт с мобильного устройства. Участвует в категориях Промопродукция, Лидер коммуникаций, Креативная упаковка.

ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ №1*

ЛАНДМАУЭР
АНДМАУЭР
ИДЕОСТЕННЫ, ВИД
ПОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМА



22-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

23—26 сентября 2014

ЧАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОБИ
ОНСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕНИ
WEB-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ,
ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПРЕ

Реклама

www.reklama-expo.ru

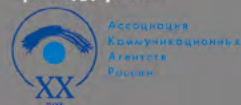
Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



Организатор:



При поддержке:



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

**XVII ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ**

ЛАДЬЯ
Зимняя сказка

17 – 21 декабря



- Экспозиция высокохудожественных произведений
- Конференции, семинары, круглые столы
- Фестиваль войлока: **“ШЕРСТИВАЛЬ”**
- Увлекательные мастер-классы для детей
- Выступление фольклорных коллективов, показы мод, конкурсы, лотереи

**ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 2**



Генеральный спонсор выставки:



Адрес: Москва, метро “Выставочная”, 1-й Красногвардейский пр-д
Тел. Дирекции: (499)124-48-10, 124-08-09 www.nkhp.ru nkhp@mail.ru

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



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

- **Powered by PSI** – организовано совместно с культовой выставкой в индустрии промосувениров
- **Большая отдача** от участия в мероприятии и инвестиций в него, как для участников, так и для посетителей
- **Тщательно подобранная** и отобранная аудитория экспонентов и посетителей
- **Высочайший уровень** предоставляемых услуг

17-19 МАРТА 2015

КРОКУС
ЭКСПО
МОСКВА

 Reed Exhibitions

ООО «Рид Ивентс»
125009, 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

WWW.IPSA.RU

International Specialized Trade Fair
Международная Специализированная Выставка



GIFTS EXPO



ПОДАРКИ

Salon

BUSINESS GIFTS, SOUVENIRS, ELITE STATIONERY

**БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ
ЭЛИТНЫЕ КАНЦЕЛЯРСКИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ**

March 16–19, 2015

Russia, Moscow

GOSTINY DVOR Exhibition Complex

16–19 марта 2015

Россия, Москва

Выставочный Комплекс «ГОСТИНЫЙ ДВОР»



Тематика салона:

- Корпоративные VIP-подарки и сувениры
- Народные промыслы
- Изделия из фарфора, хрусталя, стекла, серебра, керамики и др. материалов
- Деловая кожаная канцелярия
- Часы настольные, настенные, наручные
- Рекламная полиграфия
- Призы и награды, значки
- Новогодняя и праздничная продукция
- Подарочная упаковка
- Канцтовары



Организатор: ООО «ГИФТС ЭКСПО»

Тел.: +7 (495) 972-46-38, 972-48-31. expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com



powered by:

paperworld

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», павильон 3, зал 18



22 международная
специализированная **выставка**

**КАНЦЕЛЯРСКИХ
И ОФИСНЫХ
ТОВАРОВ**

**2–4
марта
2015**

Информационная поддержка:

ЛИДЕР

ПРОФЕССИОНАЛ

ИМИДЖ-МЕДИА
ЖУРНАЛЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

AUGUSTBCRG

**ЖУРНАЛ
КАНЦЕЛЯРИЯ**

Официальный печатный журнал
ПОЛИГРАФИЯ

**Административный
Директор**

ВЕОТНИК
Политехнический рынок

**Office
mart**
все для офиса

**ХОРОШИЙ
ЕКРЕТАРЬ**

KANST.RU

При поддержке:

АПКОР
Крокус Экспо



Официальный медиа-партнер:

officefile

Официальный интернет-партнер:

KANZGABZ.RU

Официальный информационный
партнер:

segment

Messe Frankfurt RUS

+7 495 649 87 75

paperworld@messefrankfurt.ru

Скрепка Экспо Проект

+7 495 648 91 38

Skype: skrepkaexpo
expo@apkor.ru

22-24 октября

III СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

ВРЕМЯ 2014 РЕКЛАМЫ



- Телевидение, радио, Интернет, СМИ;
- Печатные издания (газеты, журналы, корпоративные издания);
- Рекламные агентства;
- PR агентства;
- Полиграфия, наружная реклама;
- Дизайн в рекламе;
- BTL;
- Рекламно-сувенирная продукция;

встреча ПРОфессионалов



Организатор:
10 лет
Федеральное
агентство
по печати

Челябинск, ВЦ «Мегаполис»
Тел.: (351) 215-88-77, www.pvo74.ru

12+



МЯТНЫЙ ЛЕВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА РЕКЛАМЫ, ДИЗАЙНА, ПОЛИГРАФИИ

INTERNATIONAL ADVERTISING, DESIGN AND PRINTING EXHIBITION

28-31 ОКТЯБРЯ 2014 г. / г. МИНСК, пр-т ПОБЕДИТЕЛЕЙ,
20/2 (футбольный манеж)

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

РЕКЛАМОДАТЕЛИ (РУКОВОДИТЕЛИ КОМПАНИЙ, СОТРУДНИКИ СЛУЖБ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ),
РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА, ДИЗАЙН-СТУДИИ, ПОЛИГРАФИСТЫ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ,
КОМПАНИИ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЕ ПЕЧАТНОЕ, ФОТО-, ВИДЕО-, ЗВУКОВОЕ, СВЕТОВОЕ, АРОМА,
ВЫСТАВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ, СМИ.



полиграфист фестиваль рекламы фотовыставка

ВЫСТАВКИ

15 – 17 ОКТЯБРЯ 2014

ПОЛИГРАФИСТ
Печатное оборудование
Расходные материалы для
печатного оборудования
Оборудование для предпечатной и
постпечатной подготовки
Типографии, оперативная
полиграфия
Услуги (сервисное обслуживание,
продажа оборудования б/у,
кредитование и лизинг
оборудования)

ФОТОВЫСТАВКА
Фототехника
Расходные материалы для
изготовления фотографий
Программное обеспечение
Фотолаборатории и фотостудии
Дополнительные аксессуары
для фотографий и фотоаппаратов

ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ
Оборудование для производства
сувенирной продукции и
изготовления POS-рекламы
Оборудование и инструменты для
производства наружной рекламы
Материалы и комплектующие для
производства наружной рекламы
Рекламные агентства полного цикла,
дизайн-агентства, PR-
агентства, event-агентства,
BTL-агентства, маркетинговые
агентства
Рекламно-сувенирная продукция
Реклама в сети Интернет, создание
и дизайн web-сайтов
СМИ, теле- и радиореклама,
специздания, издательские дома
Учебные заведения, тренинговые
центры

VERTOL
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР EXPO

г. РОСТОВ-НА-ДОНУ, пр. М. НАГИБИНА, 30,
ТЕЛ. (863) 268-77-68; WWW.VERTOLEXP.O.RU

XVII СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА

БАЛТИК-ЭКСПО
BALTIC-EXPO
на Острове

ИНФОЭКСПО

РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**20
14**

**27-29
ноября**



РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ.
СВЯЗЬ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ.
МОБИЛЬНЫЕ СРЕДСТВА СВЯЗИ.
КАБЕЛЬНОЕ И СПУТНИКОВОЕ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ.

ВЫСТАВКА ФОТОРАБОТ

"МИР ЧЕРЕЗ ОБЪЕКТИВ"



г. Калининград,
ул. Октябрьская, 3а
inna@balticfair.com

34-11-06
34-10-95



ЛЕОНИД ПЧЕЛЬНИКОВ,
директор выставки
IPSA Рекламные Сувениры
www.ipsa.ru

5

вопросов МАПП профессионалу

1. Любое коммерческое предприятие должно постоянно обновляться. Выставка — не исключение, особенно такая, как IPSA, которая является главным бизнес-сувенирным форумом России. Какие новые проекты вы предлагаете участникам и посетителям вашей выставки в этом году?

Все нововведения, которые ждут экспонентов и посетителей IPSA в этом году, направлены на повышение интереса к выставке и укрепление её имиджа. Таких проектов у нас несколько. Так, впервые в истории выставки мы создали газету — IPSA Newsletter. Она будет распространяться по электронной подписке (всего — более 50 тысяч контактов) и на самой выставке — в печатном формате. Там будут и новинки от экспонентов, и интервью с участниками рынка, и интересные идеи; мы расскажем также и о конференции, которая пройдет в рамках IPSA. Одним словом, газета — это своеобразный гид по рекламно-сувенирному рынку и его участникам.

Ещё одно новшество — это путеводитель по выставке в удобном «карманном» формате с картой выставки, списком экспонентов и деловой программой. Кстати, впервые в истории IPSA на сайте выставки www.ipsa.ru появился онлайн-каталог экспонентов: теперь можно с помощью фильтра легко найти интересующую компанию и продукцию. Причем участники выставки IPSA могут редактировать информацию о своей компании через личный кабинет.

Если говорить ещё об интернет-проектах, то можно упомянуть социальные сети. Сегодня, на мой взгляд, они являются важной PR-составляющей, инструментом точечной рекламы, которая распространяется в геометрической прогрессии. Мы начали активную работу в Facebook, наша аудитория расширяется, это первый шаг.

Кроме того, к выставке выйдет мобильное приложение для смартфонов и планшетов, которое поможет посетителям и экспонентам лучше ори-

ентироваться на выставке и быть в курсе всего происходящего в режиме реального времени.

2. Одной из наиболее ответственных задач организатора выставки является помощь начинающим — тем, кто выставляется впервые. Что вы предлагаете «новичкам» вашей выставки? Как помогаете им удержаться и выдержать конкуренцию более опытных участников?

Этой осенью у нас рекордное количество новых экспонентов — около 70! Это уникальный шанс для посетителей как нигде ещё увидеть в одно время и в одном месте все новые предложения рынка!

К новым экспонентам мы относим тех, кто впервые будет участвовать на выставке IPSA. Осень и тех, кто участвовал более трёх лет назад. Во-первых, чтобы заострить внимание посетителей на новых экспонентах, мы будем обозначать стенды «новичков» флажками NEW. Во-вторых (и это тоже новшество), для «новичков» разработана специальная программа, включающая ряд бесплатных рекламных возможностей — новости на сайте и в соцсетях, электронные рассылки по подписчикам и специальный раздел в нашей газете. Мы отмечаем новых экспонентов специальным знаком на плане выставки, в печатном и онлайн-каталогах, а также в путеводителе по выставке. Согласно опросам, которые мы проводим регулярно, посетителям зачастую хочется новых идей и продуктов, новых тем и обсуждений в деловой программе, поэтому наша задача — не только максимально сохранить опытных участников, но и привлечь новых.

3. В Европе много бизнес-сувенирных ассоциаций и выставок. Поддерживаете ли вы с ними контакты? Считаете ли для себя нужным и полезным сотрудничество с какими-либо компаниями из своего сегмента рынка?

Нашу выставку теперь поддерживает PSI — культовый проект в индустрии промосувениров, который также организует компания Reed Exhibitions. Теперь официальное название IPSA звучит как IPSA powered by PSI — IPSA при поддержке PSI. Уверен, такое сотрудничество благотворно скажется на имидже нашей выставки и российского сувенирного рынка в Европе, позволит расширить маркетинг на международной арене и выйти на международные СМИ.





Нашу выставку теперь поддерживает PSI — культовый проект в индустрии промосувениров, который также организует компания Reed Exhibitions. Теперь официальное название IPSA звучит как IPSA powered by PSI — IPSA при поддержке PSI. Уверен, такое сотрудничество благотворно скажется на имидже нашей выставки и российского сувенирного рынка в Европе, позволит расширить маркетинг на международной арене и выйти на международные СМИ. Сейчас PSI оказывает нам информационную поддержку, делает рассылки новостей на английском и немецком языках по Европе и миру. Более того, мы обсуждаем дополнительные возможности и бонусы для наших экспонентов. Нам очень важна такая поддержка и помощь: несмотря на то, что сегодня существуют некоторые сложности в международных отношениях, более 250 квадратных метров на IPSA этой осенью займут именно иностранные компании.

4. В России также существует, по крайней мере, две бизнес-сувенирных ассоциации, а также такие, в рамках которых действуют бизнес-сувенирные секции. Сотрудничает ли ваша выставка с ними? Какие конкретные проекты они помогают вам выполнять и какие задачи они ставят перед вами?

Безусловно, мы уже давно сотрудничаем с Международной Ассоциацией Презентационной Продукции, и на осенней выставке МАПП выступит в качестве Генерального партнера проекта.

Кроме того, в этом году мы начали совместную работу с НАРСИ — Национальной Ассоциацией Рекламно-Сувенирной Индустрии.

Впервые в истории выставки мы сотрудничаем с Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР) и Российской Ассоциацией Маркетинговых Услуг (РАМУ). Обе

занимаются информационной поддержкой выставки и принимают участие в деловой программе.

5. Одним из важных инструментов современной выставки является наличие сильной деловой программы. Посетители наверняка оценят усилия организатора, если смогут не только ознакомиться с продукцией на стендах, но и получить важную и нужную для своей работы информацию от специалистов отрасли. Намечены ли такие мероприятия на выставке IPSA?

Во второй раз выставка пройдет под управлением Reed Exhibitions — мирового лидера в организации выставочных и конгрессных мероприятий, и во второй раз мы предлагаем посетителям и участникам насыщенную деловую программу. Второй раз нас поддерживает известный консультант, преподаватель Евгений Бойченко, который проведет авторскую конференцию в течение двух дней — 23 и 24 сентября. Его весенняя конференция получила множество восторженных откликов, она притянула к себе людей за счет живого общения, живых примеров, дискуссий, генерации новых идей. В этот раз экспонентов и посетителей IPSA ждет двухдневная интерактивная программа, включающая презентации, мастер-классы, круглые столы и выступления известных спикеров, среди которых Михаил Чернышев — директор по маркетингу компании Yota, Андрей Кулинич — известный тренер-консультант, и Александр Рукавишников — начальник управления маркетинговых коммуникаций департамента маркетинга ВТБ24.

Запланирована даже творческая мастерская в виде ролевой игры и тендера, имитирующего процесс заказа продукции для реально существующих компаний. Я уверен, что, как и в прошлый раз, конференция не останется незамеченной и будет иметь резонанс. ■

Во второй раз выставка пройдет под управлением Reed Exhibitions — мирового лидера в организации выставочных и конгрессных мероприятий, и во второй раз мы предлагаем посетителям и участникам насыщенную деловую программу. Второй раз нас поддерживает известный консультант, преподаватель Евгений Бойченко, который проведет авторскую конференцию в течение двух дней — 23 и 24 сентября.

Каталог Адьютант® 2015

Новые горизонты возможностей

Каталог Адьютант® 2015 — это набор возможностей и инструментов, которые мы даем в руки заказчику, позволяя ему стать создателем своего неповторимого ежедневника. Превратившись за годы в одного из крупнейших игроков корпоративного рынка ежедневников, Адьютант® сохранил идею креативной мастерской по созданию индивидуальных изделий для планирования и деловой галантереи в сегменте B2B малыми тиражами. Основной фокус новой коллекции приходится на материалы, блоки, персонализации, возможности и готовые изделия, которых стало ещё больше.



Переплетные материалы:

Каждый год раскладка переплетных материалов создается на основе анализа европейского и отечественного рынков, пожеланий заказчиков и актуальных трендов сезона, поэтому новинками коллекции Адьютант® 2015 стали:

Yuta — актуальный материал с плотной поверхностью, имитирующий льняное полотно. Приятно отметить, что современный бизнес становится всё больше ориентирован на корпоративную социальную ответственность. Компании активно поддерживают и реализуют различные программы в области охраны окружающей среды, природопользования и популяризации здорового образа жизни. Материал Yuta — ещё один способ подчеркнуть экологическую направленность в изделии.

Denim — прекрасная имитация джинсовой ткани. Теперь джинсовый стиль, один из актуальных и модных трендов в мире, доступен в коллекции ежедневников.

По многочисленным просьбам заказчиков, в материале **Nebraska** появились яркие сочные цвета — оранжевый и светло-зеленый.

В коллекции 2015 года существенно прибавилось фактурных материалов на бумажной основе производства Голландии и Германии, подходящих для полноцветной печати:

Diamond — материал с гладкой и блестящей поверхностью, передающий фактуру протеканной кожи.

Imperial — имитация хлопчатобумажной ткани.

Netral — материал с фактурой и цветом неокрашенного холста.

Tsarina — натуральный матовый шелк на бумажной основе.

Среди новинок **Simple** — самый демократичный и при этом качественный голландский материал с матовым отливом и гладкой фактурой. А также два новых цвета в материале **Tango** — светло-коричневый и черный.

Сшивки:

Новая коллекция Адьютант® насчитывает 34 стандартные сшивки, среди которых впервые появляется «Канавка» — сшивка синтетического материала и имитлина, предусматривающая резинку-фиксатор. Оставаясь верными идее конструктора, мы предлагаем только форму сшивки, а цвета материала и имитлина выбирает заказчик. Комбинируя фактуры, цвета и формы, каждый клиент получает возможность изготовить полностью индивидуальное изделие тиражом всего от 40 штук.

Коллекцию ламинированных обложек пополнила новая фактура «Бархат». Ламинат «Бархат» оставляет цвета яркими, а обложка придает приятные тактильные ощущения. Индивидуальный дизайн обложки дает неограниченные возможности для поддержания вашего фирменного стиля.

Блоки и ежедневники:

Внутренний блок по праву считается душой ежедневника. В коллекции Адьютант® 2015 представлено 6 вариантов цветовой графики блоков с прямыми и скругленными углами разных форматов, среди которых, конечно, есть новинки. Так, формат 12x17 заменен на компактный 10x16 см, а 8,5x15 см — на более универсальный 9x13 см. В последние годы неуклонно растет популярность тонированных и скругленных блоков, поэтому в линии Credo добавились недатированные тонированные блоки с золотым обрезом и без него. А в линии Sinergy появился еженедельник со скругленными углами 13x9 см. Внимания заслуживают и новые алфавитные книжки линии Freenote 15,5x21 см и 9x13 см. Двухцвет-

ная графика блока, скругленный угол и вырубка сочетаются в удобных и функциональных изделиях.

Все блоки коллекции Адьютант® отвечают требованиям качества и надежности, поэтому прошиты или собраны на пружину. Линия City — блоки со скругленными углами заподлицо с обложкой без каптала и ляссе в качестве основы крепления блока также имеют прошивку. Новинкой этой линии является датированный ежедневник в гибкой обложке формата 15x21 см.

Персонализация:

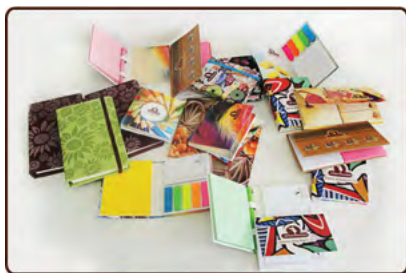
Год за годом мы увеличиваем производственные мощности, осваиваем новые технологии и расширяем парк оборудования, что позволяет нам предложить заказчику более 50 вариантов персонализации и дополнительных услуг. В этом году коллекция предлагает еще больше возможностей в виде УФ-лака для ламинированных обложек, окраски обреза блока, шильд на резинках-фиксаторах. Широкий интерес заказчиков вызвала фигурная вырубка на крышке. В настоящий момент у нас представлено 4 стандартных варианта вырубки: круг, квадрат, стрелка и замочная скважина, но мы всегда открыты для новых идей и задумок, поэтому вырубка может быть и индивидуальной.



Freestick:

FREESTICK — это принципиально новый вид изделий, который впервые появился в коллекции Адьютант®! В переводе с английского sticky — клейкий, липкий.

FREESTICK — многофункциональные наборы, состоящие из самоклеящихся блоков для записок и пластиковых или бумажных закладок в обложках из картона, ламината и синтетических материалов. Уникальность новых изделий — в возможности сочетать в обложках **FREESTICK** любые материалы и цвета коллекции, изготавливать шивки по индивидуальному дизайну, это открывает новые горизонты для персонализации. Оставаясь самостоятельным решением для воплощения бизнес-идей, **FREESTICK** достойно дополнит корпоративный набор из ежедневника, еженедельника и деловой галантереи в едином фирменном стиле заказчика.



FREESTICK с персонализацией — это отличная возможность ненавязчиво напомнить о себе партнёрам и коллегам; оригинальный бизнес-сувенир, который всегда на виду!

Самоклеящиеся блоки (stick) представлены в десяти цветах и могут быть без печати или с печатью в одну, две или четыре краски.

Тираж наборов **FREESTICK** со stick без печати — от 100 штук, со stick с печатью — от 250 штук.

Календари:

Новый раздел каталога **Адьютант®**, объединяющий изделия, без которых не обходится ни один офис, — квартальные календари на три или четыре месяца из любых синтетических материалов коллекции. На шпигеле и подложках доступны все внешние персонализации: тиснение блинтом от 100 см и фольгой, логопринт, гравировка по фольге, шильды и др. Интересным решением является календарь «Люкс», имеющий усиленный ламинированный шпигель и подложки со 100% персонализацией.

Серия Complete — готовые изделия со склада:

Понимая потребности и нужды заказчиков, мы стремимся положить на склад хиты продаж, шивки различных материалов в разных цветовых решениях и новинки каталога. На сегодня серия **Complete** насчитывает 212 позиций, среди которых — изделия из натуральной кожи и синтетических материалов разных форматов, позволяющие закрыть любую



маркетинговую потребность заказчика в области изделий для планирования.

Новинки серии Complete:

Ежедневники **Favorite**, **History**, **Elegant** — датированные и недатированные ежедневники сегмента премиум из натуральной кожи. Формат 15х21 см, материалы обложки: **Vintage**, **Luxe**, **Medea**.

Ежедневники Alaska — новая линейка готовых датированных, полудатированных и недатированных ежедневников. Формат ежедневников — 15х21 см, материал обложки — **Neon**, тиснение блинтовое от 100 см². **Neon** — единственный материал коллекции, который при блинтовом тиснении светлеет, что придает изделиям особенную выразительность.



Записные книжки FreeColor в клетку и в линейку.

Популярный материал **Nebraska** в классических цветах: черный, винный, голубой, светло-зеленый. Цвет обреза в тон резинке и петле под ручку. Форзацы и нахзацы также повторяют цвет резинки, а на нахзаце каждого изделия по умолчанию есть бумажный конверт. Доступны два формата: 10,5х16 см, 15,5х21 см.

Шивки FreeCombi: 10 новых стандартных шивок на складе. Ежедневники, еженедельники и записные книжки, комбинации различных материалов и цветов коллекции, цветная резинка-фиксатор, петля-резинка для ручки и конверт на нахзаце каждого изделия.

FreeMag: записные книжки с клапаном на магните в трех самых популярных

Новый раздел каталога **Адьютант®**, объединяющий изделия, без которых не обходится ни один офис, — квартальные календари на три или четыре месяца из любых синтетических материалов коллекции. На шпигеле и подложках доступны все внешние персонализации: тиснение блинтом от 100 см и фольгой, логопринт, гравировка по фольге, шильды и др. Интересным решением является календарь «Люкс», имеющий усиленный ламинированный шпигель и подложки со 100% персонализацией.

форматах: 9х13 см, 10,5х16 см, 15,5х21 см. Обложки записных книжек выполнены в двух разных материалах: сером **Brand** и светло-коричневом **Асего**.

Планинги Prizma. Одна из самых больших линий изделий на складе — **Prizma** — пополнилась двумя планингами: в сером и оранжевом цветах. Изделия из материала **Brand** с тиснением по корешку отлично дополняют корпоративный набор с фирменной символикой.

Упаковка:

Завершающим шагом в создании корпоративных изделий для планирования является упаковка. Коробки на одно или несколько изделий теперь закрываются на магнитный клапан и сверху могут быть покрыты цветным имитином или синтетическим материалом. Кроме того, в новом каталоге доступны 8 новых ложементов, позволяющих комплектовать наборы с флеш-картами и календарями.

Познакомиться с новинками коллекции **Адьютант® 2015**, получить новый каталог и раскладку материалов, обсудить все вопросы и пожелания можно будет на ежегодной выставке «IPSA Рекламные Сувениры. Осень-2014». Мы будем рады видеть каждого гостя 22-25 сентября в выставочном комплексе «Крокус-Экспо» на стенде С-4. ■

Ваш **Адьютант®**

Freestick²⁰¹⁵

Freestick – многофункциональные наборы, состоящие из самоклеящихся блоков для заметок и пластиковых или бумажных закладок в обложках из картона, ламината и синтетических материалов.



печать на стиках



блок на пружине

термоблок



индивидуальная обложка
(сшивка, ламинат)





**Набор ручек «Новгород»:
шариковая ручка и
механический карандаш**

Хороший ежедневник — символ успешного человека

Более семи лет Компания «Бон Карнет» производит бизнес-аксессуары и продукцию для делового планирования высокого качества под одноименным брендом «Bon Carnet». В этом году наша компания рада презентовать вам обновленную коллекцию деловой продукции, созданную с учетом современных инноваций дизайна и технологий.

К уже популярным среди наших клиентов изделиям, таким как PRESTIGE, CROCO, TIMEX LOCK, IDEA, TWILL, LOG и прочее добавились новые модели:

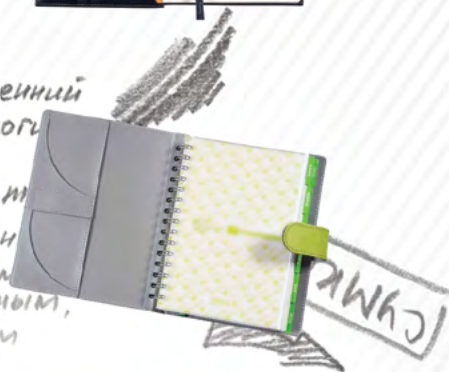
- стильный и яркий DUO для людей, идущих в ногу со временем;
- модель VOYAGE будет лучшим спутником в ваших деловых поездках;
- элегантная модель HUGO представлена своим интересным сочетанием

перламутровой обложки с ярко-синей горизонтальной резинкой и удобным хлястиком;

- бизнес — тетрадь NOTTE обязательно понравится тем, кто предпочитает удобный блок в клетку и формат А4;
- наборы AVIO и ALBA не смогут оставить равнодушными ценителей стильных и практичных изделий из натуральной кожи высшего качества.



Многофункциональные записки



Помимо широкого ассортимента готовой продукции на складе, компания «Бон Карнет» предлагает вам изготовить индивидуальные изделия под заказ. Технические оснащённость нашего производства и многолетний опыт позволяют нам реализовывать большой спектр различных опций: комбинирование материалов, в том числе «стык в стык», разнообразные виды внутренних карманов и замочков, цветная печать и тиснение на лямсе, шильды из различных материалов на резинках, цветная печать на срезе, окрас натуральной кожи, бумаги, среза по пантону и многое другое.

Мы всегда готовы к совместному творчеству с нашими клиентами.

Создавая коллекцию, мы продумывали каждую деталь, желая удовлетворить потребности своих клиентов, а возможно, и превзойти их ожидания. Вся продукция, как и прежде, отвечает высоким стандартам и уровню исполнения, начиная от разработки модели изделия и заканчивая выбором материала.

Хороший ежедневник — не просто блокнот для записей, это молчаливый, надежный и верный помощник в планировании и в достижении намеченных целей и успеха.

Создавая коллекцию, мы продумывали каждую деталь, желая удовлетворить потребности своих клиентов, а возможно, и превзойти их ожидания. Вся продукция, как и прежде, отвечает высоким стандартам и уровню исполнения, начиная от разработки модели изделия и заканчивая выбором материала.

Более подробную информацию вы всегда сможете найти на наших сайтах www.acar-group.ru www.бон-карнет.рф

000 «Бон Карнет»

+7 /495/ 636/ 27-62

+7 /495/ -979 -08-36
boncarnet@acar-group.com

ИЗ ЧЕГО ЭТО СДЕЛАНО?

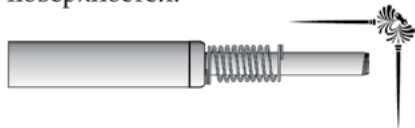
САЛАСЬ
РОССИЯ



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

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

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

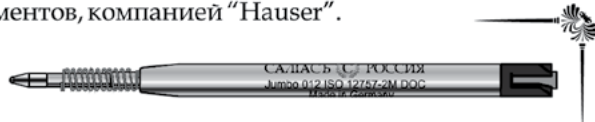


Внутри ручки расположен нажимной механизм,

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

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

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



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

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

Приобретайте у производителя в Санкт-Петербурге:

"Остров Сокровищ"

т. (812) 318-18-90

info@finndesign.ru

*Зарегистрированный дизайн. №001351134-0001



ТРАДИЦИИ • НОВАТОРСТВО • ОТЕЧЕСТВО



Энергия в камне

Полезное устройство — приятный подарок.

Представляем очередной обзор универсальных портативных зарядных устройств PowerBank, необходимых любому владельцу смартфона и планшета, которые при персонализации легко превращаются в полезные корпоративные подарки.

Новая линейка источников дополнительной энергии для любых гаджетов — внешние зарядные устройства PowerBankCobbleStone, надежные помощники в отсутствии доступа к электрической сети. Заряжают большинство мобильных устройств с USB-интерфейсом: планшеты, электронные книги, телефоны и смартфоны (включая HTC, Nokia, Samsung), MP3/4 плееры, GPS навигаторы, видеорегистраторы, игровые консоли, все поколения iPad/iPhone/iPod, различные гаджеты. Для зарядки подключаются к любым ПК/ноутбукам или зарядным USB-устройствам. Дизайн внешних аккумуляторов очень выразительный и запоминающийся — в виде галечного камня.

Линейка представлена в трех объемах:

Внешний аккумулятор PowerBank CobbleStone 2600 mAh: этого объема вполне достаточно для двух полных зарядок любого телефона или смартфона, или для одной зарядки смартфона + подзарядки любых гаджетов. Аккумулятор легкий и имеет компактный размер, что позволяет носить его с собой в кармане или в маленькой дамской сумочке.

Внешний аккумулятор PowerBank CobbleStone 5600 mAh — золотая середина, которая устроит большинство пользователей смартфонов и планшетов. Этого объема будет достаточно для трёх полных зарядок телефона или смартфона + подзарядки любых гаджетов или для подзарядки планшета.

Внешний аккумулятор PowerBank CobbleStone 8400 mAh с двумя USB-выходами, что дает возможность для зарядки нескольких устройств одновременно. Этого объема будет достаточно для полных пяти зарядок телефона или смартфона + подзарядки любых гаджетов, или для подзарядки планшета.

Функциональность, удобство, стиль — основные преимущества представленных зарядных устройств PowerBankCobbleStone. Имея такой аккумулятор под рукой в дороге, вы всегда сможете досмотреть фильм или позвонить близким людям.

Наш совет при подборе PowerBank: лучше всего выбрать аккумулятор с емкостью как минимум в два раза больше, чем емкость вашей батареи в смартфоне.

Для заказа PowerBankCobbleStone с логотипом обращайтесь к представителю — LEDDCompany

Удачных покупок и продаж,
коллектив LEDDCompany

www.ledd.su www.usb2b.ru

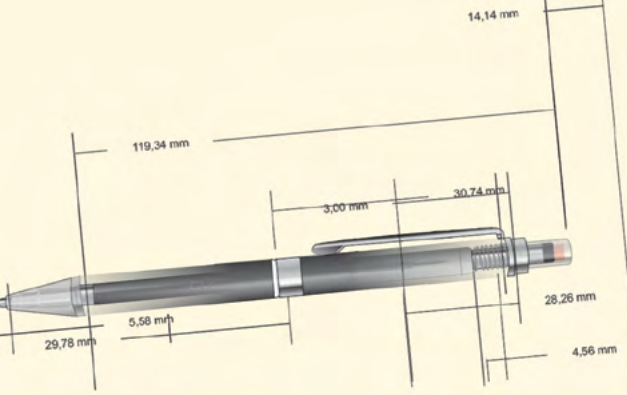
+7 495 646 09 08

info@ledd.su



Функциональность, удобство, стиль — основные преимущества представленных зарядных устройств PowerBank CobbleStone. Имея такой аккумулятор под рукой в дороге, вы всегда сможете досмотреть фильм или позвонить близким людям.





www.sailhas.ru





**ФАБРИКА ПИШУЩИХ
ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ "САЛІАСЪ"**
Санкт-Петербург,
Беловодский пер., 7а
т. (812) 3181890
info@sailhas.fi

САЛІАСЪ
РОССИЯ



Объёмные этикетки – простой способ заработать больше



Вы наверняка часто встречались с ними — привлекательными, похожими на линзу и приятными на ощупь объёмными этикетками. Возможно вы задавались вопросом, как они делаются, и сколько они могут стоить. Это проще и дешевле, чем вы могли подумать. И что самое главное, на них могут заработать как производители, так и их заказчики.



Так что же это такое — объёмная этикетка? Всё очень просто — это капля полимерной смолы нанесённая на липкую основу, чаще всего самоклеящуюся плёнку. Напечатать изображение на плёнке сейчас не проблема, ведь выбор материалов для струйной, лазерной и других видов печати огромен. Более того, существуют металлизированные плёнки, на которых объёмная этикетка смотрится особенно броско. После печати, при помощи режущего плоттера вы прорежете контур этикетки (режете до основы) и снимаете лишнюю плёнку (облой) вокруг. Важный нюанс: режущий плоттер должен вырезать контур точно в нужном месте отпечатанного изображения. Сейчас найти такой плоттер (с датчиком оптического позиционирования) легко, например, **Graphtec** выпускает такие машинки в настольном исполнении — плоттер **Portrait**, формата A4 или **Cameo**, формата A3. Теперь необходимо расположить этикетки горизонтально и нанести на них смолу. Она растечётся по этикетке, но, за счёт высокой силы поверхностного

1. Печатаем и вырезаем этикетку режущим плоттером на самоклеящейся плёнке.

2. Наносим смолу ручным дозатором и даём ей полимеризоваться 4–6 часов.

3. Объёмные этикетки готовы.

Профессионально выполненная этикетка повышает ценность товара в глазах покупателя — сейчас в этом уже никого не нужно убеждать.

натяжения, не вытечет за её край. В зависимости от типа смолы, на её полную полимеризацию требуется от 60 секунд до суток. Кроме скорости отверждения, смолы отличаются твёрдостью. Вы можете выбрать между мягкой, самовосстанавливающейся или твёрдой, как стекло, линзой. Себестоимость смолы и самоклейки невелика, поэтому норма прибыли при производстве объём-

ных этикеток может быть весьма значительной. Используя смолы с высокой скоростью отверждения, производитель может дополнительно заработать за счёт оперативного выполнения заказа, «пока заказчик пьет кофе».

Заказчик этикеток также доволен. Профессионально выполненная этикетка повышает ценность его товара в глазах покупателя — сейчас в этом уже

никого не нужно убеждать. Подводя итог, хотелось бы отметить, что процесс производства объёмных этикеток существенно упростился. Для начала работы достаточно стартового комплекта за 2000–3000 рублей. Это простая, компактная технология, не требующая больших инвестиций, но позволяющая создать достойный, востребованный потребителем продукт и заработать на этом.



Компания РуссКом-Реклама — всё необходимое для создания объёмных этикеток.

Москва, Рубцовская наб., дом 2, корпус 5
(495) 785 5809
www.masterton.ru



**ВЛАДИМИР
ВАСЮХИН,**
директор фабрики «Оружей-
никЪ» ООО «АРТ-ГРАНИ»,
Златоуст



**ЕКАТЕРИНА
ИГНАТКИНА,**
руководитель направления 3D
Works, Москва



**ИГОРЬ
СЕДУНОВ,**
заместитель генерального ди-
ректора ЗАО «Северная чернь»,
Великий Устюг



**АНАТОЛИЙ
САРТОЙ,**
руководитель департамента
маркетинга корпоративных
подарков группы компаний
«Конфазель», Москва



**СЕРГЕЙ
БАБУШКИН,**
исполнительный директор
ОАО «Павловский завод
им. Кирова», Павлово



**ЮЛИЯ
ПОМАЗКОВА,**
генеральный директор ООО
«Цвета радуги», Пермь



**АЛЕКСЕЙ
БЕЛОУСОВ,**
предприниматель, организа-
тор деловых форумов и кон-
ференций, ReWorld, Москва



**СВЕТЛАНА
МАЛОФЕЕВА,**
менеджер по маркетингу ИТ-
компаний, Санкт-Петербург

VIP-подарки

Круглый стол МАПП

Тема нашего круглого стола на этот раз — VIP-подарок. Что же является самым сложным в создании такого бизнес-сувенира, с какими проблемами приходится сталкиваться при его производстве? В чем основная ценность такого подарка, трудно ли с ним расстаться? Уместна ли аббревиатура VIP, ведь в русском языке достаточно слов, чтобы обозначить любые смыслы? Всегда ли VIP-подарок дорого стоит и почему? Изменился ли к нему подход за последнее десятилетие? С этими и многими другими вопросами мы, как всегда, обратились к производителям, поставщикам и корпоративным заказчикам. По нашей просьбе, своим экспертным мнением поделилась ГК «Круг», которая накопила значительный опыт работы в этом направлении.

МАПП: Традиционный вопрос производителям: расскажите, пожалуйста, о вашей компании. Как давно вы работаете с бизнес-сувенирами? Как начиналась эта работа?

Владимир Васюхин: Хотелось бы начать с исторических фактов: промышленно-художественное производство существует в Златоусте более 200 лет. В его основу легло холодное оружие, которое всегда являлось символом чести, мужества и благородства. По решению императора в 1815 году была создана фабрика, куда были приглашены немецкие и французские оружейники. Они обучали наших мастеров промышленному производству боевого клинкового оружия, так и искусству украшения клинков, которые служили наградным и дарственным оружием императора. При изготовлении таких изделий использовалась дамасская и булатные стали, драгоценные камни и металлы. Над ними работали профессиональные художники и мастера. Уже на то время такие работы можно смело отнести к произведениям искусства. Сегодня они хранятся во многих крупнейших музеях мира, высоко ценятся у коллекционеров. Если говорить о VIP-подарках, то Златоустовская фабрика уже в 19 веке выпускала редкие, дорогие, недоступные каждому и при этом «вечные» произведения для мужчин.

Искусно выполненная сабля Златоустовскими мастерами была предметом гордости вполне успешного человека того времени... Наш город, вероятно, один из первых центров, который смог предложить нечто уникальное в России.

Что касается компании «ОружейникЪ», то в этом году ей исполняется 15 лет. За это время мы имеем положительную репутацию у клиентов как искусные мастера и художники. Нас ценят за созданный особый стиль и высокое качество. Сотрудники уважают за комфортные условия труда, за стабильность и постоянное развитие. Наша компания входит в гильдию оружейников Златоуста. Сегодня в «Оружейнике» работает около 100 человек.

Можно сказать, что с самого начала мы имеем дело с бизнес-сувенирами, поскольку в основном наши вещи используются как представительские подарки в деловых отношениях.

Михаил Столяров: Бизнес-подарками мы занимаемся с момента образования компании в 2011 году. Проект «Гутенберг» — это результат многолетней работы и глубокого анализа сегмента редкой книги во всех ее проявлениях, особенно это касается коллекционной и подарочной литературы. Одно из главных направлений Центра «Гутенберг» — популяризация темы редкой книги и традиционного подхода к книгоизданию — к изданию книги, к «потреблению» книги как к искусству.

Игорь Седунов: С бизнес-сувенирами ЗАО «Северная чернь» работает давно. Но если раньше мы ждали, когда заказчик сам придумает идею подарка и сделает заказ, то в последние годы мы ведем целенаправленную работу в этом направлении: изучаем, когда у наших возможных покупателей события, к которым требуются подарки, например, юбилеи фирмы или руководителей, придумываем идеи подарков со

смыслом, делаем презентации. Отдача от такой работы заметна — за последние несколько лет объем изготовленной продукции по спецзаказам увеличился в разы.

Анатолий Сартый: Группа компаний «Конфазель» работает с 2001 года, в нее входят производственная фабрика шоколадных подарков, федеральная сеть бутиков в 12 регионах России, направление корпоративных подарков к различным праздникам, в том числе, профессиональным.

Екатерина Игнаткина: Наша компания работает на рынке сувенирной продукции с 2005 года. Методом проб и ошибок мы поняли, в чем нуждаются и чего не хватает российским клиентам. Поэтому сегодня мы предлагаем широкий ассортимент сувенирной и наградной продукции, которая приятно удивит любого, даже самого взыскательного клиента.

Сергей Бабушкин: Наша компания начала разрабатывать направление бизнес-сувениров около 10-15 лет тому назад. Начинаясь эта работа с изготовления тематических серий изделий, приуроченных к различного рода мероприятиям (совещания, конгрессы, симпозиумы и т.д.).

МАПП: Давно ли вы работаете именно с VIP-подарками? Что подвигло вас развивать это направление?

Игорь Седунов: Наверное, не сильно погрешу против истины, если скажу, что VIP-подарками мы занимались всегда. Нашему промыслу более 330 лет, предприятие начало работу более 80 лет назад, и все это время одним из основных направлений деятельности было изготовление изделий на заказ для «очень важных персон». Художественно оформленное изделие из драгоценного металла само по себе всегда можно считать VIP-подарком.

Екатерина Игнаткина: Да, уже достаточно давно. В сфере изготовления бизнес-подарков мы работаем с 2005 года, и можно сказать, что наша компания стояла у истоков формирования российского рынка производителей бизнес подарков VIP-уровня. Мы не планировали развивать направление именно VIP-подарков, просто хотелось делать интересные и качественные сувениры. И уже потом сложилось, что одним из сегментов нашего производства стали VIP-сувениры.

Сергей Бабушкин: С VIP-подарками мы плотно стали работать около 5 лет назад. К развитию этого направления нас подтолкнула найденная у клиентов потребность в таком виде подарков из нашей номенклатуры.

МАПП: Вопрос всем участникам круглого стола. Аббревиатура VIP расшифровывается и переводится на русский как «очень важная персона». Считаете ли вы удачным использование этого термина для обозначения важных подарков? Ведь в русском языке достаточно слов, чтобы обозначить любые смыслы, и даже более удачно, чем в английском, где, например, нет падежей. Важно ли с вашей точки зрения найти своё, русское имя для особенно важных подарков?

Сергей Бабушкин: Считаю, что любое неоправданное заимствование совершенно ни к чему. У нас самый богатый и к тому же могучий язык, в котором можно без особого труда найти определение многим вещам. За чистоту русского языка ратовал, в том числе В.И. Ленин, приводя в пример заимствованное слово «дефект», вместо которого можно спокойно употреблять «недостаток».

Михаил Столяров: А в дореволюционной России существовал термин «подносной», то есть сделанный для подношения важному лицу (например, «подносной экземпляр книги»).

Алексей Белоусов: Английский язык знают сегодня очень многие, поэтому термин можно и оставить для подчеркивания важности. В моем понимании «персона» становится «очень важной» тогда, когда способна принести много пользы окружающим её людям. Как правило, такие люди скромны и не позволяют другим подчеркивать свою важность, так как делают своё дело не ради почёта и уважения, а исходя из сущностного проявления. Хотя несомненно и то, что русский язык глубже других языков способен

передавать смыслы. Так как подарок служит ключом к активизации всего самого лучшего в том, кому он преподносится, немаловажно и то, как он называется.

Анатолий Сартый: Для нас нет очень важной персоны — важны все, потому что мы дарим настроение совершенно разным людям в разных компаниях. «На все случаи жизни» — это наш слоган. И если человек получает удовольствие, то наша цель достигнута.

Екатерина Игнаткина: В нашем языке очень много обозначений, заимствованных из английского языка, особенно много их в бизнес-среде. Возможно, было бы и неплохо со временем перейти к русскому обозначению VIP-подарков, тем более, совершенно согласна, в нашем языке очень много более точных, емких и ярких слов и фраз для обозначения этого явления. Но пока английский вариант привычнее и удобнее.

МАПП: VIP-подарок: что это, по-вашему?

Владимир Васюхин: Мне не очень нравится этот термин. В нём заложен конфликт, на мой взгляд, между западным и нашим восточным пониманием смысла подарка. Я использую в своей практике такое понятие как «символ», скрепляющий отношения между людьми.

Екатерина Игнаткина: Важный подарок для дорогого человека. Причем «дорогого» не в плане «затратного» или «дорогостоящего», а в плане значимого человека, которого хочется подарком порадовать.

Михаил Столяров: Это предмет, который должен отличаться уникальными свойствами. И — желательно — возможностью индивидуальной доработки (упоминание имени, выбор любимого цвета и т.п.)

Игорь Седунов: Это может быть что угодно. Основные требования к VIP — подарку — качество, уникальность, оригинальность. Истинный VIP — подарок должен создавать впечатление того, что он специально создан именно для конкретного человека.

Сергей Бабушкин: VIP-подарок — это качественно изготовленный продукт, отличающийся оригинальностью дизайна и имеющий какие-то отличия от серийного изделия (ограниченность серии, дополнительная отделка и т.д.).

Алексей Белоусов: Для меня VIP — подарок — это прежде всего красота. Это такой продукт, который помогает мне или его получателю подняться на новый уровень созерцания художественной или функциональной красоты.

МАПП: Вопрос корпоративным заказчикам. Как часто вы заказываете VIP-подарки? Для кого и по какому случаю это происходит? Как вы считаете, сейчас такой вид подарков более популярен, чем в прошлые годы? С чем это связано?

Светлана Малофеева: Как правило, мы заказываем VIP-подарки к Новому году, чтобы поздравить самых дорогих и важных клиентов и партнеров. В течение года такие случаи происходят единично, как, например, день рождения директора фирмы-партнера или клиента. Актуальность таких подарков не меняется с годами в нашей компании, потому что всегда хочется

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ ГК «КРУГ»

О продажах эксклюзивной продукции на корпоративном рынке

Здесь есть целый ряд вопросов. Часто менеджеры рекламного агентства, приходя в отделы рекламы и маркетинга корпоративных клиентов, слышат о том, что vip-продукцию компания не заказывает, и уходят, решив, что сделали все возможное. Но они не учитывают, что если в эту компанию поставляют много бизнес-сувениров, то и VIP-подарки руководство обязательно дарит, обратное просто исключено. Соответственно, подарки закупаются, но делают эти закупки другие люди. Руководитель не ставит таких задач перед отделом рекламы, он находит среди сотрудников кого-то близкого по духу, вкусу, уровню кругозора и ставит перед этим человеком конкретные задачи. А этот человек не знает, где купить vip-подарок, он уверен, что рекламные агентства предлагают лишь бизнес-продукцию, а рекламные агентства, в свою очередь, уверены, что эксклюзивные подарки компания не использует и не закупает, так как запросов от отдела маркетинга нет. Получается разрыв цепочки. Но как только менеджеры рекламного агентства понимают, что заказ vip-продукции идет по другой артерии и находят того самого человека, они показывают ему каталоги и получают совершенно иной отклик.

Следующая проблема в продаже эксклюзивных подарков — отсутствие знаний и компетенции у менеджеров рекламных агентств. Они начинают продавать vip-подарки, им кажется, что достаточно положить каталог перед заказчиком, но тонкостей продукции они не знают и на вопросы ответить не могут. Конечно, промосуvenirы продавать проще, но многим даже в голову не приходит, что для продажи vip-подарков надо получать знания. Поэтому мы проводим для дилеров обучающие семинары, которые позволяют понять принципы продажи, философию подарка...И, наконец, третий фактор: не все руководители рекламных агентств понимают, что не может один и тот же человек продавать и бизнес-сувениры, и VIP-подарки. Если есть хоть один специалист, который знает концепцию vip-продукции, все бренды, все изделия и занимается только этим, то он может быть экспертом в любой организации и для любого заказчика, и это окупается.

Итак, если подытожить, есть три кита продаж эксклюзивных подарков: понимание, по каким артериям идут закупки, общая компетенция и подготовка менеджеров, выделение одного или нескольких специалистов на это направление. Хотелось бы добавить, что и сайты для vip-подарков и бизнес-сувениров обязательно должны быть разные.

сохранить и продлить дружеские отношения, а иногда и восстановить, такие подарки помогают наладить потерянный контакт и решить возникшие проблемы и недоразумения.

Алексей Белоусов: Заказываю часто. Но для меня каждый подарок является важным и поэтому должен соответствовать высокому названию. Заказываю для разных людей, а иногда дарю подарки без повода, по желанию сердца. Ведь недаром говорится, что человек получает большее удовольствие когда отдает, чем когда принимает. Потому что если мотив дарителя искренен и чист, то в человеке проявляется нечто настоящее и божественное. А люди, акцентированные на себя, не имеют радости и покоя, ибо идут наперекор законам мироздания. С моей точки зрения, VIP-подарки набирают свою популярность. В нашем обществе это связано с двумя факторами. Во-первых, это расширение понимания концепции красоты и желание распространять её, а во-вторых, это желание приобрести расположение тех, кому они преподносятся.

МАПП: Как вы считаете, современный: заказчик VIP-продукции: кто это?

Юлия Помазкова: Сегодня, как и всегда, заказчиками vip-продукции остаются директора крупных компаний, заводов, а так же иностранные партнеры наших клиентов. VIP-подарок — это подарок, который стоит недешево, поэтому его целевая аудитория так и остается на самом высоком уровне.

Михаил Столяров: Это руководитель или помощник руководителя, частные лица, редко агентства.

МАПП: Вопрос производителям. С кем вам удобнее работать — с сувенирными компаниями (поставщиками), рекламными агентствами или корпоративными заказчиками?

Анатолий Сартой: У нас не ставится такой вопрос — с кем удобнее. Работаем с людьми, пытаемся к каждому найти индивидуальный подход, как, например, если бы в дорогом бутике с вами работал персональный консультант.

Екатерина Игнаткина: Нам удобнее работать с конечным корпоративным клиентом, который знает, чего он хочет и/или может донести нам идею (цель) своего заказа/задумки.

Михаил Столяров: Удобнее всего работать с первыми лицами компаний, мы лучше понимаем друг друга.

Сергей Бабушкин: Не хотелось бы кого-то выделять. Мы готовы к любому взаимовыгодному сотрудничеству.

МАПП: Вопрос корпоративным заказчикам. Вы заказываете VIP-подарки напрямую у производителя или предпочитаете рекламное агентство (поставщика)? Какими критериями руководствуетесь при выборе?

Алексей Белоусов: В моем случае всё зависит от наличия времени для подготовки подарка. Руководствуюсь при выборе подарка несколькими критериями: полезность, художественная эстетичность, уникальность, соответствующая подарку стоимость. Как общество мы еще не совсем дозрели до предоставления определения цены подарка или другого продукта самим покупателем, поэтому часто стоимость бывает завышенной. Ведь главной целью производителей или поставщиков является прибыль, а не распространения красоты. Я не призываю к тому, чтобы полностью изменить ценообразование на предлагаемое выше, но думаю, если бы производители выделили небольшую часть продукции под подобную концепцию, то вскоре были бы удивлены не только ростом спроса от благодарных покупателей, но и количеством заработанного таким образом. Конечно, меру нужно соблюдать во всём, но правила приобретения VIP-подарков могут вполне регулироваться вместе производителем и покупателем.

Светлана Малофеева: При выборе поставщика для меня очень важное влияние оказывает информация на сайте и первый контакт. Если на мой запрос отреагировали, вежливо и четко проконсультировали, сделали подборку, то я выберу именно эту компанию, даже если цена будет немного выше. Как правило, мы

УНИКАЛЬНЫЕ БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ

*из серебра
с черневым декором*



ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «ВЕЛИКОУСТУГСКИЙ ЗАВОД «СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ»

www.sevchern.ru

пользуемся услугами агентств, но если удастся выйти на производителя и их качество общения удовлетворяет запросам (вежливость и качество консультаций), конечно, заказываем напрямую у производителя.

МАПП: Что же для поставщиков является основным критерием при выборе производителя?

Юлия Помазкова: Любой VIP-подарок обычно преподносится клиентам высокого уровня, директорам крупных компаний и заводов, иностранным партнерам. Этим людям сложно удивить, а также они очень внимательны к качеству. В связи с этим для нас основным критерием выбора является качество продукции, а также ее реализация, будь то нестандартный подход или новинка в той или иной интересной для клиента сфере (в зависимости от задач, которые ставит клиент). Важным моментом является гибкость производителя, тот момент, когда он готов адаптировать свой продукт под нужды клиента, готов вносить корректировки, идти навстречу. Затем нужно всегда помнить, что любой подарок начинается с упаковки. Часто производители, делая акцент на самом продукте, забывают об этом или не уделяют упаковке должного внимания.

МАПП: Вопрос производителям: назовите, пожалуйста, ваши основные преимущества с точки зрения создания VIP-подарков?

Игорь Седунов: В технологическом процессе при изготовлении изделий ЗАО «Северная чернь» до 80% составляет ручной труд. Изделия долгие годы и века изготавливаются по традиционной технологии. Соответственно, у нас есть возможность учесть пожелания заказчика и как-то изменить серийное изделие или создать что-то совершенно новое. При этом не следует думать, что у нас кустарное производство. На предприятии 100% контроль качества выполнения изделий, в том числе и всех ручных операций. По отзывам всех наших партнеров, а это, в основном, ювелирные сети и отдельные магазины, ЗАО «Северная чернь» всегда славится высоким качеством продукции. Еще одно преимущество — разнообразие ассортимента. Предприятие только серийно выпускает более 1000 наименований изделий стоимостью от 100 до 1000000 рублей. А учитывая, что при изготовлении используется метод творческого варьирования, можно сказать, что каждое наше изделие уникально.

Анатолий Сартыйо: Наше главное преимущество в том, что весь процесс с момента создания концепции подарка и до его производства проходит исключительно на нашей территории. У нас есть подразделение «Модный дом», где разрабатывается дизайн, изучаются современные тренды, психология, цветовые предпочтения.

Сергей Бабушкин: Наверное, самым главным нашим преимуществом является практичность наших подарков. Помимо своих эстетических качеств наши изделия могут использоваться в повседневной жизни, кстати, еще и каждодневно напоминая о том событии, по поводу которого

этот подарок был сделан.

Екатерина Игнаткина: Широкий ассортимент стеклянных форм и заготовок, многообразие вариантов исполнения подарков, сроки изготовления, гибкость в работе с заказчиком, приемлемые цены.

Михаил Столяров: Разнообразие и гибкость. Наша продукция — эксклюзивные книги — обладает бесконечным потенциалом для придумывания чего-то нового.

МАПП: Какую долю в общем объеме производства вашей компании занимают VIP-подарки? Сколько человек занимается этим направлением? Возможно, для него создан специальный отдел?

Игорь Седунов: Многие изделия из нашего серийного ассортимента могут быть отличными VIP-подарками. Поэтому трудно точно подсчитать долю VIP-подарков в обороте нашего предприятия, так как не всегда можно понять, для себя ли купил изделие покупатель или в качестве подарка. Но в любом случае эта доля очень велика. В рекламе наших изделий мы используем слоган «Серебро — лучший подарок». Если говорить о продукции, изготавливаемой по спецзаказам, то ее доля доходит до 10% от общего объема выпускаемой продукции. Выполнение спецзаказа — обычно это коллективный труд отдела сбыта, отдела маркетинга, отдела художников, экспериментального участка и других сотрудников. Специального отдела у нас нет.

Владимир Васюхин: Всю нашу продукцию мы позиционируем как символы, укрепляющие деловые отношения. Так как мы производим индивидуально для клиента, красиво и с использованием драгоценных металлов, то конечно наша продукция очень востребована в качестве подарка. Это те вещи, которые вручаются на эффектной церемонии, и мы стремимся, чтобы они заняли рабочее место человека, а он бы гордился не предметом, а статусом, которого он удостоен. Как правило, изделия, которые мы производим, вручаются за особые заслуги, свершения, выдающиеся результаты. Кроме этого, мы производим украшенное оружие, символ храбрости и мужества, а также налажен небольшой серийный выпуск функциональных ножей, но с тщательной отделкой. Такие приятно дарить и жаль будет потерять.

Сергей Бабушкин: В общем объеме такие подарки занимают небольшую долю, да это и естественно, иначе бы это стало очередным массовым производством. Изготовлением их занимается небольшая группа людей, разработки делают наши специалисты из художественно-творческой лаборатории.

Анатолий Сартыйо: Корпоративными подарками в нашей компании занимаются около 100 человек, я имею в виду полный цикл — от дизайна до производства.

Михаил Столяров: Компания небольшая, специализируется полностью на VIP-подарках.

Екатерина Игнаткина: Изготовление VIP-подарков занимает основную долю в нашем производстве. Этим направлением занимается целый отдел.

МАПП: Скажите, что самое сложное в создании VIP-подарков?

Михаил Столяров: Держать планку. Никогда не допускать халтуры.

Анатолий Сартыйо: Все сложно. Легких моментов нет вообще. Нужно всегда иметь в виду психологический настрой заказчика, предпочтения рынка. Он очень динамичен и похож на рынок моды — что-то нравится и будет продаваться, а что-то — нет...

Владимир Васюхин: Самое сложное — идея, оригинальная концепция вещи, описывающая событие, при котором вручается подарок. Этот предмет должен быть простым и элегантным, вызывать положительные эмоции и решать свою задачу. Заказчик приходит с определенной информацией, и чаще всего не знает, чего он хочет — мы можем предложить готовое решение индивидуализировав существующий ассортимент. Но гораздо сложнее, когда создаем индивидуальные вещи: надо понять, какого результата хочет добиться заказчик, предложить образ предмета,



Набор письменный «Черное золото»

WWW.ОРУЖЕЙНИКЪ.РФ www.oruzheinik.ru www.1kg-gift.ru

ЧЛЕН ГИЛЬДИИ МАСТЕРОВ - ОРУЖЕЙНИКОВ ЗЛАТОУСТА

Авторские права защищены и принадлежат ООО «Арт-Грани» ТМ «ОРУЖЕЙНИКЪ»

Полное или частичное использование изображений запрещено и производится с письменного разрешения владельца

вызывающего определенные эмоции. В таком случае главное — выслушать клиента и предложить идею, которая бы его удовлетворила, а дальше уже проще.

Игорь Седунов: Высший класс при создании VIP-подарка — сделать так, чтобы вещь была и функциональной, и выглядела шикарно. Такие подарки приятно и дарить, и получать, в отличие от безделушек, которые поставил на полку или положил в ящик и забыл.

Екатерина Игнаткина: Угадать с той самой идеей, которая очень важна в VIP-подарке.

Сергей Бабушкин: Самое главное в создании VIP-подарков — держать уровень качества во всех его элементах (сами изделия, упаковка и т.д.) и быть креативными в вариациях.

МАПП: Расскажите, пожалуйста, об основных технологиях производства бизнес-подарков VIP-класса, которыми вы пользуетесь. Является ли процесс изготовления ручным или частично ручным? Сколько времени уходит на изготовление таких подарков? Есть ли какие-то секреты производства или легенда, связанная с их изготовлением?

Владимир Васюхин: Мы владеем практически всеми технологиями, которые используются при художественной обработке металла — механиче-

ская обработка металла, гальванические покрытия, художественное литье, ковка, штамповка, резьба по металлу и так далее. На 90 процентов это ручной процесс, в зависимости от сложности изделия на его изготовление может уходить от двух недель до трех месяцев непрерывной работы. В компании большой штат сотрудников, около 30 специальностей, и над каждым изделием работает от 10 до 15 человек.

Екатерина Игнаткина: Лазерная гравировка внутри стекла и/или УФ-печать на стекле. Сочетание этих технологий делает памятный сувенир необыкновенным. Объемная лазерная гравировка, играя, занимает внутреннее пространство в стекле, а цветная картинка дополняет и создает эффект законченности и лаконичности. В основном у нас механическая работа. От проектирования сувенира в специальной программе до изготовления задуманного на лазерном или печатном оборудовании. Но, что очень важно, люди, работающие над сувениром на всех этапах его создания, по-настоящему вкладывают душу в каждый подарок, без этого наши сувениры не были бы столь необычными и неповторимыми. Время изготовления VIP-подарков — очень тонкий вопрос. Все зависит от задумки, которую надо воплотить в жизнь. В среднем на изготовление одного подарка уходит от трех часов.

Игорь Седунов: Срок изготовления изделий в зависимости от их сложности составляет от одного до нескольких месяцев. А что касается легенд... Учитывая, что промыслу 300 с лишним лет, их так много. Ну, например, в 20-30-е годы XX века весь промысел находился на грани забвения, секретом технологии владел всего один человек — Михаил Павлович Чирков. Представляете, что было бы, если бы у него не хватило энергии и терпения возродить

промысел? Не было бы ни предприятия численностью более 400 человек, ни VIP-подарков из серебра с черневым декором, ни этого интервью!

Михаил Столяров: Процесс интеллектуально заряженный, частично ручной, полный цикл производства от замысла до осуществления занимает в среднем 1 год, бывает 6 месяцев, иногда до 5 лет. Секретов и нюансов множество. Легенду можно рассказать практически о каждом созданном продукте.

Сергей Бабушкин: Безусловно, в технологии изготовления VIP-подарков ручной труд используется больше на стадии декоративной отделки изделий. Сроки изготовления зависят от комплектности подарка, так как три предмета изготовить гораздо быстрее, чем набор из 24, 30, 47 и более предметов.

МАПП: На основе каких материалов вы создаете VIP-подарки? Это отечественные или зарубежные материалы? Зависите ли вы от зарубежных поставок?

Екатерина Игнаткина: Мы делаем подарки и сувениры из стеклянных форм методом нанесения на них лазерной гравировки и/или УФ-печати цветных изображений. Расходные материалы, с которыми мы работаем, зарубежные. Но само производство находится в Москве. Мы заранее готовимся к «высокому» сезону, поэтому у нас всегда есть что предложить заказчикам.

Игорь Седунов: Основой любого изделия ЗАО «Северная чернь» является серебро 925 пробы. Мы закупает гранулы чистого серебра на российских аффинажных заводах, легируем серебро до 925 пробы. В нанесенный граверами рисунок впаляем чернь — сплав металлов. Состав и способ приготовления черни — коммерческая тайна, защищенная патентом. Кроме того, могут быть использованы вставки из разных материалов: драгоценные камни, финифть, клинки для ножей и т.д. В основном все сырье и материалы отечественного производства.

Владимир Васюхин: Если говорить о клинково-м оружии, то используются отечественные сталь и цветные металлы (в том числе, драгоценные). Ювелирные камни могут быть и азиатского происхождения, также бывает, что используем зарубежное дерево, если речь идет о ценных породах, которые у нас не произрастают, например, венге, эбен или палисандр.

Михаил Столяров: Дизайнерские бумаги, кожа для ручного переплета, печатное оборудование и расходники зарубежного производства. От зарубежных поставок зависим.

Сергей Бабушкин: Используемый нами материал — это пищевая нержавеющая сталь и серебро 925 пробы. Сталь мы закупает за рубежом и формально от поставок мы зависим, но, к счастью, пока никаких срывов не было. Серебро же мы покупаем у отечественных производителей и проблем с этим не испытываем.

Анатолий Сартыйо: В нашем производстве используются и отечественные, и зарубежные материалы. Но это не главное, потому что сначала продумывается концепция, а потом уже идет поиск материалов. У нас художественный подход, а сам бизнес похож на индустрию моды.



www.krugcorp.ru

МАПП: С какими проблемами вы чаще всего сталкиваетесь при производстве бизнес-подарков VIP-класса?

Екатерина Игнаткина: В самом начале нашей работы на рынке сувенирной продукции основной проблемой была логистическая проблема. Не всегда успевали к высокому сезону доставить наиболее востребованные стеклянные формы. Сейчас эта проблема решена, и к приближающемуся Новому году мы во всеоружии.

Игорь Седунов: Наверное, самая основная проблема для нас — это срок изготовления. Очень часто заказчику надо все «вчера», а у нас технологический цикл не менее месяца.

Анатолий Сартыйо: Проблемы всегда бывают, из последних — эмбарго на поставки европейских продуктов, повышение цен. Зачастую это ложится на плечи клиента, но мы стараемся, чтобы негативные явления не сильно по нему били.

Михаил Столяров: Непонимание исполнителями (сотрудниками, смежниками и проч.) того факта, что подарок VIP-класса требует особенного подхода.

Сергей Бабушкин: Сталкиваемся с проблемой неравномерности заказов по году, как говорится, «то пусто, то густо».

МАПП: Всегда ли VIP-подарок дорого стоит и почему?

Владимир Васюхин: Стоимость подарка складывается из ценности материалов, работы и идеи. При этом идея может быть дороже, чем все остальное. В нашей стране есть потребители каждой из этих составляющих. Кому-то важно, чтобы были дорогие материалы, кто-то ценит высокое искусство исполнения, наиболее искусственным ценны идея и мастерство. Подарок должен символически отражать суть какого-либо события или явления, будь то бизнес-встреча или подписание договора, и сами по себе материалы здесь не очень важны. То есть, на мой взгляд, стоимость могла бы быть не очень важна... Однако на деле часто бывает так, что выделяется бюджет не ниже определенной цифры и его надо освоить. Для производителя это благоприятная ситуация.

Игорь Седунов: Конечно, VIP — подарок не может быть очень дешевым. Но разброс цен VIP-подарков может быть очень большим — от нескольких тысяч до нескольких сотен тысяч рублей. На примере нашей продукции — в качестве относительно недорогого подарка может быть изготовлен значок или сувенирная медаль из серебра с черневым рисунком (с логотипом, вензелем или даже портретом), а дорогим подарком может быть кубок, ваза, самовар или картина, выполненная на серебре в технике чернения по серебру.

Екатерина Игнаткина: Нет, не всегда. Очень часто дорогим в денежном плане подарком богатого и успешного человека уже не удивить. Ведь у таких людей все самое модное и дорогое

обычно уже есть. А вот какой-то необычный подарок может по-настоящему обрадовать и запомниться надолго, как и даритель. Поэтому в VIP-подарке очень важна идея, ну и, конечно, очень важно учитывать интересы того человека, для которого этот подарок создается.

Михаил Столяров: Такой подарок всегда дороже своих «неподносных» аналогов, так как затраты на его создание выше, а ликвидность непредсказуема.

Анатолий Сартый: Это вовсе не обязательно дорогой подарок, его оценивает не тот, кто дарит, а тот, кто воспринимает. Возможно, кому-то открытка будет очень дорога — зависит от восприятия. Мы же стараемся узнать и понять это восприятие. У нас есть подарки бизнес-класса и премиум-класса, отличаются они материалами и упаковкой, а шоколад везде одинаков, за его качество ручаемся.

Сергей Бабушкин: Мы считаем, что VIP-подарок должен стоить дороже из-за большего количества труда, затраченного на его изготовление. Понятия же «дорого» или «дешево» — они относительны. Каждый находит себе товар по финансовым возможностям.

МАПП: Вспомните, пожалуйста, самый дорогой и самый дешевый VIP-подарок в вашей практике. Вы могли бы назвать цифры?

Юлия Помазкова: Самый дорогой подарок в нашей практике — это брендовая итальянская ваза лимитированного тиража стоимостью 150 000 рублей. Самый дешевый подарок — коллекционные акции компании МММ стоимостью 1 рубль.

МАПП: Вопрос корпоративным заказчикам. От чего ваша компания отталкивается при выборе подарка — бюджет, идея...?

Алексей Белоусов: На выбор подарка влияет совокупность нескольких факторов. Прежде всего, личность того, кому собирается сделать этот подарок. Затем идея, с помощью которой собираемся поднять этого человека на ещё больший уровень ощущения прекрасного, что бы его творческий потенциал смог раскрыться полнее. И только после этого финансовый вопрос. Ведь что может быть лучше, чем возможность быть участником проявления божественного потенциала, заложенного в каждого из нас, и какими деньгами это можно оценить?! Контакт «Личности с Личностью» — это событие в вечности.

Светлана Малофеева: При выборе подарка отталкиваемся первоначально от идеи, потом пытаемся свою идею «вложить» в определенный бюджет. Бывает так, что идея отличная, но просчитав стоимость, понимаем, что бюджет не тянет, вот тогда и начинается самое интересное...

МАПП: Вопрос производителям. Существуют ли какие-то требования к заказчику? Что он должен знать и иметь при себе, заказывая VIP-подарок? Работают ли у вас дизайнеры или заказчик приносит готовый эскиз? Что для вас предпочтительнее?

Сергей Бабушкин: Если заказчик приносит свой эскиз, то мы лишь смотрим на предмет технологичности его изготовления, так как иногда желание «сделать красиво» противоречит возможности сделать это качественно в принципе. Предпочтительнее, с точки зрения экономии времени, работать с приносимыми эскизами; во-первых, потому что понятно желание клиента, а во-вторых, сделать небольшие исправления всегда легче, чем создавать что-то «с нуля».

Игорь Седунов: Основное требование к заказчику — платежеспособность. Специальные заказы изготавливаем только после получения задатка. Ведь для изготовления изделий используются драгоценные металлы, которые стоят очень дорого, а также ручной труд, который нужно оплачивать независимо от того, продано изделие или нет. А идею подарка мы готовы обсуждать с каждым отдельным покупателем. В создании изделий по спецзаказу при-

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ ГК «КРУГ»

В рекламных агентствах, руководители которых обучаются в нашем Институте Корпоративных Продаж (ИКП) и берут информацию на вооружение, оборот увеличивается на 30-40% процентов. Причем эксклюзивную продукцию продавать приятно — она творческая, она абсолютно неконкурентна, а вот в бизнес-продукции конкуренция огромна. Более того, у любой сувенирной компании есть примерный потолок по объему продаж, плюс-минус он всегда одинаков, тогда как в продаже vip-подарков такой планки просто не существует — можно сделать вдвое, втрое больше. Спрос на эксклюзив резко превышает предложение, просто предложение должно быть грамотное, заказчики соскучились по грамотному позиционированию.



**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.



нимает участие творческий коллектив предприятия, среди которых есть именитые художники, дизайнеры.

Михаил Столяров: Главное, чтобы заказчик пришел. Мы придумываем концепт в ходе обсуждения, просматривая образцы и беседуя о цели заказа. Предпочтительнее, когда дизайн делаем мы.

Анатолий Сартыйо: Требований к заказчику нет, мы никогда не отказываемся от заказа. Он может озвучить идею, и тогда рассматриваем ее, обсуждаем, стараемся понять его желания. Чтобы было хорошо ему и, соответственно, — партнерам. Бывает, клиент не всегда может точно сформулировать задачу, в таком случае пытаемся распознать желание, иногда выезжаем к нему и беседуем, набрасываем вместе эскизы.

Екатерина Игнаткина: Основные требования — это желание получить красивый памятный сувенир. У нас есть штат профессиональных дизайнеров с креативным подходом к каждому заказу.

Владимир Васюхин: Наша компания изготавливает индивидуальные символы, поэтому шаблонных требований к заказчику у нас нет. Необходимо, чтобы он мог членораздельно сказать, что хочет, установил приемлемые сроки и вписывался в бюджет. Если заказчик приходит с готовой идеей и доверяет нам, то это очень удобно, мы не тратим много времени на ее поиски. Приятно работать и с клиентом, который слушает, доверяет, располагает временем и не ограничен бюджетом. Это идеальный клиент. Тогда мы подыскиваем идею, образ, дизайн, наполнение, и такая работа приносит взаимное удовольствие.

МАПП: Вопрос корпоративным заказчикам: а возникают ли у вас сложности? Если да, то какие? Доверяете ли вы свою идею полностью производителю/поставщику или контролируете исполнение вашего заказа от начала до конца? Работа, связанная с VIP-подарком, — это радость творчества или стрессовая ситуация?

Светлана Малофеева: Заказ vip-подарков — это сплошной стресс, потому что угодить надо большому количеству важных людей — своему руководителю и менеджерам, работающим с VIP-партнерами, а самое главное — подарок должен приятно удивить самого виновника торжества. Как правило, все предлагаемые подарки — типовые и скучные, и самое главное в VIP-подарке — это идея. Реализацию идеи приходится контролировать от начала до конца и все равно в итоге может получиться не то, что ты хотел. Радость и гордость я могу ощутить только когда вижу готовый подарок на своем рабочем столе и он мне нравится. Значит, идея воплощена в жизнь! А материализация какой-то интересной идеи всегда приятна.

Алексей Белоусов: Сложности возникают, но всё всегда получается с первого раза. В основном, они связаны с терминологическими соответствиями, потому что каждый из нас в одни и те же слова вкладывает различные смыслы. Если о терминах не договориться сразу, может случиться недопонимание. Естественно, выбран-

АЛЕКСЕЙ БЕЛОУСОВ: Что вы делаете сегодня для того, чтобы ваш ассортимент не был усреднен или обезличен?

ТАТЬЯНА СЫСОЕВА: В эксклюзивные подарки мы вкладываем душу. По всему миру находим что-то интересное, и это становится частью нашей коллекции. Некоторые изделия очень индивидуальные и цена их очень высока, они есть, но не попадают в каталог. В создании коллекции надо ориентироваться на самое интересное и на те задачи, которые будет решать в будущем человек с помощью таких подарков. Главным же конкурентом vip-продукции остается алкоголь. Многие считают, что проще пойти по пути наименьшего сопротивления и подарить бутылку элитного алкоголя, хотя за гораздо меньшие деньги можно приобрести нечто более интересное и запоминающееся.

МИХАИЛ СТОЛЯРОВ: Есть ли у вас программа продвижения новой продукции?

ТАТЬЯНА СЫСОЕВА: Сначала каждый год мы создаем новую коллекцию, выпускаем каталог, и после этого проводим огромное количество обучающих семинаров по новому каталогу, а также включаем ряд других учебных программ. Они призваны научить менеджеров рекламных агентств, насколько это возможно, донести до заказчика все то интересное, что заключается в коллекции.

ному поставщику я доверяю, а необходимость контроля зависит от сложности и уникальности идеи. В любом случае работа над VIP-подарком всегда является радостью творчества, хотя бывают и исключения.

МАПП: В чем, на ваш взгляд, ценность VIP-подарка? Всегда ли это дорого?

Алексей Белоусов: На мой взгляд, ценность подарка в том, что он способен вдохновлять. Цена подарка важна не всегда, ведь недаром говорится «все гениальное просто». Главное, понимать того, кому мы хотим послужить через этот подарок.

МАПП: А может ли VIP-подарок быть некачественным? Бывали ли в вашей практике такие случаи?

Светлана Малофеева: К сожалению, да, бывают, и бывали в моей практике. VIP-продукция из кожи, которая выглядела в каталоге шикарно, на практике оказывалась очень, как бы помягче сказать... в общем, выглядела обычной подделкой из кожзама в плохом исполнении.

Юлия Помазкова: Да, такие случаи бывали. Если с качеством самого подарка все было отлично, то размер почему-то оказывался другой или упаковка имела неподарочный и неприглядный вид. Сейчас мы исключаем поставку некачественной продукции путем приобретения на начальном этапе сигнальных образцов. Проговариваем с производителем все параметры, чтобы не возникали непредвиденные ситуации.

МАПП: Вопрос всем участникам: изменился ли подход к VIP-подарку за последнее десятилетие? Если изменился, то как?

Владимир Васюхин: Перемены на рынке отражаются и в нашей отрасли. Если говорить о представительских подарках, то 20 лет назад в России было мало производств, способных предло-

жить что-то интересное. Но было много в стране «лёгких» денег, которые питали нашу отрасль. Количество предприятий росло... Сегодня ситуация осложнилась. Предприятия испытывают серьёзные трудности, некоторые закрываются.

Причинами перемен, как мне кажется, являются изменения в производственной среде и рыночной. Первые — это рост конкуренции среди отечественных производителей, а также присутствие в России западных и азиатских компаний, предлагающих более дешёвые решения. При этом они создают их на базе новых технологий и современного дизайна. Мы в этом плане им серьёзно уступаем. Все это заставляет нас меняться или вымирать.

Клиенты же «не трепещут», как когда-то, видя золотые вещи, они стали избирательнее. Рынок стал более искушённым. Люди больше путешествуют, расширяют визуальный ряд за рубежом, могут легко позволить себе заказывать подарки там. Мы отстали по всем критериям: дизайн, разнообразие, цена... Тендерная схема в корпорациях часто не позволяет заключить контракт: ты можешь сделать хорошую и красивую вещь, и заказчика устраивает именно твой уровень исполнения, но в тендере важнее цена. Поэтому компаниям в нашей отрасли все сложнее быть уникальными и востребованными.

Алексей Белоусов: Подход изменился, и связано это, прежде всего, с ростом ощущения красоты и повышением уровня материального достатка.

Михаил Столяров: Покупатель стал умнее, искущеннее, его вкус улучшился. Конкуренция возросла.

Анатолий Сартый: Наш подход не изменился, в приоритете по-прежнему понимание клиента. Подход заказчиков тоже неизменен — им нужно необычное, интересное, креативное, качественное.

Сергей Бабушкин: С появлением большего числа обеспеченных людей появляются новые желания, отражающиеся на конечной стоимости в сторону увеличения.

Светлана Малофеева: Думаю, да. Подход изменился, люди изменились, мир изменился... Если 10 лет назад мы могли подарить мобильный телефон (бюджетный) и это считалось вау-подарком, то сейчас удивить все сложнее и сложнее. Нужны не просто подарки, а интересные подарки, не бутылка коньяка, а что-то такое, чего никто и никогда еще не делал и не видел.

Екатерина Игнаткина: Мне кажется, изменился. Десять лет назад выбор VIP-подарков был весьма скромным и достаточно предсказуемым. Сейчас намного больше креатива — и в плане исполнения, и в плане самой задумки.

Юлия Помазкова: Подход к подарку меняется вместе с общемировыми тенденциями. Экономика и мода влияют на спрос. Все меньше наших заказчиков дарят алкоголь, предпочитая «здоровые» и «экологичные» подарки. Что лично меня очень радует. Сегодня основной ценностью являются идея и оригинальность подарка. Зачастую найти такой сувенир в многообразии товаров и предложений очень сложно. По — настоящему уникальные вещи — редкость и отыскать такой подарок — это успех!

МАПП: Вопрос производителям: с радостью ли вы беретесь за изготовление VIP-подарков? Проще ли иметь дело с более дешевой тиражной продукцией? Какой продукцией прибыльнее заниматься?

Игорь Седунов: Конечно, проще выпускать серийную продукцию. Но легче продавать изделия, изготавливаемые по заказам. Ведь на них уже есть покупатель, а на серийное изделие его еще нужно найти. Поэтому направление работы по созданию VIP-подарков для нас одно из приоритетных. И потом, при работе над спецзаказами рождаются новые идеи, реализация которых способствует развитию предприятия. Очень важен контакт с конечным покупателем. Гораздо труднее придумать новое изделие теоретически, чтобы оно потом нашло покупателя, чем создать это изделие при непосредственном участии покупателя.

Екатерина Игнаткина: Дешевую тиражную продукцию как таковую мы не изготавливаем вообще. Ручки, блокноты — это не наш



ОАО «ПАВЛОВСКИЙ ОРДЕНА ПОЧЕТА
ЗАВОД ХУДОЖЕСТВЕННЫХ
МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ ИМ. КИРОВА»

Лучшие корпоративные подарки



- Столовые приборы из нержавеющей стали и серебра 925 пробы
- Именные ложки
- Нанесение логотипа гравировкой/чеканкой
- Декоративные покрытия (нитрид-титан, золото 24 карата, чернение)

СДЕЛАНО В РОССИИ

Свяжитесь
с нашими менеджерами:
8 800 70 78 132
kirov@kirov.nnov.ru
www.pzhm.ru

профиль. Сложно сравнивать эти сферы. Нам нравится работать со стеклянными формами, в них любой сувенир выглядит как VIP-подарок.

Владимир Васюхин: Как я уже говорил, работа над каждым нашим изделием трудоемкая, для нее необходимо много ресурсов, поэтому продукция у нас дорогостоящая. Но при этом она не серийная. Операционные расходы съедают прибыльность, так что это не высоко рентабельное направление. И в этом смысле заниматься «серийкой» выгоднее, но необходимо выходить на большой масштаб и высокий организационный уровень.

Сергей Бабушкин: Мы с радостью беремся за любую посильную нам работу, потому что из прибыльности разных направлений складывается общая прибыльность предприятия. Хотелось бы, конечно, чтобы прибыльность была выше, но мы работаем на рынке, который диктует свои условия.

Михаил Столяров: Это любимое дело, которым хочется заниматься. По моему опыту, прибыльнее VIP.

МАПП: Бывали ли на вашей практике заказы VIP-подарков, с которыми трудно было расстаться? Оставляете ли экземпляры для своей коллекции?

Анатолий Сартый: Конечно, от каждой коллекции мы оставляем экземпляр себе. На территории фабрики «Конфаэль» есть музей шоколада, где представлены любимые работы, и это не только корпоративные подарки, но и, к примеру, эксклюзивная роспись картин и портретов известных людей шоколадом на шоколаде (их более 3 тысяч в коллекции). Высекаем скульптуры — от больших до огромных, от простых форм до сложных композиций. Есть у нас большая мечеть, крокодил из шоколада длиной 4,5 метра и весом полтонны. Такие вещи делаются, разумеется, только под заказ.

Екатерина Игнаткина: Конечно, бывали. Очень хотелось оставить себе экземпляр олимпийских медалей, которые мы делали к Сочи 2014. Но по условиям договора это было невозможно. Но вообще, если это не ограничено условиями договора, мы оставляем себе экземпляры особо понравившихся сувениров.

Владимир Васюхин: Мы всегда стараемся сделать немного больше экземпляров, чтобы в коллекции остались образцы, если, конечно, клиент позволяет. Например, один из 25 образцов серии памятных медальных монет из серебра весом в 1 кг, посвященной возвращению Крыма в состав России, останется у нас. Был интересный заказ — скульптура Семена Семеновича Якубова, основателя команды «Камаз-мастер», высотой 80 сантиметров. Хотелось бы иметь копию такого изделия ... Есть в нашей музейной коллекции несколько предметов, которые лет 15 назад я сделал своими руками. Их не продаю: теперь уже не смогу найти время, чтобы самому сделать что-то от и до своими руками. Хотя кто знает...

Михаил Столяров: Очень часто трудно отдать. Тем более что для коллекции оставить не могу, слишком дорого для обычного человека.

Сергей Бабушкин: Если подарок делается по заказу, то расставаться с ним надо легко и



непринужденно, получая удовлетворение от самого факта того, что кто-то нуждается в вашем труде или творчестве. Оставшиеся единичные экземпляры хранятся в заводском музее.

МАПП: Вопрос корпоративным заказчикам: можете ли вы привести примеры наиболее интересных, запомнившихся VIP-подарков?

Алексей Белоусов: В моем случае это подарки с определенной историей или новые технологичные подарки. Они позволяют ощутить степень происходящей в современном обществе эволюции или инволюции ощущения и проявления прекрасного. Как правило, запомнившийся подарок — это тот, который вызвал наибольшее удовлетворение, эмоцию, восторг, удивление, хотя все эти проявления не долговечны.

Редакция МАПП благодарит всех участников круглого стола за внимание к теме, отзывчивость, интересные и содержательные ответы. ■

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ ГК «КРУГ»

Изменился ли подход к vip-подаркам?

Подход к vip-подаркам, наверное, изменился, из них ушла итальянская дворцовая роскошь, которая раньше была в цене. На смену пришел более технологичный, гаджетовый, брендовый товар.





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
rst —		Ростов-на-Дону, Россия / Rostov-na-Donu, Russia
zls —		Златоуст, Россия / Zlatoust, Russia
hel —		Хельсинки, Финляндия / Helsinki, Finland
ply —		Павлово, Россия / Pavlovo, Russia

Автоосвежители

Air-fresheners

mos www.zomer.ru

Автосувениры

Car accessories



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

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

Тел.+7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su



mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
rst www.fuska.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

Аксессуары для мобильных телефонов

mobile phone accessories

mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
rst www.fuska.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

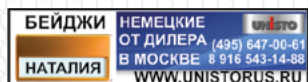
Антистрессы

Antistresses

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

Бейджи

Badge



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

Бейсболки

Baseball caps



mos www.aero-pak.ru
mos www.footballki.ru
mos www.futbolkaru.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru

mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.utex.ru

Белье нижнее с праздничной символикой

Personalised underwear

mos www.saad.ru

Бизнес-сувениры, оригинальные

Original business-souvenirs

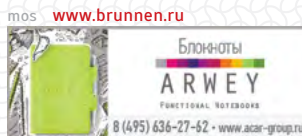


mos www.2kkorzina.ru
mos www.3dworks.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.columb-ru.ru
mos www.erebusgroup.ru
rst www.fuska.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.newrostr.ru
zls www.oruzheink.ru
mos www.profsuvenir.ru
83171 www.pzhm.ru
spb www.scale-gifts.ru

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

Блокноты

Block-notes



Брелоки

Key-holders

mos www.aero-pak.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
rst www.fuska.ru
mos www.giftsaquarell.ru

mos www.souvenirs.ru

Визитницы

Visiting card folders



mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.elitegift.ru
mos www.giftsaquarell.ru
zls www.oruzheink.ru
mos www.souvenirs.ru

Винные и курительные принадлежности

Wine and smoking accessories



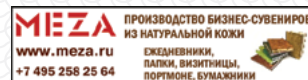
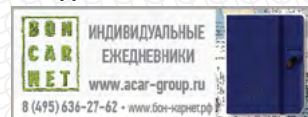
mos www.2kkorzina.ru
spb www.kamni-viski.ru
srk www.newrostr.ru
spb www.scale-gifts.ru

Деревянные сувениры

Wooden souvenirs

см. Сувениры из дерева

Ежедневники Diaries



mos www.aero-pak.ru
mos www.brunnen.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
spb www.scale-gifts.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.usb2b.ru

Зажигалки

Lighters

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



Значки

Pins
rst www.fuska.ru
spb www.mtgr.com

Зонты

Umbrellas



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

Игрушки

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

Календари настенные

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

Календари настольные

Desktop calendars
zls www.oruzhechnik.ru

Канцелярия для офиса

Stationery
mos www.owers.ru
mos www.brunnen.ru
rst www.fuska.ru

Клипсы для денег

Money holders
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
zls www.oruzhechnik.ru

Ключницы

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

Книги отзывов, телефонные книги

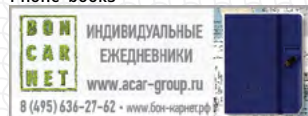
Guest & Phone books
mos www.acar-group.ru
mos www.brunnen.ru
spb www.finndesign.ru

Книги подарочные

Gift books
mos www.elitegift.ru

Книжки записные

Phone-books



mos www.brunnen.ru
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

Кожаные изделия

leather products



mos www.profsuvenir.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.3dworks.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
zls www.oruzhechnik.ru

Куртки, ветровки

Jackets, wind-breakers
mos www.di-promo.ru
mos www.futbolkaru.ru
mos www.glavsurprise.ru
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.shnur.ru
mos www.zomer.ru

Магниты (сувенирные)

Magnets



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

Монетницы

Coin tray

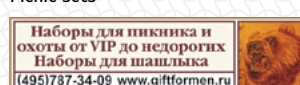
mos www.noex.ru

**«Мышки» компьютерные, ручная роспись**

Hand-crafted computer mice
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Наборы для пикника

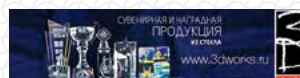
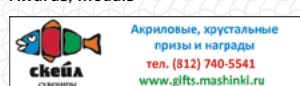
Picnic sets



mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
srk www.newrostr.ru
plv www.pzhm.ru

Награды, медали

Awards, medals



mos www.3dworks.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
srk www.newrostr.ru
spb www.scale-gifts.ru

Новогодние сувениры

Christmas souvenirs



mos www.2kkozina.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
srk www.newrostr.ru
spb www.scale-gifts.ru
plv www.pzhm.ru

Ножи

Knives

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

Одежда для промоакций

Promo-textiles



mos www.footbolki.ru
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.utex.ru

Органайзеры настольные

Organizers desktop

zls www.oruzhechnik.ru

Открытки

Postcards

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

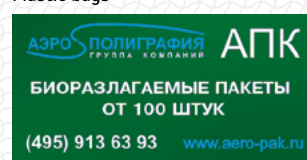
Пакеты бумажные ламинированные

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.profsuvenir.ru
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

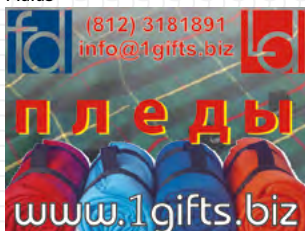
Desktop calendars

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



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

Подарки, оптовые поставки

Wholesale gifts
mos www.2kkorzina.ru
plv www.pzhm.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
zls www.oruzheynik.ru

Подставки под кружки

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

Подстаканники

Glass holder
mos www.elitegift.ru
mos www.fuska.ru
vps www.zio.ru



Полотенца, банные халаты

Towers, bathrobes
mos www.aero-pak.ru
mos www.ecotel21.ru
spb www.finndesign.ru
hel 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
plv www.pzhm.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Рубашки-поло



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.glavsurprise.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

Скатерти

table cloth
mos www.di-promo.ru

Станции погодные

Weather station

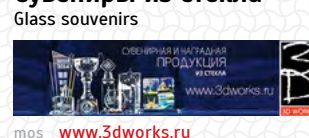


Сувениры из пластика



Plastics souvenirs
mos www.erebusgroup.ru
rst www.fuska.ru
mos www.profsouvenir.ru

Сувениры из стекла



mos www.3dworks.ru

Сумки для ноутбуков

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

Сумки из кожи

Leather bags
mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
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
mos www.glavsurprise.ru
hel www.leondirect.net
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.utex.ru

Толстовки

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

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

www.1gifts.biz
Hanes

Упаковка подарочная и атрибуты к ней
Gift's boxes

Стильная упаковка
Производство подарочной упаковки
любой степени сложности
8 (495) 775-86-83, 775-85-76 www.upakstil.ru

mos www.2korkzina.ru
srk www.newrostr.ru
mos www.profsuvenir.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.zomer.ru

Фарфор
Porcelain

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

Флаги и флажки
Flags and tableflags

spb www.flagshtok.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.nashasemia.ru
mos www.profsuvenir.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
mos www.elitegift.ru
hel www.leondirect.net

Фоторамки
Photo frame

mos www.erebusgroup.ru
rst www.fuska.ru
mos www.usb2b.ru

Футболки
t-shirts

mos www.aero-pak.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.footballki.ru
mos www.giftsquare.ru
mos www.glavsurprise.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru

spb www.scale-gifts.ru
mos www.yourteamate.com

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

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

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

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

www.1gifts.biz
Hanes

Чай персонализированный
Personalized tea

MEERA OVERSEAS
(499) 369 26 02
Факс: 369 69 36
meera@ropnet.ru
www.yourteamate.com
Подарочный чай, джутовые сумки

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

Часы watches

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

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

ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ И ЧАСОВАЯ
ПРОДУКЦИЯ НА ЗАКАЗ
(495) 950-56-57, 58, 59
WWW.VOSTOK-DESIGN.RU

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

Шарфы, галстуки, платки
Ties and scarfs

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

Шнур декоративный, производство
Decorative cord, producing

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

Шоколад, леденцы
с фирменной символикой
Promo-sweets

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

Эмблемы настольные
Desktop souvenirs

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

Ювелирные изделия
с корпоративной
символикой

Jewelry items with corporate symbols
prod www.pzhm.ru

USB - аксессуары
USB accessories

495 www.3dworks.ru
mos www.3venta.ru

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

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

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

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

Тел.+7 495 646 09 08

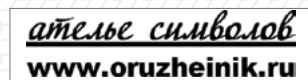
www.usb2b.ru
info@ledd.su

www.digifts.ru
USB
www.digifts.ru

FRESH
+7 (800) 775-87-12
WWW.FRESHFLASH.SU

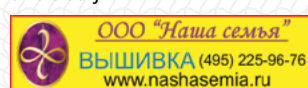
3venta
A Desire for Novelty
FLASH
накопители
IT сувениры
+7(495) 64 999 20
http://3venta.com
sales@3venta.com

VIP-подарки VIP gifts



mos www.acar-group.ru
 mos www.aero-pak.ru
 csp www.chronorus.ru
 mos www.elitegift.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 spb www.kamni-viski.ru
 spb www.mtgr.com
 mos www.mt-souvenir.ru
 srk www.newrostr.ru
 zls www.oruzheinik.ru
 mos www.profsuvenir.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 csp www.vostok-time.ru

Вышивка на изделиях embroidery



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

Гравировка лазерная Laser engraving



495 www.3dworks.ru
 mos www.activtime.ru
 mos www.aero-pak.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.giftsaquarell.ru

Гравировка механическая Mechanical engraving



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

Деколирование Decals

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

Дизайн Design

mos www.dekartprint.ru

Клише, изготовление Producing of clishe

rst www.fuska.ru

Коробки подарочные, производство от 1-й штуки gift box producing

mos www.profsuvenir.ru

Наклейки полноцветные, производство Sticker printing



mos www.dekartprint.ru
 spb www.t-mt.ru

Нанесение методом сублимации

mos www.teximport.ru

Переплетные работы Binding

mos www.profsuvenir.ru

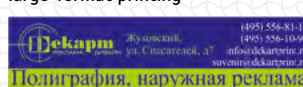
Печать на воздушных шарах Printing on balloons

mos www.printolog.ru

Печать на пластике Printing on plastic

mos www.3dworks.ru

Печать широкоформатная large-format printing



Плоттеры режущие

mos www.dekartprint.u

Праздники, презентации, семинары, конференции festivals, presentations, seminars and conferences

mos www.printolog.ru

РА полного цикла advertising agency

mos www.dekartprint.u
 spb www.scale-gifts.ru

Реклама наружная Outdoor advertising

mos www.dekartprint.u

Реклама световая

mos www.dekartprint.u

Ризография

mos www.dekartprint.u

Ручные работы Handworks

mos www.2kkorzina.ru
 mos www.profsuvenir.ru

Слепое тиснение, конгревное Blind stamping, kongrevny

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

Сублимация Sublimation

spb www.scale-gifts.ru

Таблички, указатели, стенды

mos www.dekartprint.u

Тампопечать Tampo printing

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

Термоперенос mos www.footballki.ru

Термотрансфер Thermo-transfer



Типография Printing house



Тиснение фольгой Foil stamping

mos www.activtime.ru
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.dekartprint.u
 rst www.fuska.ru
 mos www.giftsaquarell.ru

Трикотаж, производство textile industry

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

Фирменный стиль, разработка Development of firm style

mos www.di-promo.ru

Шелкография

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

Этикетки тканые woven labels

mos www.columb-ru.ru

BTL-реклама BTL

mos www.2kkorzina.ru

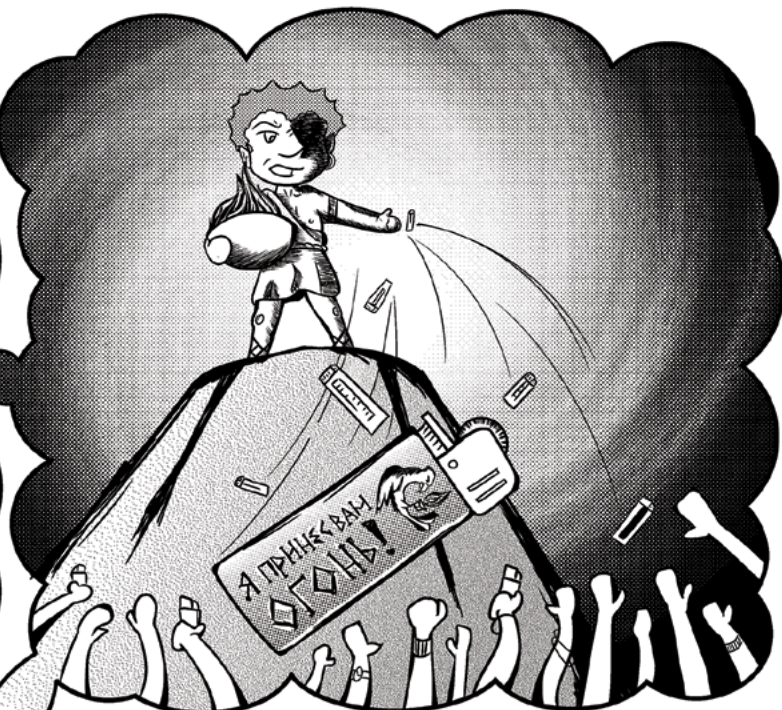
P.O.S. Материалы P.O.S. files

spb www.flagshtok.ru

АНТИЛОГИКА

ВЫПУСК

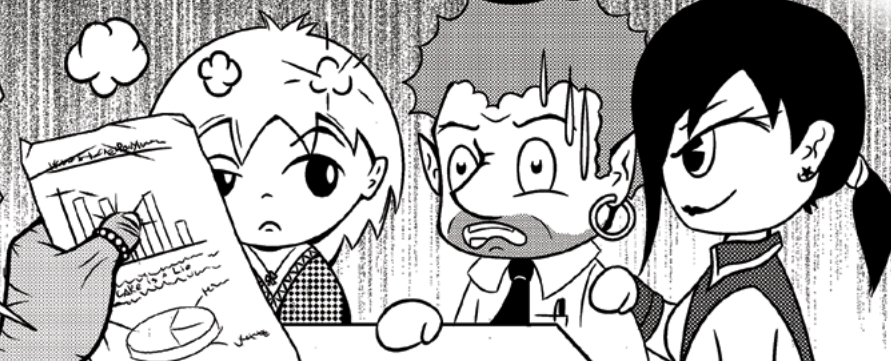
26



ГЛУПЕЦ!
НАШИ ЗАКАЗЧИКИ -
ОРЛЫ!
ТЕПЕРЬ ИСПРАВЛЯЮ
ЗА СВОЙ СЧЕТ!



...СОБРАЛИ ДАННЫЕ.
ПОЭТОМУ В НОВОМ
СЕЗОНЕ МЫ
ПРОДОЛЖИМ
ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ
НА ПОЖЕЛАНИЯ
КЛИЕНТОВ, А НЕ НА
ПОТРЕБНОСТИ ИХ
АУДИТОРИИ...
ВЫ МЕНЯ
СЛУШАЕТЕ?!



Мир без пластмасс

Эта статья — не коммерческий проект и не следствие солнечного удара. Просто каждый живущий на этой планете обязан оставить своим потомкам, по крайней мере, пригодное для обитания пространство. При этом совершенно не имеет значения, сколько раз человек успеет слетать на Луну или обследовать поверхность Марса на предмет нахождения там разумной жизни, если каждый день разум исчезает из жизни на этой планете.

Экология — не просто модное слово, красивая вывеска, под которой можно разместить для продажи очередную партию никому не нужных изделий. Экология — это даже не наука, несмотря на своё название (от др.-греч. οἶκος — обиталище, жилище, дом, имущество и λόγος — понятие, учение, наука). Это скорее религия, вера во что-то большее, чем потребление и удовольствия. Вера в смысл жизни, если хотите. Вера в жизнь, в торжество разума.

Произнося слово «экология», ёмкое по своему смыслу, каждый, вероятно, подумает о своём. Здесь и чистота окружающей среды, «укрощение» appetитов бизнеса, инновативные щадящие технологии производства, даже система питания человека имеет отношение к ней. Но в этой статье я хотел бы изложить свои мысли на более узкую тему — об одной из экологических угроз, имя которой — пластмасса.

Конечно, сегодня трудно себе представить жизнь без пластмассовых изделий, хотя многие понимают, что вреда от пластмассы гораздо больше, чем пользы. Когда одну американскую семью попросили вынести из дома все вещи, содержащие пластмассу, дом оказался практически пустым. Не осталось не только предметов быта, но и практически самого дома, ибо стены, полы и крыша тоже содержат пластмассы. Но это только «видимая часть айсберга». Ещё более опасны пластмассы, которых мы не видим. А ведь микрочастицы пластмассы окружают нас везде: витают в воздухе, воде, оседают на почве. Даже в моче практически каждого человека старше 6 лет обнаруживаются следы пластика. Пластмасса не просто окружает нас, она засасывает нас, как зыбучие пески, обволакивает и медленно уничтожает. В составе всех изделий домашней химии, начиная от стиральных порошков и заканчивая зубной пастой, присутствуют микрочастицы пластика в роли абразивов. Смываемые водопроводной водой они попадают в природу, откуда возвращаются в наши организмы, вызывая непредсказуемые последствия. Большинство страшных смертельных болезней человека могут иметь в своей основе влияние пластика на наш организм.

Влияние пластика изучается сравнительно мало, что вполне объяснимо, ибо в противном случае, большинство их было бы запрещено к

производству и потреблению, а делаются они из нефти и газа. До тех пор, пока миром будут править нефтяные компании, никто толком изучать пластики не будет. Безусловно, какие-то исследования проводятся, и по их результатам, например, содержащийся в большинстве самых популярных пластмасс элемент «бисфенол а» запрещён во многих странах. Это химическое соединение напоминает по своему химическому строению один из женских гормонов. Организм, отравленный бисфенолом, прекращает выработку гормона, вследствие чего у женщин возникает целый комплекс различных дисфункций, в основном, связанных с детородными процессами. Исследуется также влияние этого компонента на раковые и другие не менее опасные заболевания. А содержится бисфенол в тех пластмассах, из которых производят бутылки и канистры для хранения воды, пластиковую упаковку для еды, одноразовые шприцы и т.п. Люди изобрели водопровод более двух тысячелетий назад, но устроили свою жизнь так, что не могут обойтись без бутилированной воды. Я понимаю, что ещё не везде на планете воду можно пить прямо

Пластмасса не просто окружает нас, она засасывает нас, как зыбучие пески, обволакивает и медленно уничтожает. В составе всех изделий домашней химии, начиная от стиральных порошков и заканчивая зубной пастой, присутствуют микрочастицы пластика в роли абразивов.



из-под крана, но, как ни странно, вода в бутылках продаётся лучше всего там, где можно без опаски использовать для утоления жажды водопровод. В обществе потребления мало кого заботит, что освежающий эффект от бутылки воды продлится час-другой, а сама посуда останется на планете навечно! И этот факт является той второй проблемой пластмассы, которая должна привести к её полному запрещению. И если человек, знающий обо всех опасностях изобретённого им материала и всё-таки упрямо продолжающий активно пользоваться им, сам виноват в том, что с ним происходит, то, к сожалению, вредное влияние пластмасс не ограничивается лишь влиянием непосредственно на него.

Наверное, уже ни для кого не секрет, что пластмасса не утилизируется. Она не подлежит переработке и не разлагается в природе. Это означает, что все выпущенные пластмассовые изделия практически являются вечными, не являясь при этом ценностями. Скорее совсем наоборот. Существуют некие технологии вторичного использования пластмасс, однако при этом она не перестаёт быть пластмассой, а значит, сохраняет все свои опасные свойства.

В ответ на робкое движение некоторой части общества в сторону поощрения запрета пластмасс в последние годы учёными были изобретены новые виды пластиков, которые сразу же получили громкую приставку «эко». Делятся они на две категории: пластики с «эко-началом», то есть произведенные из кукурузы, в отличие от традиционных пластмасс, сырьём для которых являются нефть, газ и уголь, и пластики с «эко-окончанием», то есть такие, которые растворяются в природе в приемлемые сроки. Нетрудно догадаться, что оба варианта таких «экопродуктов» — лишь полумеры. Получение из кукурузы необходимых для изготовления пластмассы элементов требует значительных энергозатрат, что ведёт к загрязнению окружающей среды, и эти пластики по-прежнему невозможно утилизировать. А «приемлемые сроки» растворения «экопластиков» в природе всё равно считаются в сотнях лет. Главной задачей этих изделий, как кажется, является попытка убедить нас в безопасности такого сырья, канавируя нашу естественную потребность в сохранении природы в нужное русло более эффективного использования наших потребительских стереотипов.

Следует признать, что мы сами поставили себя в такие условия, при которых полный отказ от пластмассовых изделий стал практически невозможен. И всё же мы просто обязаны отказаться от пластмассовых изделий, когда имеется альтернатива или изделие само по себе не является критически необходимым. Если мы перестанем покупать или дарить абсолютно бесполезные или хотя бы необязательные пластмассовые изделия, этого будет вполне достаточно. И наша бизнес-сувенирная отрасль должна быть в этом на передовых позициях. Ведь главная

особенность нашего бизнеса состоит в том, что человек, выбирающий и приобретающий наши изделия, не является их потребителем. С другой стороны, потребители подарочных изделий, в свою очередь, не являются приобретателями наших товаров. Такая ситуация создаёт идеальные условия для составления ассортимента продаж из изделий, не способствующих загрязнению окружающей среды и не вызывающих неизлечимых заболеваний. Тем более что никакого регламента относительно материалов изготовления подарков не существует, нет и ограничений, религиозных или других запретов. Поставщикам нашей отрасли будет легче других пересмотреть свой ассортимент и выкинуть из него всё лишнее, так как подарки могут быть самыми разнообразными. И дело здесь не только и не столько в коммерции, а в жизненной позиции вообще.

Давайте не будем уподобляться людям, не понимающим смысла своей жизни, которые не в состоянии оценить ущерба, наносимого им природой на вечные времена. Я понимаю, что из понятийного ряда современного человека было изъято само понятие «вечности». «Очевидная» фрагментарность существования человека на Земле (очевидная настолько же, как то, что Солнце вращается вокруг Земли), подкрепляемая высказываниями так называемых (вернее, так называющих себя) учёных, уже давно не позволяет человеку задумываться о таких фундаментальных вопросах бытия. Отсюда и поведенческие стереотипы. Ещё Ницше, лишь слегка ухвативший двадцатого века, сетовал, что «при чудовищном ускорении жизни дух и взор приучаются к неполному или ложному созерцанию и суждению, и каждый человек подобен путешественнику, изучающему страну и народ из окна железнодорожного вагона». Сравнение актуально и по сей день, с поправкой на изменившиеся скорости поездов. А другой философ, ученик Г.Гурджиева, англичанин Джон Беннет, выразил это так: «Отрицая наличие смысла и цели существования жизни, мы возвращаемся на путь экзистенциализма. Утверждая, что смысл и цель нашей жизни состоит в том, чтобы выжить и наслаждаться своей жизнью, мы тем самым отделяем себя от всей остальной природы, которую мы сегодня активно уничтожаем, загрязняя окружающую среду и истощая ресурсы. Хотя мы можем и не разделять экологической точки зрения, в соответствии с которой человек является животным в полном смысле этого слова, мы уже не можем отрицать единства природы. Жизнь на Земле представляет собой единое и неделимое целое, и если одна ее часть страдает, то страдают и все остальные».

Давайте задумаемся об этом и перестанем хотя бы в нашей деловой жизни «умножать скорби мира».

ЛЕО КОСТЫЛЕВ, Президент МАПП



Фридрих Ницше
«Человеческое, слыш-
ком человеческое»:

«При чудовищном
ускорении жизни дух
и взор приучаются
к неполному или
ложному созерцанию
и суждению, и каж-
дый человек подобен
путешественнику,
изучающему страну и
народ из окна желез-
нодорожного вагона».

Отраслевые выставки

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

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
-------------------	-------	------------------	-----------------------

IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ ОСЕНЬ	Москва, Крокус Экспо	23-25.09.2014	www.ipsa.ru
СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD	Москва, Крокус Экспо	23-25.09.2014	www.skrepkaexpo.ru
III ФОРУМ «МАТРИЦА РЕКЛАМЫ»	Москва, Экспоцентр	23-25.09.2014	www.reklamatrix.ru
РЕКЛАМА-2014	Москва, Экспоцентр	23-26.09.2014	www.reklama-expo.ru
МИР КАНЦЕЛЯРИИ 2014	Киев, ВЦ АККО Интернешнл	01-03.10.2014	www.stationery-expo.com.ua
REX 2014	Киев, ВЦ "КиевЭкспоПлаза"	07-09.10.2014	www.rex.ua
ADVERTIKA	Краснодар, ВЦ «Кубань Экспоцентр»	10-11.10.2014	www.advertika.ru
РИДО 2014	Санкт-Петербург, Экспо-форум	15-17.10.2014	www.trends.lenexpo.ru
ЭКСПОБРЕНД, ПОЛИГРАФИСТ	Ростов-на-Дону, КВЦ "ВертолЭкспо"	15-17.10.2014	www.vertolexpo.ru
GIFTS&PREMIUMS	Гонконг, AsiaWorld-Expo	19-22.10.2014	
MEGA SHOW PART 1	Гонконг, Hong Kong Convention and Exhibition Centre	20-23.10.2014	www.mega-show.com
ВРЕМЯ РЕКЛАМЫ-2014	Челябинск, ВЦ «Мегаполис»	22-24.10.2014	www.pvo74.ru
ФОРУМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СИБИРИ-2014	Красноярск, МВДЦ «Сибирь»	23-25.10.2014	www.krasfair.ru
МЯТНЫЙ ЛЕВ	Минск, Футбольный манеж	28-31.10.2014	www.belinterexpo.by
MEGA SHOW PART 2	Гонконг, Hong Kong Convention and Exhibition Centre	27-29.10.2014	www.mega-show.com
МАРКЕТИНГ. РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	Калининград, Балтик-Экспо	27-29.11.2014	www.balticfair.com
ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА — 2014	Москва, ЦВК "Экспоцентр"	17-21.12.2014	www.nkhp.ru
PSI 2015	Дюссельдорф	07-09.01.2015	www.psi-messe.com

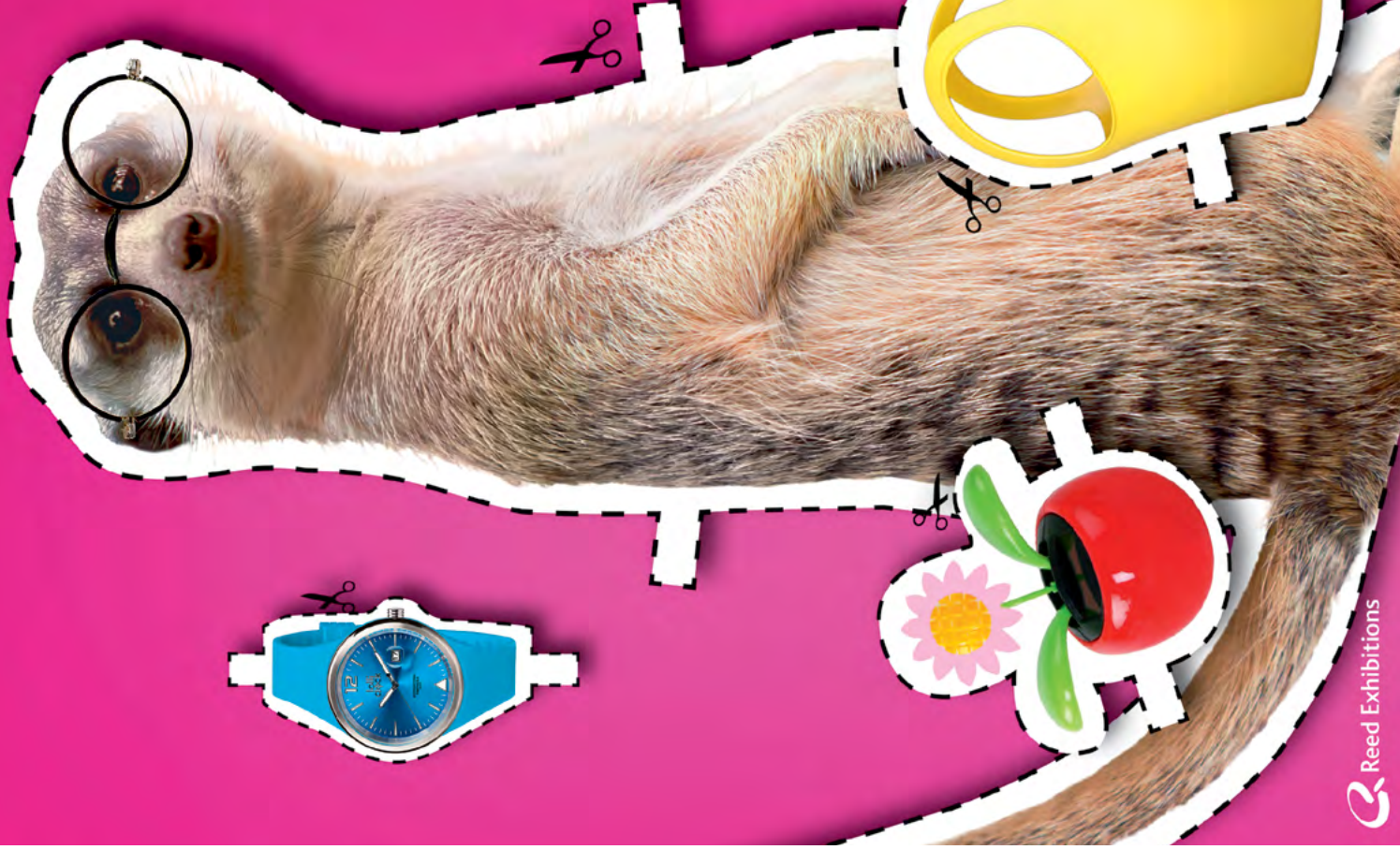
PSI 2015

THE LEADING EUROPEAN TRADE SHOW OF
THE PROMOTIONAL PRODUCT INDUSTRY

7th – 9th JANUARY
DÜSSELDORF

WATCH OUT!

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com



ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ



PEN COLLECTION:
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ, НЕПОВТОРИМЫЕ, ПРЕВОСХОДНЫЕ

Многообразие коллекции ручек от ТМ SENATOR предоставляет практически бесконечные возможности для выражения индивидуальности и разработки новых идей - с великолепным дизайном, не теряющим своей привлекательности с течением времени.

Больше информации: www.senator-pen.ru

Schön. Schnell. Individuell.

Made in Germany.

senator®

designed to brand