



№63 || МАРТ 2015 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



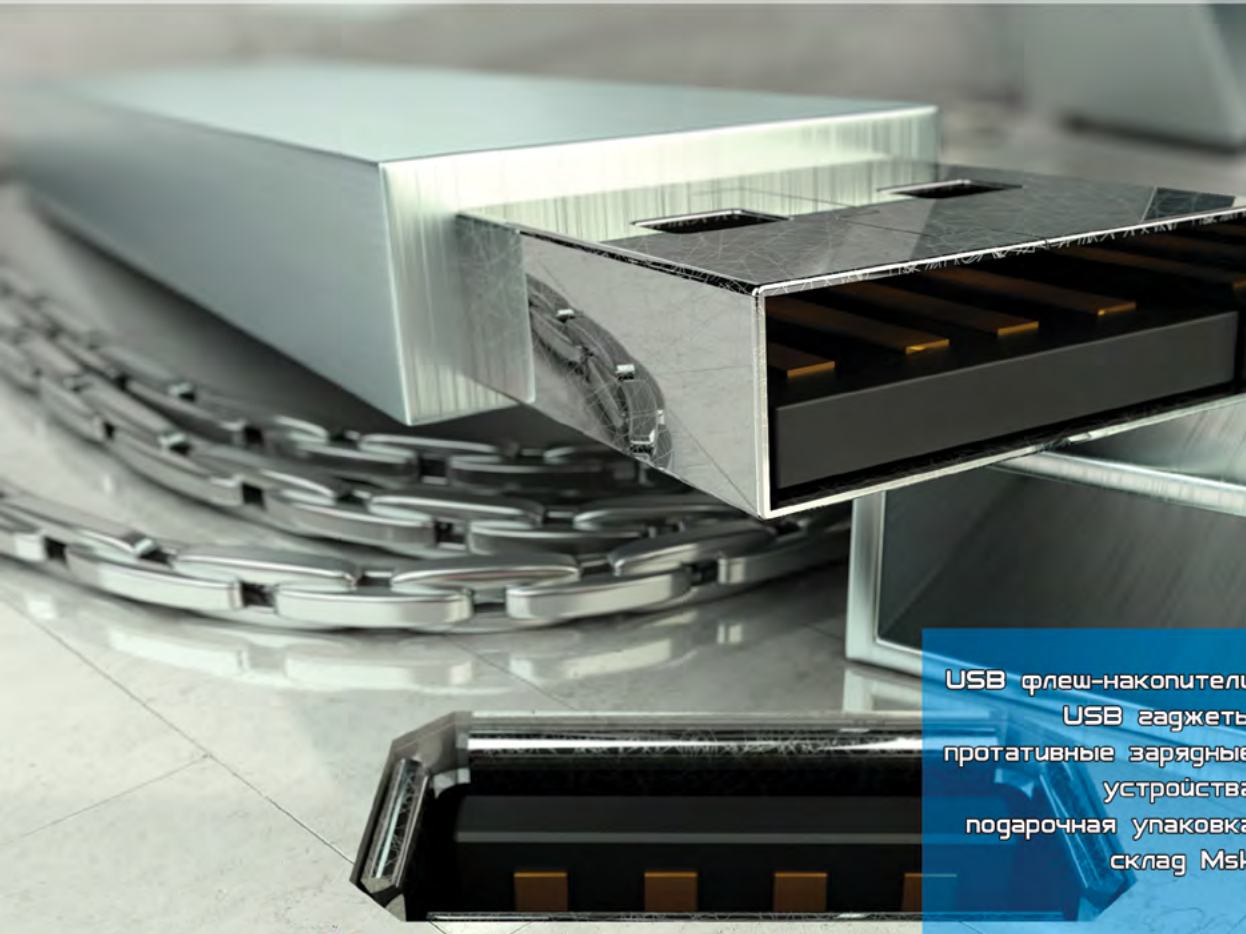
triventa
...a desire for novelty

web: 3venta.com
mail: sales@3venta.com
+7(495)

64-999-20

3venta
A Desire for Novelty

duplicating patented
trademark
(internacional)



USB флеш-накопители
по вашему
индивидуальному
проекту
Комплексные поставки
в кратчайшие сроки
просчет КП
в течении 5 минут.

USB флеш-накопители
USB гаджеты
протативные зарядные
устройства
подарочная упаковка
склад Msk

Компания
Тривента работает
на рынке
сувенирной
продукции и
IT-новинок с 2003
года.
Основной вид
деятельности
компании -
комплексные
поставки
IT-сувениров для
ведущих рекламных
агентств России.

17-19 МАРТА 2015 Г.

IFSA
POWERED BY **PSI**

МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
2 ПАВИЛЬОН, 10 ЗАЛ



Участники Клуба скидочников МАИП

Скидки действительны для всех
категорий участников МАИП

стр. 34



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



**САЛАСЬ
РОССИЯ**

Поставщик сувенирной продукции из ЮВА и Европы. Склад в Москве.

СВЕТЯЩИЕСЯ ФЛЕШКИ



ИЗДЕЛИЯ ИЗ ПВХ по вашему дизайну



АВТОРУЧКИ PROMOPEN

PromoPen



АВТОРУЧКИ LECCE PEN и SENATOR



ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ



ВИП-ПОДАРКИ



ФЛЯГИ, ТЕРМОСОСЫ, ТЕРМОКРУЖКИ



КРУЖКИ



МНОГО ПРОМО



МЕДИЦИНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ



ЗОНТЫ, ТЕКСТИЛЬ



НАСТЕННЫЕ ЧАСЫ



Производство по нанесению фирменной символики

КАТАЛОГ РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ "ПРЕСТИЖ"

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

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

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

СКИДКИ
для рекламных
агентств и дилеров
до 40%

16

ВТОРАЯ
ПРЕМИЯ
МАПП

для российских производителей
бизнес-сувенирной продукции

2015

30



4

ЕСТЬ МНЕНИЕ
ГОД НОВЫЙ – ДЕЛА СТАРЫЕ

6

НОВОСТИ
Международные новости

7

ЗАРУБЕЖНЫЕ ВЫСТАВКИ,
Весна 2015: Гонконг, Тайвань,
Гуанчжоу: Партнерские програм-
мы для участников МАПП

8

ЛЕНТА НОВОСТЕЙ

14

МАПП
Победители ПЕРВОЙ ПРЕМИИ
МАПП – 2014

16

МАПП
ВТОРАЯ ПРЕМИЯ МАПП – 2015
для российского производителя
бизнес-сувенирной продукции

18

ВЫСТАВКИ

24

РОССИЙСКИЕ ВЫСТАВКИ
«Сувенирные игры, или Как
сделать участие в B2B-выставке
эффективным», – Наталья
Юдникова, «РИДО- 2015», Санкт-
Петербург

24

ЗАРУБЕЖНЫЕ ВЫСТАВКИ
PSI 2015

27

«Двадцать лет с одним чемо-
даном, или Когда количество
не заменяет качество» – Лео
Костылев

28

ЗАРУБЕЖНЫЕ ВЫСТАВКИ
«Концерт для трио с альтом
или 5 глотков Дюссельдорфа» –
Александр Никитин, Главсюр-
приз

30

ЗАРУБЕЖНЫЕ ВЫСТАВКИ
«Выставки Китая: расширенная
программа. Весна...» – Алек-
сандр Киракосян, BRIGHT
CONCEPT



28

32

МНЕНИЕ

5 вопросов МАПП
PROфессионалу:
Андрей Дегтяренко,
Лео Костылев

35

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ
«LEDDCompanу» – Технологии
идут "в ногу" с экологией!

36

КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП
РУЧКА, как бизнес-сувенир: про-
должение темы. Производитель
– Поставщик – Корпоративный
заказчик

43

КЛАССИКИ МАПП

Классификатор сувенирной про-
дукции и рекламных услуг

49

АНТИЛОГИКА 28

52

КЛУБ СКИДОК УЧАСТНИ-
КОВ МАПП

50

СРЕДА ОБИТАНИЯ
«ИЗЛЕЧИ СЕБЯ. ОПАСНОСТИ, КО-
ТОРЫЕ МЫ САМИ СОЗДАЁМ» –
– Лео Костылев

52

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

PROFESSIONAL
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№63 (март 2015 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
Александр Косачев
Светлана Ворошилова

Дизайн, верстка
Константин Никулин
konstantiniuz@gmail.com

Корректор
Варвара Мочалова

Секретарь
Ксения Чекмарева

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



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП



ГОД НОВЫЙ – ДЕЛА СТАРЫЕ

В начале года принято строить планы. На год, на перспективу, на ближайшее время. И несмотря на то, что год уже набирает свои обороты, в первом выпуске 2015 года нашего журнала я хочу поделиться планами нашей ассоциации МАПП. Тем более, что год обещает быть непростым, интересным и, надеюсь, наполненным неординарными решениями в масштабах всей страны, не исключая, естественно, и нашей отрасли.

Традиционным для нашей ассоциации является то, что мы не ставим перед собой больших амбициозных задач, типа расчёта оборотов отрасли, ибо понимаем, что в условиях российского бизнеса цифра будет, так или иначе, надуманной и не отражающей никакой реальности. Тратить время и ресурсы на «мартышкин труд» – не наш метод.

Мы также не претендуем на роль источника корпоративных ценностей, поэтому вряд ли станем разрабатывать декларации или другие документы от имени всей отрасли до тех пор, пока она не уполномочит нас на такие действия. Зачем тратить энергию на создание правил, соблюдение которых не может быть обязательным. Правил, которые никто и не будет соблюдать, уже хотя бы в силу этого.

Мы даже не собираемся бороться за то, чтобы нашу отрасль признали на государственном уровне и присвоили ей соответствующие этому коды, ибо, во-первых, это выше наших сил и возможностей, а во-вторых, у нас нет такого поручения от отрасли. Зачем же заниматься тем, что не вполне очевидно принесёт выгоду её участникам.

Пожалуй, хватит о том, чего мы делать не собираемся. Теперь самое время изложить те задачи, решением которых мы будем заниматься. Понимая и принимая во внимание то, что год начался и будет продолжаться нелегко, в особенности для участников нашей отрасли, мы решили направить все наши усилия на дальнейшее совершенствование тех проектов, которые уже зарекомендовали себя с положительной стороны в предыдущие годы. Экономическая нестабильность предполагает ограничение некоторых действий в компаниях, и, как правило, слишком

часто расходы на цели маркетинга и рекламы в этой ситуации сокращаются. С другой стороны, именно эти инструменты становятся в такое время чрезвычайно важными. Возникает парадокс, из которого немногие могут найти достойные выходы. Поэтому мы решили напомнить вам о том, какими возможностями обладает наша ассоциация, и какие потребности вашей компании могут быть решены с нашей помощью.

Мы даже не собираемся бороться за то, чтобы нашу отрасль признали на государственном уровне и присвоили ей соответствующие этому коды, ибо, во-первых, это выше наших сил и возможностей, а во-вторых, у нас нет такого поручения от отрасли. Зачем же заниматься тем, что не вполне очевидно принесёт выгоду её участникам.

Наш сайт уже давно является качественным источником информации о происходящем в отрасли. При этом, поскольку мы не ставим задачи рентабельности каждого из наших проектов (достоинства некоммерческой структуры), сайт является именно информационным ресурсом, а не коммерческим. По новостям, акциям и специальным предложениям, публикуемым на нашем сайте, делается периодическая почтовая рассылка. Ассоциацией создана уникальная база данных профессионалов сувенирной отрасли и лиц, ответственных в компаниях за закупку бизнес-сувенирной продукции. С базой ведётся постоянная работа, поэтому её актуальность, практически, стопроцентна. Наша рассылка – нежелательное почтовое сообщение, а качественный



инструмент маркетинга, полезный как предоставившим свои материалы для неё, так и её получателям.

Наши журналы выходят вот уже вторую декаду и по праву являются популярными и полезными изданиями, содержащими не только актуальную отраслевую информацию (насколько это возможно для квартального издания), но и обучающие и демонстрационные материалы, а также, что немаловажно, качественную полигра-

фическую рекламу. В отрасли, к сожалению, не осталось других полиграфических изданий, а ведь графические образы наших изделий воздействуют на заказчиков не менее, а иногда и более, чем даже «живые» их образцы. Мы наладили такую систему распространения наших журналов, что, с одной стороны, ни один журнал не попадает в случайные руки, а с другой – каждый получатель журнала достоверно нуждается в нём. Это позволяет, не тратя ресурсов попусту, извлекать максимальную пользу из возможностей полиграфического издания.

Уже несколько лет в рамках нашей ассоциации действует «Клуб скидок МАПП». Участники ассоциации имеют возможность приобретения товаров друг у друга по сниженным ценам и на льготных



Ассоциация МАПП является партнёром многих выставочных проектов по всему миру. Актуальность зарубежных поездок с целью поиска новой продукции и поставщиков в трудные годы лишь возрастает. У нас есть специальные предложения по посещению самых интересных отраслевых выставок. Участники МАПП уже несколько лет пользуются льготами, которые мы можем предоставить для посетителей выставок, и экономят собственные ресурсы.

условиях. Нам кажется, что значение подобных проектов в сложные годы только возрастает. Количество участников МАПП растёт с каждым днём, и, соответственно, растёт число участников «Клуба». Любой проект должен дорасти до определённой «критической массы», после чего отдача от него становится не просто заметна, но приобретает самостоятельную коммерческую роль при минимальных затратах усилий. «Клуб скидок МАПП» - это не просто акция или специальное предложение одной, хоть и большой компании-поставщика, а целая система, охватывающая большой отраслевой сегмент и не имеющая такой большой зависимости от воли или каприза конкретного предпринимателя.

В прошлом году состоялась «Первая премия МАПП» для отечественных производителей сувенирной продукции. Опыт, полученный нами в прошлом году, свидетельствует о том, что созданный нами проект является своевременным и актуальным, а количество участников и результаты конкурса удивили и нас самих. В этом году состоится «Вторая премия МАПП», и мы приглашаем всех отечественных производителей сувенирной продукции и дизайна принять в нём участие. Об отечественном производстве говорили в конце прошлого года с самых высоких трибун. Не будем в рамках этой статьи пытаться оценить шансы российского производителя в целом, но в нашей отрасли, мы уверены, возможностей для

возникновения новых производств и товаров достаточно. И главное препятствие не лежит в сфере коммерческой, а, скорее, психологической. МАПП ведёт большую работу как в рамках «Премии», так и при помощи других своих информационных ресурсов, по разъяснению важности отечественного производства и популяризации российских товаров и производителей. Мы считаем эту работу наиважнейшим из наших проектов, способствующим повышению благосостояния не какой-либо отдельной компании или группы компаний, но всей страны и каждого россиянина.

Ассоциация МАПП является партнёром многих выставочных проектов по всему миру. Актуальность зарубежных поездок с целью поиска новой продукции и поставщиков в трудные годы лишь возрастает. У нас есть специальные предложения по посещению самых интересных отраслевых выставок. Участники МАПП уже несколько лет пользуются льготами, которые мы можем предоставить для посетителей выставок, и экономят собственные ресурсы.

Объём информационных услуг, предоставляемых нашей ассоциацией, настолько значителен, что не считается с практической пользой, которую это может принести любой компании, может только человек, не желающий смотреть правде в глаза. Конечно, всё, что мы делаем, может быть осуществлено в рамках одной коммерческой структуры, но никогда за такую скромную стоимость.

Мы привели лишь основные наши возможности, весь их перечень больше, к тому же мы постоянно работаем над дальнейшим расширением их списка. На этот год, например, мы намечаем подключение дополнительных медийных каналов распространения информации о нашей отрасли и её участниках. Что это - медийный канал? Вы узнаете позже и уж точно услышите о нём.



In contrast to other industry organizations, the International Association of Promotional Products doesn't set unrealistic or meaningless tasks. Taking into account all the difficulties of the upcoming year and challenging future of promotional market the Association president Leo Kostylev promises to focus organization's efforts on further improvement of its projects as they have already positively proven themselves during previous years. Since the main purpose of IAPP is to support its members and the Russian promotional products business.



GWW

GWW Gesamtverband der
Werbeartikel-Wirtschaft e. V.

ГЕРМАНСКАЯ СУВЕНИРНАЯ ОТРАСЛЬ ОПЯТЬ ПОКАЗЫВАЕТ РЕКОРДЫ

В 2014 году бизнес-сувенирная отрасль Германии уже который год подряд показала рекордные показатели оборота - 3,48 миллиарда евро против 3,44 в 2013-м. Такие цифры были опубликованы в ежегодном отчете германской зонтичной ассоциации GWW в январе этого года. Методика опроса, на основе которого производится расчёт отраслевого оборота, разработана ассоциацией ещё в 2004 году.

Несмотря на рост всего лишь в 1,25%, ассоциация GWW отмечает, что германская бизнес-сувенирная отрасль никогда в своей истории не достигала подобных цифр оборота. В течение последних 5 лет, по данным опроса 500 компаний конечных потребителей промопродукции, отмечается рост затрачиваемых на неё средств на 25%, и более 30% участников опроса ожидают дальнейшего повышения затрат в ближайшие годы. Также в процессе опроса было выяснено, что четверть компаний, которые в данный момент не закупают промопродукцию, стали бы делать это в случае, если бы получили конкретные доказательства эффективности работы этой продукции.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *В Германии и так гигантских размеров отрасль всё растёт и ширится год от года, в то время как соседние страны уже активно готовятся к расширению лишь одной отрасли: предоставления бесплатного питания немущим. Про Россию уже и вообще лучше помолчим....*



PROMOSWISS: ОТЧЁТ О ПРОМО-ИНДУСТРИИ ШВЕЙЦАРИИ

Ассоциация бизнес-сувенирной продукции Швейцарии – Promoswiss – опубликовала данные заказанного ею подразделению Технического университета опроса о состоянии отрасли в стране. Из представленного отчёта следует, что более 70% опрошенных компаний не используют промопродукцию в своей деятельности, аргументируя это тем, что стараются создавать прямые контакты с заказчиками. С их точки зрения, предоставление заказчику чего-либо имеющего практическую ценность для дальнейших отношений, является более важным, нежели преподнесение промосувенира, являющегося изделием, скорее, имиджевым, чем способствующим закреплению клиентских отношений на начальном этапе совместной деятельности. Из тех, кто пользуется промопродукцией в Швейцарии, 62% закупают продукцию внутри страны, 30% - в Швейцарии и ближайшем зарубежье и лишь 8% - только за рубежом. Продукция, в основном, закупается через посреднические компании, и основным критерием отбора является качество (53,9%), цена (43,3%) и лишь затем такие критерии, как утилитарность, страна производства, экологические аспекты и т.п.

На основе проводимого ежегодно опроса, Promoswiss считает, что оборот отрасли в Швейцарии в 2013 году составлял до полумиллиарда швейцарских франков (прим. 412 миллионов евро), хотя по другим расчётам оборот составил до 607 миллионов евро. В 2014 году затраты компаний на промопродукцию оставались, в целом, неизменными.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Швейцария, которая собирается вводить «национальную» зарплату в 2000 евро на каждого гражданина, как кажется, не сильно заинтересована в промопродукции. Да и вообще в продвижении чего-либо куда-либо. Впрочем, с такой природой как там, и я бы двигался только сверху вниз и обратно!*

НОВЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ СКАНДИНАВИИ: ДНИ МОЗГОВОГО ШТУРМА В ФИНЛЯНДИИ

В марте этого года в Финляндии состоится выставка промопродукции поставщиков из Германии и Голландии под эгидой нового проекта «Мозговой штурм». 10 компаний на два дня займут конференц-залы гостиницы Scandic в Эспоо, где представят свои новинки. Событие намечается как интерактивный обмен между европейскими поставщиками и финскими дилерами отрасли, где в первый день в главной роли окажутся дилеры с их представлениями своих компаний, а на второй день поставщики постараются удовлетворить их выявленные потребности. Выставки подобного формата проводятся в Финляндии впервые, поэтому наше издание постарается рассказать о том, как проходило мероприятие в следующем номере журнала.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Это уже не первый опыт организации передвижной выставки в Финляндии, и как только негативные воспоминания о фиаско предыдущей модели ослабевают, немецкие поставщики бросаются «в бой» с новой идеей. Я же считаю, что заставить финна говорить лишь немного проще, чем услышать ответ от камня.*

РЕКОРД ПРОМО-ИНДУСТРИИ США

По данным Американской ассоциации промопродукции (ASI), объём продаж в отрасли в 2014 году составил 21,5 миллиард долларов США. Это означает, что рост оборота составил более 5% по отношению к 2013 году. Ассоциация позитивно оценивает эту цифру ещё и потому, что общий рост экономики США в прошлом году составил лишь 2,4%, что означает, что бизнес-сувенирная отрасль растёт быстрее экономики в целом.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: *Экономика США растёт, отрасль показывает рекорды. Санкции вроде бы на нас не влияют, но таких позитивных цифр не слышать ни от России, ни от европейских ассоциаций, за исключением Германии. Вот вам и ответ на сакраментальный вопрос: «Кому выгодно».*

Зарубежные выставки, весна 2015: Гонконг, Тайвань, Гуанчжоу

Партнерские программы для участников МАПП



Hong Kong Gifts & Premium Fair
香港禮品及贈品展

С 27 ПО 30 АПРЕЛЯ 2015 Г.

В ГОНКОНГЕ ПРОЙДЕТ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ И СУВЕНИРОВ HKDTC HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR.

МАПП собирает группу для посещения выставки и предлагает две программы компенсаций затрат (от организаторов выставки) для участников Ассоциации:

- 1) Компенсация затрат на размещение в отелях Гонконга на период выставки в размере до USD385;
- 2) Программа компенсации транспортных расходов в размере до USD230.

С 27 ПО 30 АПРЕЛЯ 2015 Г.

В ASIAWORLD-EXPO, ГОНКОНГ, ПРОЙДЕТ ВЫСТАВКА CHINA SOURCING FAIR: GIFTS&PREMIUMS.

Всем участникам делегации от Ассоциации МАПП как VIP –клиентам предоставляются бесплатные услуги:

- Посещение выставок;
- Организация бесплатных перевозок к выставочным павильонам;
- Купоны со скидкой на еду и напитки в Гонконге;
- VIP покупатели могут бесплатно пользоваться интернетом, оргтехникой в офисном центре выставочного павильона;
- Ostorus карта для поездок на сумму HK\$100;
- Бесплатное проживание в отеле до 3 ночей (от 1 компании, может поехать 1- 2 представителя);
- Приглашение вступить в делегацию Sourcing Tour .

global sources



GIFTIONERY TAIPEI 2015
TAIPEI INT'L GIFT & STATIONERY SHOW

С 23 ПО 26 АПРЕЛЯ 2015 Г.

В ТАЙБЭЕ (ТАЙВАНЬ) ПРОЙДЕТ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРКОВ И КАНЦТОВАРОВ GIFTIONERY

В выставке принимают участие производители подарков общего назначения, сувениров и рекламной продукции, сезонных подарков и праздничных украшений, ремесленных изделий, художественных товаров, канцелярских принадлежностей, школьно-письменных товаров, сумок и ранцев, игрушек и детских товаров, электронных подарков и канцелярских принадлежностей, посуды и товаров для повседневной жизни.

Организаторы выставки (TAITRA) приглашают участников МАПП посетить мероприятие по бонусной программе.

С 20 ПО 23 АПРЕЛЯ 2015 Г.

В ГОНКОНГЕ ПРОЙДУТ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА HKDTC HONG KONG HOUSEWARE FAIR, ДОМАШНЕГО ТЕКСТИЛЯ И ИНТЕРЬЕРНЫХ ТКАНЕЙ HKDTC HONG KONG INTERNATIONAL HOME TEXTILES AND FURNISHINGS FAIR.

Для участников МАПП - программа компенсации расходов на проживание в отеле до 385 USD* в период проведения выставки с 19 по 23 апреля 2015 г. включительно.



PACKINNO 2015
包装制品与材料

Sino-Pack 2015
中国国际包装工业展

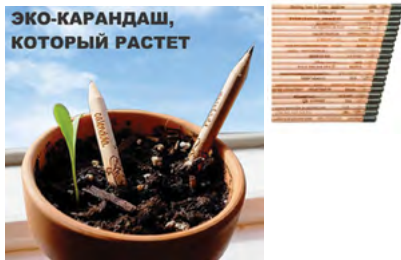
С 9 ПО 11 МАРТА 2015 Г.

В ГУАНЧЖОУ, ЮЖНЫЙ КИТАЙ ПРОЙДУТ ДВЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ УПАКОВОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ PACKINNO 2015 И CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION ON PACKAGING MACHINERY & MATERIALS (SINO-PACK)

Первым 5 компаниям, приславшим анкеты, предоставляется бесплатное проживание в отеле на 2 человек на 2 или 3 ночи, в зависимости от посещения выставки.

Редакция МАПП:
+7 (812) 318-18-92 / 93
info@iapp-spb.org ;
tanya-mapp@mail.ru

ЭКОкарандаш, который растет



Экокарандаш с семенами – необычная задумка, которая позволяет вырастить настоящее растение из отслужившего свой срок карандаша.

Секрет в том, что у карандаша есть специальная капсула с семенами пряных трав, овощей или растений на выбор клиента. Капсула отмечена яркой полоской, которая показывает, когда карандаш уже можно посадить в землю.

Нанесение логотипа заказчика на корпус «растущего» карандаша или на индивидуальную упаковку гарантирует «растущий» интерес к Вашему бренду.

Стильный и необычный бизнес-подарок будет с успехом воспринят бизнес-партнерами и сотрудниками. Используйте оригинальное решение для Вашей эффективной рекламы.

Размер изделия: 19x0,7 мм, минимальная партия – от 2500 шт., артикул: 1610-SPROUT-01

Охотники за сувенирами
info@g-h.ru
<http://www.g-h.ru/ekopencil/>

3D WORKS изготовила Премии победителям



Совсем недавно проходила Национальная Премия в области Многоканального Цифрового ТВ. Компания 3D WORKS изготовила Премии для вручения Победителям!

Данная Премия вручается уже 6 (шестой) год подряд!!! И все это время 3D WORKS, совместно с компанией МидЭкспо, дает возможность каждому получить максимум интересующей информации и сделать правильный выбор!

3D WORKS
 +7 (495)789-82-29
www.3dworks.ru

Полиграфическая продукция и сувениры, которые растут!



Экологическую полиграфию и экосувениры изготавливают из специальной «живой» бумаги, которая содержит семена садовых и диких цветов (львиный зев, левкой, укроп, петрушка и др.). Сама бумага является переработанной макулатурой и прекрасной основой для растений. Никаких отходов! Только прекрасные цветы и травы! Теперь сувениры и полиграфию можно сажать в горшочек с землей, украшая дом или офис.

Настольные календари, визитные карточки, елочные игрушки, открытки, буклеты и многое другое, что могут придумать талантливые рекламисты, будет расти, цвести и пахнуть!

Теперь полученную визитную карточку или использованный календарь можно с удовольствием порвать и не выбросить в мусорную корзину, а посадить в землю. Ждать ростков и поливать их. Природа будет Вам благодарна!!!

Минимальный тираж от 100 экз, Артикул: 1465
Идеи, которые работают, запрашивайте у «Охотников за сувенирами»!
<http://www.g-h.ru/1466-eco/>
info@g-h.ru

ВАШ ПОДАРОК НЕ ОСТАНЕТСЯ НЕЗАМЕЧЕННЫМ!



Специально для Вас мы предлагаем готовые решения для упаковки подарков и любых товаров. В наличии на складе коробки, пакеты и тубы, выполненные в едином стиле. Вы всегда сможете найти у нас упаковку, которая придаст Вашему подарку или товару дополнительную привлекательность. По-прежнему изготовим любую упаковку на заказ или найдем решение брендировать готовую упаковку.

Экон-пресс
 +7 (495) 517-52-14
 +7 (499)270-58-74
 +7(926)527-16-93
www.econ-press.ru

Расходные материалы для гравировки



РПС «Олимпия» рада предложить Вашему вниманию широкий ассортимент расходных материалов для гравировки таких брендов, как Rowmark, IPI, Victory, Tesa. Применение данной продукции достаточно многогранно. Пластик определенной толщины – идеальный вариант для изготовления шильдов, почтовых грамот, вывесок, сертификатов, номерков, наклеек на наградные кубки, медали...

Подарочные изделия, изготовленные из акрила, отличаются очень высокой прочностью и вместе с тем очень легкие. Хорошим сувениром для родных и близких также станет фамильный или именной диплом на металле, набирающий значительную популярность. Кроме того, у нас Вы можете оперативно приобрести сувенирную продукцию, настольные и настенные держатели для табличек, крепления для бейджей и многое другое, благодаря удобной навигации по разделам и добавления нужного товара сразу в корзину на нашем сайте:

Рекламно-производственная студия «Олимпия»
 +7 (499) 174-04-01, (925)702-54-93
info@olympya.ru
www.olympya.ru

Общероссийская практическая конференция «УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ-2015», 19-20 марта Москва.



Два дня докладов и мастер-классов от ведущих экспертов в области управления продажами: как не потерять продажи в кризис, как увеличить объем продаж, когда рынок падает, как найти новые подходы к клиентам в сложные времена, как обеспечить активный поток входящих, как продавать, если цены выше, чем у конкурентов, как заставить продавцов продавать более эффективно.

Подробности и регистрация на сайте:
<http://conference.image-media.ru/us2015/>

Флешки «FreshFlash.SU» заряжают позитивом всю находящуюся на них информацию.



А компания «FreshFlash.SU» дарит позитив своим клиентам.

Более 1000 видов прикольных USB-накопителей в наличии и на заказ. Вы можете придумать свою флешку и заказать её в компании «FreshFlash.SU».

Минимальная партия 50 штук, без предоплаты.

Найти компанию «FreshFlash.SU» легко. Набираем в поисковике "флешки на заказ" и смотрим на первую страницу.

Дозвониться еще проще. Просто наберите бесплатный номер 8 800 775 0712

<http://www.freshflash.ru/флешки-на-заказ/>

info@freshflash.ru

«Стратегический запас»



Компания «Дизайнцентр» предлагает оригинальный подарок «Стратегический запас». Набор представляет собой деревянный пенал с интригующей гравировкой: «СЕКРЕТНО» «ПОСЛЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОСПОЛНИТЬ НЕМЕДЛЕННО».

Крышка пенала, а также кубики-подставки под рюмки могут быть персонализированы. Гравировка логотипа компании – это создание эксклюзивного подарка для партнеров, клиентов и сотрудников.

Ярко оформленный тубус – идеальная упаковка для хорошего напитка, дополнением тубуса служит музыкальный модуль с оригинальной мелодией.

На сегодняшний день мы разработали целую линейку дизайна по те-мам: подарок для спецслужб, символика родного края, охота, рыбалка и многое другое.

Дизайнцентр
+7 (4712) 51-21-00, 51-12-85
www.dizaincentr.ru
info@dizaincentr.ru



«За заслуги перед Екатеринодарской Епархией»

ЗАО Мытищинский завод "Военный знак" изготовил нагрудный знак "За заслуги перед Екатеринодарской Епархией". Если у вас намечается мероприятие, для которого необходима продукция геральдики и фалеристики, мы с радостью поможем вам и изготовим: военные нагрудные знаки, разнообразные эмблемы, спортивные жетоны, юбилейные и военные медали, настольные подставки под флажки и выпелы, с военной, представительской, юбилейной, спортивной, выставочной тематикой.



Изделия изготавливаются из алюминия, меди, латуни, томпака, мельхиора, нейзильбера, с покрытием органическими, силикатными и полимерными эмальями.

Производство значков и изготовление медалей выполняются методом штамповки, что позволяет выполнить значки и медали самой разнообразной формы и расцветки.

Мытищинский завод «Военный Знак»
+7 (495) 583-47-10
www.vznak.com
mail@vznak.com

Аксессуары из шелка



Для рекламных проектов

Аксессуары из шелка и кожи ручной работы класса «От-кутюр» массового производства в целях продвижения различных торговых марок. Цветы, бабочки, украшения на ремни, броши, ободки, браслеты. Есть возможность нанесения логотипа компании или просто прикреплённой этикетки с логотипом.

«Идея возможности производства, казалось бы, очень деликатных цветов тончайшей ручной работы и возможности удешевления их до массового производства родилась случайно, благодаря заказу одной рекламной компании и ситуации на рынке труда. Для рынка сувенирной продукции это абсолютно новый продукт. И, конечно, это «женская», но очень красивая тема».

Хорошего настроения!

«Nezabudka-silk»
+7-916-6540308
+7-910-4529809
<http://nezabudka-silk.ru/>
nezabudka-silk@yandex.ru

Рекламная полиграфия от компании «Декарт»



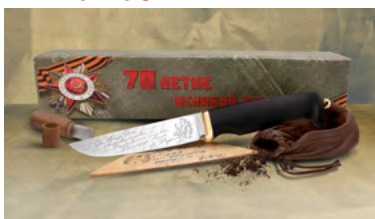
Мы рады предложить вам услуги по печати любых полноцветных работ: буклетов, каталогов, гарантийных талонов, рекламной полиграфической продукции – все это качественно и быстро, на любых поверхностях, в том числе и срочно.

Даём консультации по макетированию и изготовлению продукции. Готовы брать за большие объёмы работы. На рынке полиграфических услуг стоим давно и уверенно.

Компания предлагает производство наружной рекламы – разнообразных рекламных 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.

Декарт
+7 (495) 556-81-11* (495) 556-10-94
info@dekartprint.ru
suvenir@dekartprint.ru

Набор «русского солдата»



ОРУЖЕЙНИКЪ
Ф А Б Р И К А

К 70-летию Великой Победы над фашизмом ООО "Арт-Грани", Фабрика Оружейникъ™,

выпускает набор «русского солдата». В этом наборе будет нож класса «Престиж», кيسет для табака, сам табак, пенал с папиросной бумагой.

Набор символизирует силу русского народа, его самоотверженность, отвагу и при этом веселый нрав! Подарок служит прототипом настоящего набора русского солдата.

ООО "Арт-Грани", Фабрика Оружейникъ™,
+7 (3513) 62-70-30; 8-961-795-00-46
reklama@oruzheinik.ru
www.oruzheinik.ru

2015 год – год 70-летнего юбилея Великой Победы над фашистской Германией



Представляем значок «Георгиевская ленточка» – одну из новинок ЗАО «Северная чернь», выпущенную к этому

событию.

В 2005 году зародилась замечательная традиция повязывать «георгиевскую ленточку» в знак уважения русским солдатам, оставшимся в живых и павшим на полях сражений. Цвета ленты – чёрный и жёлто-оранжевый, означают «дым и пламя» и являются знаком личной доблести и отваги солдата на поле боя.

В наши дни георгиевская ленточка – это символ памяти и уважения к подвигу советского народа, одержавшего Великую Победу над фашизмом.

В юбилейный 2015 год завод «Северная чернь» предлагает принять участие в общественной акции, посвященной празднованию Дня Победы в Великой Отечественной войне, и приобрести серебряный позолоченный значок «Георгиевская ленточка».

ЗАО Великоустюгский завод «Северная чернь»
+7 (81758) 259-12
office@sevchern.ru
www.sevchern.ru

Для ценителей высокого качества



Компания «Bon Carnet» всегда рада предложить бизнес-аксессуары и продукцию для делового планирования. Наша коллекция деловой продукции создана с учетом современных инноваций, дизайна и технологий.

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

Также отметим наши специальные проекты, которые мы разрабатываем согласно Вашим индивидуальным пожеланиям.

В ассортименте предлагаемой продукции множество креативных вариантов, что позволяет Вам создавать ежедневники и аксессуары по индивидуальному дизайну.
Bon Carnet
+7 (495) 636-27-62
www.acar-group.ru

Максимальная точность линий



Компания «Стильная упаковка» рада сообщить, что теперь в наши производственные мощности входит

станок лазерной резки и гравировки по неметаллическим материалам, а также по металлу.

Новое оборудование обладает высокой скоростью лазерной резки и гравировки и позволяет добиться максимальной точности всех вырезанных линий.

В зависимости от породы дерева и его обработки, а также плотности его волокон, цвет гравировки может быть от бледно-желтого до темно-коричневого.

Лазерная резка фанеры, металла, пластика, МДФ, дерева имеет широкое применение при изготовлении рекламной и сувенирной продукции, упаковки, футляров и коробок, различных элементов декора, трафаретов и т.д.

Стильная упаковка
+7(495)775-86-83
www.profsuvenir.ru
www.upakstil.ru

Первая сувенирно-фрезерная компания «Эребус»



EREBUS
ЭРЕБУС

Компания основана в 2006 г. как подразделение производственной группы «ЭРЕБУС» – профессионального поставщика услуг по изготовлению оснастки (форм) для вакуумной формовки. Приоритетными направлениями ПСФК «ЭРЕБУС» являются: изготовление сложных форм для высокопроизводительных формовочных линий типа KEFEL, ILLIG и отечественных вакуумно-формовочных линий «СЕРИИ АБС». А также простых форм и формочек для различного ручного, автоматического и полуавтоматического вакуумно- и пневмо-формовочного оборудования.

Наличие крупного парка современного высокоточного и высокопроизводительного оборудования с ЧПУ, а также компетентного инженерного состава позволяют компании «Эребус» решать самые сложные задачи в изготовлении оснастки (форм) для вакуумной формовки.

ПСФКЭребус
+7 (495)- 745-3529 * 580-4667
www.erebusgroup.ru



Стильная упаковка

Производство подарочной упаковки, папок и ложементов разного уровня сложности. Тиснение, шелкография, лазерная и фрезерная гравировка. UV-нанесение

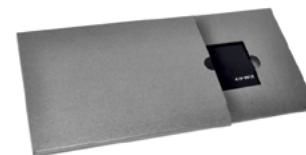
Производство упаковки под банковские карты и подарочные сертификаты на заказ

Для изготовления упаковки используются: картон, дерево, дизайнерская бумага, кожзаменитель, кожа и флок. Мы изготавливаем разнообразные классические и необычные коробки любых размеров, цветов и форм. Наши дизайнеры и конструкторы разработают для вас упаковку, которая подчеркнет индивидуальность вашей компании.



Примеры упаковок

Конверт-открытка с вырубным окном на магните



Короб из дизайнерской бумаги под карту



Деревянный футляр



Короб с клапаном на магните, с двойным дном под карту и буклет

г.Москва, 4-й проезд Подбельского, д.3, к. 5
Тел. 8 (495) 775-85-76
e-mail : info@flokstyle.ru

www.upakstil.ru

Стильные обложки для документов



Назовите несколько предметов, которые вы постоянно носите с собой... Правильно: среди всего перечисленного обязательно есть паспорт и водительское удостоверение (если Вы водитель).

Обратите внимание на то, как выглядит Ваш паспорт или паспорт Вашего коллеги... Правильно: скорее всего он без обложки или «одет» в то, что когда-то было подарено или по случаю куплено.

А ведь обложка – это такой же аксессуар, как и другие, к которым вы так щепетильно относитесь, каждый день подбирая что-то по настроению. Им можно также радовать себя и окружающих, подобрав на нашем сайте www.woooovs.ru соответствующее изображение или оформив его в корпоративном стиле Вашей компании. Обложки для паспортов, турконверты, багажные бирки, ежедневники и другие аксессуары из кожи с полноцветной печатью!!!

Дизайн обложки и упаковки для заказчиков – бесплатно* (при тираже не менее 300 экз.)
+7 (495) 542-43-46
www.woooovs.ru
info@woooovs.ru

Акция на биоразлагаемые пакеты продолжается!



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

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!

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

Настольный сувенир – Книга с почетным знаком «За Веру и Верность»



Орден святого Андрея Первозванного «За Веру и Верность» – Высший орден Российской Империи был основан в 1698 г. Петром I. Выдавался за военные и гражданские заслуги перед отечеством. Почетный знак «За Веру и Верность» – его сувенирный аналог.

С одной стороны разворота книги на бордовом швейцарском флоксе золоченый (покрыт настоящим золотом в несколько микрон) почетный знак «За Веру и Верность», покрытый эмалями, закрыт стеклом и обрамлен металлической рамкой под золото. На другом развороте книги находится табличка, на которой гравировается любой текст по желанию Заказчика.

Гальванопластика, флорирование, стекло, эмаль, лазерная гравировка.

Размер 34×23 см в развернутом виде и 17×23 в сложенном.

Срок изготовления 1-3 дня.

Фирма «Ростр»
+7 (8342) 23-18-25
+7 (8342) 48-24-45
rostr@moris.ru
www.newrostr.ru

ЕЖЕДНЕВНИКИ ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ МАКЕТУ ЗАКАЗЧИКА



РПК ТТС объявляет прием заказов на изготовление ежедневников с индивидуальными блоками и обложками к сезону 2016 по ценам типовых изделий.

Персональный блок – это возможность выбирать формат, объем, бумагу, красочность текста,

клеек и форзацев, размещать свою рекламную информацию.

Индивидуальная обложка (мягкая или твердая) предполагает офсетную печать любого изображения по желанию заказчика на бумаге или ткани, матовую, глянцевую или бархатистую ламинацию на выбор.

Производим в России с европейским качеством!
РПК ТТС, +7(495)710-74-22
www.ttsservice.ru

КАМНИ ДЛЯ ВИСКИ КАМЕННЫЕ СТОПКИ ДЛЯ КРЕПКИХ НАПИТКОВ КАМЕННЫЕ КРУЖКИ ДЛЯ КОФЕ И ГЛИНТВЕЙНА



ТАЛЬКО МАГНЕЗИТ создала природа 2,3 млрд. лет назад из вулканических пород. В ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОМ природном минерале рекордные 40-50% магнезита, отвечающего за теплоёмкость. Камень от нашей компании гарантированно накапливает холод или тепло, медленно его отдавая. В России добывается только талькохлорид, который по своим характеристикам уступает в 2-3 раза. Большое количество появившихся подделок не в состоянии конкурировать с ТАЛЬКОМАГНЕЗИТОМ!

Корпоративным заказчикам предлагаем варианты подарочных наборов, брендированную упаковку и эффектную высококачественную круговую гравировку! СКЕЙЛ-сувениры, (812) 324-09-09 Санкт-Петербург
www.kamni-viski.ru
order@kamni-viski.ru

Небьющееся зеркало Bright Mirror



Зеркало, которое никогда не разобьется и не треснет, потому что оно металлическое. Несмотря на это, оно имеет прекрасные отражательные характеристики. Легкое и практичное, оптимального размера, в удобном чехле из кожзаменителя.

Зеркало идеально подходит для маркетинговых акций в качестве раздаточного материала и носителя рекламной информации.

Небьющееся зеркало Bright Mirror теперь доступно для заказа минимальным тиражом от 100 штук.

Услуга открыта с марта 2015 года.
BRIGHT CONCEPT IMEX LTD
+7 (495) 955 90 81
info@bright-concept.com
www.bright-m.com

Розничный магазин «Триум Дар» готов принять охотников за подарками



Компания «Офис-Лига ТСК» с гордостью сообщает вам о поступлении торговых марок «Signum» и «Filippi» в розничный магазин «Триум Дар» в Москве. Теперь помимо возможности заказать подарки и канцелярские принадлежности, вы можете посмотреть и купить их по адресу: г. Москва, Фрунзенская набережная, д.16, к.1, помещение IV, в здании Олимпийского комитета России.

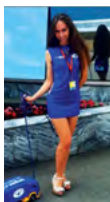
В магазине представлен широкий ассортимент подарков премиум-класса, в который отлично вписываются торговые марки «Signum» и «Filippi».

Напомним, «Signum» – это эксклюзивные посеребрённые и позолоченные письменные принадлежности. Ручки «Signum» бывают перьевые, чернильные и шариковые в разных коллекциях и с отделкой разной степени роскоши, но всегда их сопровождает невероятное чувство стиля и качества.

«Filippi» же представляет элитные изделия из кожи, начиная от настольных аксессуаров и заканчивая сумками и портфелями.

ОфисЛига ТСК, +7 (495) 642-86-77
+7 (499) 476-0730, www.ligasuvenirov.ru
www.officeliga.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

Производство ДЕКО Медиа изготовило новые кожаные чехлы для iPhone 6 и iPhone 6+



айфонов других серий.

В кожаных чехлах шестых версий айфонов производство продолжило всё так же чётко позиционировать все технологические отверстия для функциональных клавиш яблочного смартфона и применяет проверенную запатентованную систему магнитных клапанов, успешно опробованную на других чехлах для смартфонов.

Кожа в чехлах может быть применена от экономварианта до экзотических видов. В некоторых вариантах чехлов может быть применён кожзаменитель.

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

Технология изготовления предусматривает практически те же операции и процессы, которые мы используем при изготовлении кожаных чехлов для

Коллекция Colour Code



ЗАО «Компания А-Верс» представляет новинки блокнотов с боковой резинкой от немецкой ТМ «BRUNNEN» в коллекции Colour Code. Блокноты в коллекции Colour Code не имеют аналогов на российском рынке. Их выгодно отличают как внешние, так и функциональные данные. Шесть ярких цветов обложек в форматах А5 и А6. Боковая резинка, обрез и петля для ручек выполнены в одном цвете с обложкой. Пронумерованные страницы блока, два лессе, боковой карман для мелочей, клейкие закладки – все это подтверждает функциональность блокнота.

Блокноты уже на складе в Москве.

Компания А-Верс
+7(495) 921-3526 (многоканальный)
www.awers.ru
www.brunnen.ru



ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»



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

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



Победители Первой Премии МАПП 2014

ПРОМОПРОДУКЦИЯ

ГЛАВНЫЙ ПОБЕДИТЕЛЬ ПЕРВОЙ ПРЕМИИ МАПП 2014 И I МЕСТО - ЕСОРАД, ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ

www.ecopad.ru

Блокнот с ручкой. Работа, представленная на Премию, изготовлена руками домохозяек и людьми с ограниченными возможностями из остатков производственной деятельности типографии. Это экологичный, социальный и бюджетный продукт, творческая переработка отходов.

II МЕСТО - ООО «РПК ТТС», МОСКВА

www.ttsservice.ru

Блокнот-брелок из листов с клеевой полосой (постиков) с рекламной заказчика, в картонной ламинированной обложке, с внешней вырубкой, имитирующей рекламируемое изделие, на разъемном кольце для крепления блокнота на связке ключей или сумке. Блокнот-брелок является максимально точной копией рекламируемого клиентом изделия. Доступная цена позволяет массово распространять его в местах продаж рекламируемого изделия. Функционален и удобен в использовании.

III МЕСТО - 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, места для персонализации, надежная фиксация, исключающая открытие коробки в процессе переноски. Коробка изготовлена из картона, обтянута дизайнерской бумагой. Крышка коробки надежно фиксируется картонным язычком, продетым в прорезь, и зафиксированным магнитом. Цветовое оформление, переплетные материалы, ложемент различных видов изготавливаются исходя из пожеланий заказчика.

КРЕАТИВНАЯ УПАКОВКА

I МЕСТО - ООО «СТИЛЬНАЯ УПАКОВКА», МОСКВА

www.upakstil.ru

Коробка-чемоданчик - это элегантное практичное, решение упаковки корпоративного подарка. В коробке предусмотрено все: наличие ручек, привлекательный и одновременно строгий внешний вид, места для персонализации, надежная фиксация, исключающая открытие коробки в процессе переноски. Коробка изготовлена из картона, обтянута дизайнерской бумагой. Крышка коробки надежно фиксируется картонным язычком, продетым в прорезь, и зафиксированным магнитом. Цветовое оформление, переплетные материалы, ложемент различных видов изготавливаются исходя из пожеланий заказчика.

Компания «Стильная упаковка» стала призером дважды.

II МЕСТО - КОНСТРУКТОРСКОЕ БЮРО «ИГРУШКА», МОСКВА

www.i.grushka.ru

«Кадиллак мамы Элвиса» - это коробка конфет. Восхитительный розовый автомобиль (Элвис Пресли благородно подарил маме кадиллак) выезжает из гофрированного гаража и своим завораживающим внешним видом пленяет сердца.

III МЕСТО - МАСТЕРСКАЯ ЭКОЧЕЛОВЕКИ, МОСКВА

www.ecocheloveki.ru

Крафтовая коробка - Экочеловеки (цветочная керамика, сделанная вручную) упакованы в небольшие крафтовые коробочки, на которых очень лаконично изображен логотип мастерской. При желании клиента можно нанести его логотип на коробку либо наклеить сверху наклейки с логотипом, которые будут очень ярко смотреться на крафтовой бумаге.

ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ

I МЕСТО - ООО «РОСТР», САРАНСК

www.newrostr.ru

Стакан-неваляшка «Нас не уронишь» - инновационное изделие, на которое оформлено четыре 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 наносится лого заказчика, в том числе, и на упаковку.

II МЕСТО - ООО «СТИЛЬНАЯ УПАКОВКА», МОСКВА

www.profsuvenir.ru

Флешка-книга в упаковке «бандеролька» - новый формат USB-накопителя объемом 4 GB. Пластмассовый корпус флешки стилизован под миниатюрную книгу, на обложку которой наносится любое изображение, графика, надписи. Презентабельность и солидность полезному, но миниатюрному приспособлению, придает картонная упаковка-конверт. Внешне упаковка стилизована под бандероль со всеми обязательными реквизитами - получатель, адрес, почтовые марки, что позволяет сделать сувенир именным, создать интригу и настроение.

III МЕСТО - ЗАО «ПОНИ», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.adjutant.ru

Ежедневник - один из ежедневников, входящих в новогоднюю галерею Аджутант®, незаменимый помощник в каждодневной работе, флагман делового планирования и неотъемлемая часть бизнес-процесса. Он на 100% интегрирован в сферу бизнес-коммуникаций и сопровождает своего владельца на всех его уровнях.

МАСТЕР ДИЗАЙНА

I МЕСТО - ООО «ДАКОР», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.maska-mug.ru

Кружка с термохромным нанесением. В производстве кружки использованы самые современные разработки в области цифровой печати, окраски и деколирования. Изделие соответствует самым высоким требованиям: максимально прозрачный термохром при достижении заданной температуры, безопасность и безвредность материалов, более 40 различных цветов, автоматическая система окраски, ошеломляющие возможности по нанесению изображений, стабильное качество.

II МЕСТО - БЮРО ПРОЕКТОВ «МОХИТО», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

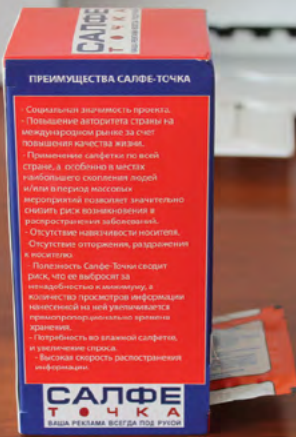
www.mojito-spb.ru

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

III МЕСТО - ООО «СЕЗАМ-ПРИНТ», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.sezam.ru

Календарь с магнитными элементами всегда выглядит празднично. Магниты частично могут выдаваться за «шапку», поэтому ее форма становится совсем уж необычной. Да и обновлять сюжет можно каждый день, в зависимости от настроения, времени года и погоды за окном.



ВТОРАЯ ПРЕМИЯ МАПП

для российских производителей
бизнес-сувенирной продукции

2015

В 2014 г. Международная ассоциация презентационной продукции учредила ежегодную премию для отечественных производителей бизнес-сувенирной продукции.

Основное требование для участия в ПРЕМИИ МАПП – представленное на конкурс изделие должно принципиально отвечать лишь одному требованию – оно должно быть отечественным и оно должно достоверно производиться.

УЧАСТИЕ

Любой желающий может принять участие в конкурсе на Премию МАПП: дизайн-студии, сувенирные компании, учебные заведения, в которых преподаётся дизайн, исследовательские лаборатории, изобретатели, профессиональные дизайнеры и студенты, обучающиеся дизайну, – все те, кто обладает творческим потенциалом и производит или размещает заказы на свою продукцию в России. Представленное изделие должно принципиально отвечать лишь одному требованию – оно должно быть отечественным и оно должно достоверно производиться.

Если ваше изделие лишь частично производится в России, то в определении страны происхождения МАПП исходит из международных стандартов определения этого параметра: если более половины себестоимости изделия производится в России, то такое изделие считается по праву российским.

ЗАЯВКА

Успейте заранее отправить заявку: заполненную анкету (www.iarp.ru) и фотографию изделия, которое

вы представляете на конкурс. В анкете заполняются данные участника, а также кратко описываются концепция изделия и причины, по которым оно с точки зрения участника достойно премии МАПП.

ВНИМАНИЕ !!! САМО ИЗДЕЛИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ДОСТАВЛЕНО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, В ОФИС МАПП НЕ ПОЗДНЕЕ 15 АВГУСТА 2015 Г.

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ - 2500 рублей за одно представляемое изделие, в одну из четырех категорий. Компания может представить любое количество изделий в любых категориях. Сумма в полном объеме должна быть оплачена до даты окончания приёма заявок - до 15 августа 2015 г.

КАТЕГОРИИ

Конкурс проводится и премии присуждаются в четырех категориях:

1. ПРОМОПРОДУКЦИЯ

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, предназначенную для массовых акций и мероприятий. Невысокая цена, универсальность потребитель-



ских свойств и креативность исполнения – 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. Креативность, 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, отгнать необычным образом изделие или даже создать более привлекательный для потребителя комплект. Креативность, 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.

ЖЮРИ

1. Лео Костылев, Президент МАПП, Санкт-Петербург
2. Сергей Воронков, генеральный директор ООО «ЭФ-Интернэшнл», Санкт-Петербург
3. Елена Алексеева, директор выставки IPSA Рекламные Сувениры, Москва
4. Евгения Лукашевич, руководитель дирекции маркетинга, рекламы и PR ООО «ЭФ-Интернэшнл», Санкт-Петербург
5. Николай Попов, директор «ПОПОВ-Дизайн» (ООО «Частная коллекция»), Пермь
6. Алексей Чачин, директор компании «ГосПЕЧАТНИК», Санкт-Петербург
7. Александр Никитин, директор компании "Главсюрприз", Москва

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ЦЕРЕМОНИИ

Церемония награждения состоится 15 октября в рамках выставки «РИДО 2015» («Реклама. Информация. Дизайн. Оформление»). КВЦ «Экспофорум», Санкт-

Петербург

НАГРАДЫ

В каждой категории жюри определит 3 наиболее интересные работы, которые и станут обладателями ПРЕМИИ МАПП «Держава мастеров».

Кроме этого, среди победителей каждой из категорий будет определён обладатель титула «Победитель Премии МАПП 2015».

Каждый из призёров и победителей Премии МАПП 2015 «Держава мастеров» будет награждён памятным подарком и дипломом МАПП. Отчёт о церемонии награждения и подробная статья о конкурсе и его участниках будут опубликованы в журналах «Профессионал РСБ» и «Лидер МАПП», в номерах, следующих за произошедшими событиями. Все представленные на конкурс изделия, ставшие призёрами конкурса, будут представлены на интернет-ресурсах и в журналах, издаваемых МАПП с указанием данных участника и выигранной премии.

Все призёры ПРЕМИИ получают от сувенирного портала МАПП, журналов «Профессионал РСБ» и «Лидер МАПП» право на бесплатные публикации.

Мы благодарим всех, кто был и будет в дальнейшем причастен к нашему мероприятию!!!

За более подробной информацией Вы можете обратиться к любому сотруднику МАПП, редакции журналов "Профессионал РСБ" и "Лидер МАПП" (812) 318-18-92/93
www.iapp.ru
info@iapp-spb.org

В ПЕРВОЙ ПРЕМИИ МАПП – 2014 приняли участие ТРИНАДЦАТЬ компаний, которые представили на суд жюри ТРИДЦАТЬ изделий российского производства:

На церемонии награждения победителей подчеркнули значимость отечественного производителя бизнес-сувенирной продукции

Торжественная церемония награждения победителей Первой Премии МАПП для российских производителей состоялась 16 октября в рамках выставки «РИДО-2014». В одном из конференц-залов КВЦ «Экспофорум» собрались участники Премии, жюри и посетители выставки.



Наш опыт показал, 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.

sibreklama-expo.ru

24-26 марта 2015
Новосибирск

сибреклама

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

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

Reklam Central Asia

Международная Выставка по Рекламе, Полиграфии, Технологиям и материалам.

28-30 Мая 2015

Алматы, Казахстан **Выставочный Центр «Атакент»**

www.reklamexpo.kz

Организатор
Алматы, Казахстан ул. Зенкова 13, Бизнес Центр «Форум» оф. 215
Тел: +7 727 266 36 80, +7 707 611 81 02-03-04
Факс: +7 727 266 36 80
info@reklamexpo.kz, www.centralasiaexpo.kz
International Office for Sales Marketing/Istanbul-Turkey
Tel: +90 212 210 94 85 Fax: +90 212 222 34 96

Central Asia Trade Exhibitions

Office Central Asia

Международная Выставка оборудования для офиса, дизайна, канцелярских товаров и промо подарков

28-30 Мая 2015

Алматы, Казахстан **Выставочный Центр «Атакент»**

www.officeexpo.kz

Организатор
Алматы, Казахстан ул. Зенкова 13, Бизнес Центр «Форум» оф. 215
Тел: +7 727 266 36 80, +7 707 611 81 02-03-04
Факс: +7 727 266 36 80
info@officeexpo.kz, www.centralasiaexpo.kz
International Office for Sales Marketing/Istanbul-Turkey
Tel: +90 212 210 94 85 Fax: +90 212 222 34 96

Central Asia Trade Exhibitions

**14–17.04
2015
ЦДХ**

**ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА**

**ВЫСТАВКА
РЕКЛАМНОЙ
ИНДУСТРИИ**



www.design-reklama.ru

EXPO-PARK

Международная Специализированная Выставка

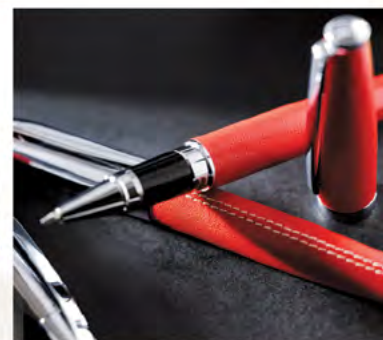
ПОДАРКИ

Салоны:

**ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ
ЭЛИТНЫЕ КАНЦЕЛЯРСКИЕ
ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА**



*Новый Год
Expo 2015*



ВСЕШ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



**Россия, Москва
ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР»
16–19 марта 2015
22–25 сентября 2015**

Организатор: **ПОДАРКИ ЭКСПО**

Под патронатом Правительства Москвы

При поддержке: Московской торгово-промышленной палаты,
Ассоциации Производителей и Поставщиков Подарков, Посуды и Бижутерии

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



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ:
ПРОМОСУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРКОВ, ТОВАРОВ
И УСЛУГ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И МЕРЧАНДАЙЗИНГА



**НОВЫЕ БОЛЕЕ
УДОБНЫЕ ДАТЫ
В СЕНТЯБРЕ
2015!**

**8-10
СЕНТЯБРЯ
2015**

**МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО
ПАВИЛЬОН 2,
ЗАЛ 8**

ОРГАНИЗАТОР
ORGANISED BY
Reed Exhibitions

WWW.IPSA.RU

РЕКЛАМА



IT'S PROMO TIME!*

ООО «Рид Ивентс»

*Время Продвижения!



СКРЕПКАЭКСПО SKREPKAEXPO

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**

Графическо-полиграфический журнал
ПОЛИГРАФИЯ

**Административный
Директор**

ВЕЩНИК
ЛИЦЕНЗИОННОГО РЫНКА

Office mart
все для офиса

**ОРОШИЙ
ЕКРЕТАРЬ**

KANST.RU

При поддержке:

АПКОР

КРОКУС ЭКСПО



Официальный медиа-партнер:

officefile

Официальный интернет-партнер:

KANZGABOZ.RU

Официальный информационный
партнер:

сегмент

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

транспорте, сво
лама, экраны, видеостены
я полиграфия, расходные материал
широкоформатное печатное оборуд
вание, web-дизайн, фотосервис
обильные конструкции, оформление
мест продаж, рекламные услуги и г
ежные рекламная печать, рекламно
кие работы, pos-материалы, бизне
екстильная печать, интернет-рекла
етинг, рекламные кампании online
енда, корпоративные подарки, гор
дская реклама, рекламная фотогр
фотопечать, наружная реклама, ст
декор витрин, web-дизайн

реклама



12+ Реклама



РЕКЛАМА
22-25.09
2015

23-я международная
специализированная
выставка



ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ №1*

Организатор: ЗАО «Экспоцентр»
При поддержке
Ассоциации коммуникационных
агентств России (АКАР)
Под патронатом
Торгово-промышленной палаты РФ

*Согласно Общероссийскому
рейтингу выставочных мероприятий
2012-2013 гг.
Подробнее о рейтинге – на сайте
www.exporating.ru

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»
www.reklama-expo.ru



НАТАЛЬЯ ЮДНИКОВА,
директор выставочных проектов
ООО «ЭкспоФорум-Интернэшнл», Санкт-Петербург

Сувенирные игры, или Как сделать участие в В2В-выставке эффективным

За последние годы российский рынок бизнес-сувениров сильно изменился. Появляются новые технологии, спрос меняется и смещается в сторону нестандартных решений. Внешние и внутренние общественно-политические факторы также погружают рынок в новые реалии. Как справиться с текущими трудностями и сделать свою продукцию востребованной?



ПЛОЩАДКА ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИЙ И ДИСКУССИЙ

Выгодно представить продукцию на суд экспертов и найти целевую аудиторию поможет участие в специализированной выставке. Особенно это касается тех проектов, которые проходят на multifunctional площадках высокого уровня. Именно там производители и поставщики рекламно-сувенирной продукции получают уникальную возможность не только показать свои лучшие бизнес-сувениры, но и найти деловых партнеров и поучаствовать в дискуссиях. Такой эффективной площадкой уже более 20 лет является ведущая отраслевая выставка Северо-Западного региона «РИДО», которая с прошлого года проходит на территории современного конгрессно-выставочного центра «Экспофорум».

На выставке 14 – 16 октября 2015 г. будет представлен широкий спектр тематических разделов в сфере рекламы, в том числе секции, посвященные реклам-

но-производственному оборудованию, полиграфии, упаковке и POS-материалам. Эксперты из России и зарубежных стран примут участие в дискуссиях по ключевым темам рекламной отрасли страны.

В прошлом году количество специалистов, посетивших мероприятие, увеличилось на 86% и превысило 4 000 человек. Эти показатели иллюстрируют, насколько выставка привлекательна и востребована в бизнес-среде.

В нелегкое время для индустрии мы хотим поддержать коллег, состоящих в МАПП. В этом году участники ассоциации смогут поучаствовать в выставке на специальных условиях. Узнавайте подробности у менеджеров проекта!

БАЙЕРСКАЯ ПРОГРАММА ПОМОГАЕТ НАЙТИ ПАРТНЕРОВ

Организаторы выставки ищут новые способы помочь своим клиентам в развитии бизнеса. Эффективными для этой цели являются мероприятия, которые позволяют участникам выиграть конечный заказ. Впервые в этом году в рамках «РИДО» будет работать байерская программа: поставщики рекламной продукции и рекламодатели смогут провести переговоры и заключить взаимовыгодные соглашения.

Комфортная бизнес-площадка для переговоров и заранее составленное личное расписание встреч значительно упростят коммуникации, а бесплатный доступ к деловым мероприятиям выставки позволит найти новые бизнес-контакты и получить актуальную информацию о рынке. При подаче заявки на участие со стендом и предоплате 50% до 31 марта участие в байерской программе – бесплатно!

КАЧЕСТВО И КРЕАТИВ ИГРАЮТ РЕШАЮЩУЮ РОЛЬ

В условиях высокой конкуренции на рынке бизнес-сувениров особенно значимы преимущества производителей – качество и креатив. Продемонстрировать эти плюсы позволяет учрежденная в 2014 году «Премия МАПП».

Впервые прошедшая в рамках «РИДО», премия вызвала широкий резонанс среди производителей сувенирной продукции. По правилам принять участие в конкурсе могли сувенирные компании, которые производят свои изделия исключительно в России. В результате на выставке было представлено 30 работ от 13 компаний. Гран-при «Премии МАПП» завоевала компания Есорад (Железнодорожный), представившая на суд жюри блокноты «экопады», произведенные из материалов вторичного пользования. В номинациях «Промопродукция», «Лидер коммуникаций», «Креативная упаковка» и «Мастер дизайна» победителями стали компании Есорад (Железнодорожный), «Ростр» (Москва), «Стильная упаковка» (Москва) и «Дакор» (Санкт-Петербург).

EXPOFORUM



Unstable business climate calls for effective marketing problems solutions. October 14 – 16, 2015 in St. Petersburg will be held RIDO trade-show. This industry fair established itself as a reliable way to present promotional products to experts and to reach target audience. RIDO is also notable for increasing number of visitors, special "bayer program", and it gives an opportunity to compete for "IAPP Prize". For companies applying before March 31, as well as for IAPP association members, privileged condition are granted.

РИ ДО

14 – 16 ОКТАБРЯ 2015

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 ·



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

+7 (812) 240 40 40

N.UDNIKOVA@EXPOFORUM.RU

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

16+



генеральный
медиапартнер

ТЕЛЕКАНАЛ
Санкт-Петербург
topspb.tv



АССОЦИАЦИЯ
«НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

Х ФЕСТИВАЛЬ НАРОДНЫХ
МАСТЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ РОССИИ

ЖАР-ПТИЦА

22 - 26 апреля 2015

ВВЦ, павильон №69

ВХОД СВОБОДНЫЙ

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



ХІХ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ - 2015

ЗИМНЯЯ СКАЗКА

16 - 20 декабря

- Экспозиция эксклюзивных изделий промыслов;
- "Город мастеров" - демонстрация приемов художественного мастерства;
- Презентации, мастер-классы;
- Выступления фольклорных коллективов, показы мод;



ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

Адрес: г.Москва, Краснопресненская наб., 14; 1-й Красногвардейский пр-д (ст.метро "Выставочная")

Тел.: (499)124-25-44, 125-67-92, 124-08-09
www.nkhp.ru nkhp@mail.ru



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП

Двадцать лет с одним чемоданом, или Когда количество не заменяет качество

Почти 20 лет президент МАПП Лео Костылев пристально наблюдает за развитием крупнейшей в Европе выставки рекламно-сувенирной и промпродукции PSI. И как участник, и как посетитель – он оценивает выставку со всех сторон. Затянувшийся европейский кризис последних лет не мог не коснуться этого мероприятия, и в некоторых аспектах PSI 2015 года продемонстрировала себя не с лучшей стороны. Тем не менее, несмотря на ряд организационных моментов, она остается надежным ориентиром в море промсувенирного бизнеса.

Лео, как часто вы посещаете выставку PSI? Когда были впервые? Помните ли свои первые впечатления? Как изменилось ваше отношение к выставке со времени первого посещения?

Выставка PSI знакома очень хорошо. Я думаю, впервые я попал на неё году в 96-м, тогда ещё совсем начинающим в этой отрасли. Помню, как удивился, что все идут на выставку с чемоданами на колёсиках. Неужели это всё опаздывающие на работу стендисты? Через час всё понял. К этому моменту количество набранного материала было уже столь значительным, что плечи отваливались и походка стала гусиной. Вечером того же дня купил чемодан, с которым и до сих пор иногда езжу на PSI. Поразили масштабы; казалось, что обойти всех не хватит не только трёх дней, но и трёх недель.

Сейчас, конечно, всё не так. И свежесть впечатлений отсутствует, да и выставка претерпела гигантские изменения. К сожалению, не всегда в лучшую сторону. Хотя, в принципе, отношение к самому мероприятию изменилось мало. PSI по-прежнему – главное событие сувенирного года Европы.

Скажите, что для вас PSI? Работа? Поиск новых идей? Хороший отдых после насыщенного работой конца года?

Много лет ездил на PSI в качестве члена ассоциации и посетителя. В последние два года роль изменилась, теперь я – экспонент. PSI и раньше была для меня работой, а теперь и подавно. Немного жаль, что PSI всегда проходит тогда, когда в России, да и Финляндии, отдыхают, и можно было бы расслабиться после удачного или, наоборот, неудачного сезона.

С вашей точки зрения, какие изменения в работе выставки произошли за последние несколько лет?

Стало явно меньше экспонентов, и, хотя организаторы стараются поддерживать цифры в нужном порядке, сравнить пользу от посещения стендов нынешних экспонентов-новичков с тем, как было в середине 2000-х, трудно. Выставка потеряла в качестве. Не буду анализировать причины этого, хотя ясно и так, что основная – кризис почти во всех странах Европы, но количество не заменило качество.

Как экспонент, заметил изменения к худшему даже по сравнению с прошлым годом. Люди более нервные, каждый жест приходилось оплачивать и суммы в итоге оказались немалыми.

Даже год назад вопросы организации решались проще, веселее и дружнее. Приведу лишь небольшой пример: заказал на стенд витрину с подсветкой (295 евро) и электричество (110 евро). На месте выяснилось, что розетка от витрины далеко, и одно в другое не подключается. Первым предложением организаторов было сделать подключение самому. Когда мне удалось достучаться до мозга организаторов, что электрические работы требуют допуска, и производство их без такового снимает с производителя ответственность за противопожарную безопасность, они зашевелились. И опять встал вопрос оплаты. Пришлось опять убеждать, что четырёхсот евро за витрину и электрическую розетку должно с лихвой хватить на то, чтобы в витрине горел свет.

Вот так с трудом решались все вопросы, хотя ещё год назад подобных ситуаций не возникало.

Вы знаете, что наша ассоциация плотно сотрудничает с PSI и мы могли бы передать ваши пожелания организаторам. Что бы вы хотели им сказать, чего пожелать, на что пожаловаться?

Как Президент МАПП, считаю, что на этот вопрос мне отвечать не нужно. Я знаю, что пожелаю руководству выставки PSI.

Существует мнение, что выставка, как инструмент маркетинга, теряет своё значение. Согласны ли вы с этим? Поедете ли на выставку PSI в следующем году?

Очень сложный вопрос. С одной стороны, очень не хочется отвечать на него положительно. Ибо выставка остаётся самым дешёвым, на определённом качественном уровне инструментом маркетинга коммерческой компании. Хотя нельзя не констатировать заметное снижение интереса посетителей к выставкам. К сожалению, интернет «отъедает» от выставок часть посетителей, и, соответственно, участие в выставках становится всё более дорогим год от года. Это досадно, ибо ни интернет, ни другие инструменты маркетинга не являются такими всеобъемлющими и многогранными, как выставка. Поеду ли в следующем году? Очень хотелось бы. Хватит ли денег? Другой вопрос.



IAPP president Leo Kostylev is a veteran of PSI trade-show. Nearly 20 years he is a regular visitor of the fair, and he became its direct participant in recent years. According to the results of the exhibition in 2015, he shares his views on the quantitative and qualitative changes that PSI has undergone.



АЛЕКСАНДР НИКИТИН,
главный по подарочкам, Главсюрприз

Концерт для трио с альтом или 5 глотков Дюссельдорфа

Поскольку предисловий все равно не читают, позволю себе два.

1. У любого приезжающего в Дюссельдорф делового сувенирщика (бизнес-подарочника, промопродюциониста) есть 2 основных маршрута: Messe (Выставочный комплекс) и Altstadt (Старый город). И там и там можно встретиться со старыми партнерами, завести новые контакты, увидеть, кто приехал из российских коллег и выпить местное пиво Alt...

Тут я собирался поделиться информацией о 5 классических сортах и одним неожиданным, но моя компаньонка Ольга строго упредила: Шура, не интригуйте пенной, скажите за жизнь. Ладно.

2. Как-то в интервью режиссера Сергея Пускепалиса услышал емкую мысль: главное определиться для кого ты живешь: для друзей или для врагов. Ради чего твои поступки и свершения: сделать счастливыми друзей, родных и маму или что-то доказать врагам...

Вопрос «Профессионала» в ноябре 2014-го: должны ли российские компании ехать на PSI? - заставил нас задуматься: А должны? А зачем? А мы-то зачем? 20 поездок в Дюссельдорф на двоих... Полные шкафы трофейных каталогов, заставших жирные года торговли с Европой... Может не ехать? Подождать пока курс устаканится? Или послать кого-то одного в экспресс-тур «каталоги собрать»? Или наказать Европу своим неприездом? Еще раз прокрутив в голове для кого живем и работаем, мы решили не ужаться, а расширяться и... сообразить на троих. С нами отправилась Евгения.

СООБРАЗИМ НА ТРОИХ ИЛИ ЧИК-ЧИК, Я В ДОМИКЕ

Как у любых уважающих себя компаний, у нас с Ольгой есть принципиальные противоречия. Одно из них: где лучше пиво-еда-атмосфера – в Uerige или Schumacher? Поскольку до сих пор мы ездим вдвоем, в этом вопросе была очень боевая ничья. Судьба Евгении, на которую ложилась роль склонителя чаши весов, заранее казалась незавидной.

Вместо отеля сняли домик. Это оказалось дальше от выставки. Но имело и свои плюсы. Ранние гостиничные завтраки сменили плотные домашние вторые ужины до утра с просмотром каталогов и

настольными играми. А кофе с круассаном организаторы раздавали бесплатно при входе на выставку. Наши устроители могут взять европейский опыт на вооружение.

Что касается нашего личного опыта, то в предыдущие разы мы использовали разные «техники» прохождения выставки. От монстров-универсалов к стендам одного продукта и наоборот. От последнего павильона к первому... В этот раз, как профессиональные ловцы впечатлений, мы решили идти по наитию «куда свернем, туда и нужно». При верном настрое все само притягивается.

УЛЫБКА БЕЗ СОМНЕНИЯ. ИНОГДА ОНИ ВОЗВРАЩАЮТСЯ

Если бы на выставке вдруг отключили свет, то в 11-м павильоне этого бы не заметили. Именно там, плечом к плечу, вернее, стендом к стенду расположились 2 мощных отечественных светила. Фирменная улыбка Александра Гладышева из Хэппи Гифтс и пронзающий тьму взгляд Викинга сувенирного рынка России - Лео Костылева. В общем, как в песне: «и улыбка без сомнения вдруг коснется ваших глаз, и хорошее настроение закрепляет «Солиась»».

Констатируем: люди к ним шли, наших знают. То же самое можем сказать и о международном отделе Проекта 111. Русской речи возле их стенда F.O.R было существенно меньше, чем немецкой, английской, голландской...



Впрочем, родного языка не было слышно и в других павильонах. Ухо напряженно прислушивалось и отказывалось верить. Еще два-три года назад наш великий могуче звучал в каждом проходе. Ощущение, что россиян в рядах посетителей немного, подтвердили Дмитрий Боргин из Promotion tops и Александр Левицкий из Troeber. Возможно, впервые у них на утро третьего дня не болела голова.

Органы чувств в этот раз были воспалены до предела. Про слуховые aberrации я уже упомянул, настала очередь зрительных и осязательных. Сперва пришлось потереть глаза при виде Ричарда Лариби. Человека, который, подобно Петру Первому, явился в 90-х из Голландии и долгие годы прививал русскому сувенирному боярству европейский манер. А затем вдруг провел операцию «Преимник», передал эксклюзив ГК «Круг» и исчез. Вместе со стендом PF Concert, некогда самым грандиозным на PSI.

И вот он стоит, настоящий улыбающийся Ричард, а за его спиной... ушпните меня... стенд PF Concert... Не такой гигантский, как раньше, и не то, чтоб ломющийся от новинок... Впрочем, детально мы не вглядывались. Что реально приготовил PF, мы, наверняка, скоро узнаем от Владимира Слуцкого.

Конструктивно прошла встреча с российскими представителями на стенде Xindao. За полчаса удалось осмотреть витрины и решить вопросы, на которые в Москве не хватало никакого времени.

Разговор с Владимиром Шарыповым о роли ручки Senator, как вечного стержня проморынка, плавно перетек в геополитическую и культурологическую беседу. Кто знаком с Владимиром знает, как ловко у него это получается.

ДЕЛАЙ СЕЛФИ, ДЕЛАЙ СЕЛФИ, ОСТАЛЬНОЕ – ДРЕБЕДЕДЕНЬ...

В номинации тренд сезона безоговорочным лидером стала селфи-палка. Она стреляла с каждого третьего стенда. В номинации «как они это продают» золото разделили производители индивидуальных насадок на верхнюю пуговичку бейсболки. И изобретатель флажков на скрепке, крепящихся на дужку очков. Человек-флаг рассказал, что он владеет гостиницей, а сувениры на скрепках – хобби. Еще одно хобби – рыбалка. Узнав, что мы из России, он рассказал об отличном улове в Астрахани. Но признался, что не может понять, как русские едят «vobla»... Видимо, как нам не понять флажки на скрепках... В не самом приметном углу мы нашли самый пронзительный подарок выставки. Устройство, с помощью которого любой прохожий может сделать потерпевшему прямой массаж сердца, не боясь сломать ребра. Металлическая кнопка, способная подарить жизнь.



Было ли еще что-то новенькое? Интересненькое? Но этом месте я собирался остановиться подробнее, но Ольга мягко намекнула: Александр, наступает момент истины - нас ждет Uerige. Пришлось согласиться, учитывая, что потом еще в Schumacher.

ШТИРЛИЦ ЖИВЕТ ЭТАЖОМ ВЫШЕ

Впервые за 14 лет у нас появилось время погулять по Дюссельдورфу. Вероятно, многие наши коллеги посмотрели достопримечательности еще в прошлом веке, но раньше нас хватало только на выставку, а после на вечерний шоппинг и ночной Альтштадт.

В этот раз мы попали на Кифернштрассе. На пути к ней, как камень у 3-х дорог, стоит памятник Великому Русскому Поэту А.С. Пушкину. Именно так на памятнике и написано во избежание разночтений. Все дома на Кифернштрассе расписаны местными и неместными художниками. Полет фантазии от черно-белого домкроссворда до китайской пагоды.

Право поставить восклицательный знак в нашей программе завоевала похожая на этот самый знак Дюссельдорфская телебашня. А вращающийся ресторан, делающий за час оборот на 180 градусов, должен был эффектно подчеркнуть широту открывающихся в Новом году перспектив.

За 20 секунд лифт вознес на 168-й этаж. Вау! Завораживающий вид на Рейн, известное нам ранее пиво из самой старой немецкой пивоварни... Дас ист фантастиш! - готово было сорваться с языков, но что-то смущало...

Точно! За полчаса ресторан не повернулся и на метр. А то, что вначале было принято за отклонение от генеральной линии, оказалось следствием сдвигания кресел поближе. Ничто не задевает нашего человека, как жгучее чувство несправедливости. К ответственности за неработающее «Колесо обозрения» был призван бармен. Его ответ звучал, как анекдот про Штирлица: ресторан-вертушка этажом выше, а Вы в совершенно статичном баре. Еще пива?

Ну, нет. Пива «на ход ноги и взлет крыла» решено было оформить в Старом городе. (Необычно тихом и почти полностью немецком вечером воскресенья). Сидя за столиком в Альтштадт, мы вспомнили... Дюссельдорф-2014. По нехитрым подсчетам в уме он принес не только новые знакомства, но и несколько крупных заказов.

Как будет в 2015-м? Сможем сказать через год. А пока... прощальная котлетка и пиво в Uerige, контрольный стаканчик в Schumacher...

МОМЕНТ ИСТИНЫ ИЛИ ПИВНАЯ ДИПЛОМАТИЯ.

Если кого-то сердобольного интересует судьба Евгении, она - жива. Совершенно не смущаясь, она заявила, что пиво и рулька интересней в Schumacher, а котлетки и атмосфера - в Uerige. Смелость и природная дипломатия оставили в силе не только интригу, но и шансы на ее поездку в следующем году.

Tschüßi Dusseldorf. Bis 2016.

Живите для друзей.

Главсюрприз,

+7 (495) 626-49-00

www.glavsurprise.ru



Traveling trio from Glavsurprise company shares its impressions after a trip to Dusseldorf for Europe's largest promotional products trade-show PSI. Traditional trip to Germany brought traditionally tones of impressions based on Russian presence on the international market, meetings with old acquaintances and senzon updates discoveries, as well as the best sorts of beer.



Выставки Китая: расширенная программа

Весна – очень активное для Китая выставочное время. И помимо крупных сувенирных выставок, которые нам всем хорошо известны, здесь без остановки проходят индустриальные и промышленные экспозиции, имеющие косвенное отношение к нашей сувенирной отрасли. Хотелось бы пробежаться по главным из них. Наверняка многие могут вас заинтересовать.

HOMEDECOR & HOUSEWARES CHINA, HOMTEXTILE & HOMEDECOR CHINA (18.03 – 22.03)

Одновременно на двух разных этажах выставочного центра Паджоу в Гуанчжоу проходят две очень близкие по тематике выставки по дизайну и декору интерьера. Единственное их отличие в том, что одна более ориентирована на домашний текстиль, другая – все-таки на предметы интерьера. Но это деление иногда бывает весьма условным. Эти две выставки про-

ходили в одно время не всегда, но три года назад организаторы решили объединить их вместе, видимо, чтобы избежать путаницы. Теперь многие посетители даже не догадываются, что посетили не одно мероприятие, а целых два.

Чем они могут быть полезны? Примерно 30% экспонентов – это непосредственные представители производства. В данном случае ими являются фабрики посуды, изделий из стекла, керамики, пластика. На выставке в большом количестве

представлены интерьерные новинки, а также множество сувенирных мелочей. Например, в прошлом году здесь можно было найти кухонный ежедневник для рецептов в форме разделочной доски с деревянной обложкой. Чем не идея для корпоративного подарка?!

SING CHINA (02.03 – 05.03)

Выставка рекламы, в том числе наружной, информационных знаков и указателей. Проходит в Гуанчжоу. На выставке есть все, что может понадобиться для оформления точек продаж: от полочек для буклетов до различного светового оборудования. Есть даже мебель для офиса: одна компания, например, на прошлой сессии предлагала изготовление диванов по форме логотипа заказчика. Кроме того, есть батуты, бассейны, шары, костюмы – куча идей для всевозможных промоакций.

PRINTING SOUTH CHINA (09.03 – 11.03)

Выставка проходит одновременно с грандиозной выставкой упаковки PACKINNO в Гуанчжоу. Здесь представлены самые современные способы печати, нанесение изображений на различные поверхности различными методами, обработка продук-



Аудитория у CHINAPLAS самая разнообразная. Учитывая, как широко задействован пластик в производстве промо- и сувенирной продукции, выставка должна оказаться очень интересным событием для участников рекламного рынка России.

ции и смешанные техники. Обязательно будут представлены и новинки печатного производства, потому что отрасль развивается очень быстро. Хорошая печатная идея может стать «фишкой» любого сувенира, сделать его необыкновенным. А для тех, кто занимается презентационной продукцией, выгодно подчеркнуть логотип клиента – особенно актуально. Можно найти идеи для POS-продукции и различных типов презентаций, оформления товаров в местах продаж. Также здесь есть возможность найти поставщиков сырья для производства.

JINHAN FAIR FOR HOME & GIFTS (01.04 – 03.04)

Пожалуй, самая малоизвестная выставка сувениров и подарков. Проходит в Гуанчжоу в начале апреля, за три недели до всемирно известной «Кантонской ярмарки». Эта выставка частично субсидируется государством и призвана поддерживать мелкий и средний бизнес провинции. Соответственно, в выставке принимают участие игроки помельче. Здесь, например, можно обнаружить прекрасные изделия ручной работы: керамику, плетеные и вязаные предметы, изделия из бамбука. Очень много китайских национальных сувениров, предметов интерьера из камня и дерева.

GIFTS & HOME SHENZHEN (25.04 – 28.04)

Выставка проходит в Шеньжэне одновременно с «Кантонской ярмаркой». Одной из ее особенностей является внимание к предметам интерьера и искусства. В основном, конечно, традиционного китайского. Большая часть экспонентов – местные компании провинции.

CHINAPLAS (20.05 – 23.05)

По данным от организаторов, это самая гигантская выставка пластиковой и резиновой продукции в мире. В том числе, самая большая по площади и количеству участников. В этом году анонсировано участие более 5 000 компаний. Большая их часть – производители, достаточно крупные игроки рынка. Выставка демонстрирует весь спектр товаров из пластика, а также сырье и аппаратуру для их производства и упаковки. Поэтому аудитория у CHINAPLAS самая разнообразная. Учитывая, как широко задействован пластик в производстве промо- и сувенирной продукции, выставка должна оказаться очень интересным событием для участников рекламного рынка России.



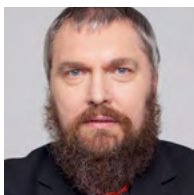
С наилучшими пожеланиями,
Александр Киракосян,
генеральный директор
BRIGHT CONCEPT IMEX LTD
+7 (495) 955 90 81
info@bright-concept.com
www.bright-concept.com



Business activity doesn't stop in China all year round. A lot of trade-shows don't dedicated directly to promotional products production or supply, but industry experts will find many interesting events that are indirectly related to their business. These fairs are devoted to production plastic goods, as well as decorative and household wares. We invite you to learn more about surprising discovers waiting professional at Southeast Asia this spring.



5 вопросов МАПП профессионалу



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП

1. В 2008-2009 годах Россия пережила кризис. Многие компании перестали существовать, зато для других открылась возможность дальнейшего развития. В этом году, по-видимому, нас ждёт «вторая волна» кризиса. Как вы видите положение своей компании в этой ситуации? Как вызов? Как препятствие? Или, может быть, как возможность для увеличения своей рыночной доли?

В том кризисе получила «сильную пробоину» и моя компания. В течение тех двух лет у меня произошли сразу несколько очень неприятных больших событий. Пропал большой груз: из Финляндии выехал, а в Россию так и не приехал. В двух моих финских компаниях одновременно начались комплексные налоговые проверки, которые «ободрали» меня как липку. Сгорел наш московский офис. Мы так и не смогли оправиться после этого пожара, и офис пришлось закрыть. В Питере мы как раз переехали в новые большие помещения, наконец-то собрали офис, производство и современно оборудованный склад под одну крышу, и начались проблемы с продажами – кризис. Так что можно сказать, что тот кризис почти убил меня. Но, как сказал Ницше: «Яд, который не убивает нас, делает нас сильнее». Все эти годы я утешаю себя тем, что стал сильнее. Нового кризиса я не боюсь просто потому что всё, что можно было потерять, я уже потерял. Всё, что у меня осталось, уже у меня не отнять никакому кризису. И рыночную долю для своих ручек «Салиась» действительно рассчитываю увеличить, просто за счёт повышения узнаваемости бренда.

2. Если ваша компания создала какую-то стратегию работы в кризисной ситуации, не могли бы вы вкратце поделиться теми её частями, которые не считаете секретными? Какие советы вы можете дать вашим партнёрам и конкурентам?

Давать какие-либо советы я не считаю себя вправе. Более того, считаю, что чем сложнее проблема, тем меньше должно быть постороннее вмешательство в неё. Каждый должен важные решения принимать сам.

Никаких секретных стратегий у меня тоже нет. Я не гонюсь за оборотами, своей главной задачей считаю производство качественных изделий и всеми средствами пытаюсь избегать искушения идти на какие-либо компромиссы в этом отношении. А качество, я уверен, найдёт дорогу к потребителю само, его не надо сильно проталкивать. Клиентскую базу тоже не стремлюсь расширять, скорее, углублять, то есть, укреплять уже существующие

связи с теми, кто поверил в нас и продаёт наши изделия. Это профессионалы высочайшего уровня, и моей единственной задачей является помогать им в силу своих возможностей.

3. Пока тотальных поставщиков промпродукции в России всего несколько. Есть шанс сесть за стол переговоров и договориться о правилах работы не только для своей компании, но для всей отрасли. Кризис в этой ситуации может быть только помощником. Возможно ли с вашей точки зрения такое развитие событий? От кого должна исходить такая инициатива?

Да, возможность такая есть, но если оглянуться немного назад, то шансы для подобных действий возникали и раньше. И ещё никогда они не конвертировались в реальные действия. Если хотите знать моё мнение на этот счёт, то я уверен, что каждый из этих «тотальных поставщиков» (надо же какое словосочетание для них придумали!) слишком увлечён собой и своим бизнесом, чтобы всерьёз озаботиться делами других и отрасли в целом. Такой эгоизм можно считать здоровым на ранних стадиях развития бизнеса, но когда компания выросла и глубоко интегрирована в отраслевые коммуникации, эгоизм начинать тормозить развитие. Причём не только самой компании, но и всей отрасли. И чем больше рыночная доля такой или таких компаний в отрасли, тем это торможение заметнее.

4. В развитие начатого в предыдущем вопросе, не кажется ли вам разумным «поделиться», так сказать, дилеров. Сегодня все дилеры работают со всеми каталогами. В длительной перспективе это невыгодно как поставщикам, так и конечным заказчикам. Если бы переговоры могли состояться, согласились ли бы вы на такое решение? На каких условиях?

Меня на эти переговоры, слава Богу, не пригласят. Если только в качестве организатора, как Президента ассоциации МАПП. На эту роль я бы согласился и даже могу торжественно пообещать сидеть тихо и своих предложений не высказывать. Потому что я понимаю, что дела отрасли важнее, чем мои личные, ибо моя компания – маленькая лодка в океане, и она качается в такт волнам. А вот те, кто эти волны создаёт, действительно, должны бы договориться, и в разделении дилеров я вижу большой и светлый смысл. И нам всем стало бы комфортнее «качаться на волнах», если бы они смогли договориться.

5. Рыночная экономика подвержена кризисам. Они были и останутся до тех пор, пока не изменится сама система. Россия в прошлом попробовала другой тип хозяйствования - плановую экономику. С вашей точки зрения, не стоит ли современным руководителям экономики перенять её некоторые удачные черты? Или вы целиком за рынок?

Рыночная экономика и есть кризис. Главное её достоинство в том, что это наиболее естественная из всех экономических моделей, то есть наиболее приближенная к законам природы. И беда её в том же. Природа несправедлива, а мы желаем, чтобы наша экономика была справедливой. Но тогда она перестанет быть рыночной. В плановой экономике было больше справедливости, она была более разумной, но она искореняла в людях такие качества как инициативность, желание и умение прини-



АНДРЕЙ ДЕГТЯРЕНКО,
председатель совета директоров компании
«Проект 111»

1. В 2008-2009 годах Россия пережила кризис. Многие компании перестали существовать, зато для других открылась возможность дальнейшего развития. В этом году, по-видимому, нас ждёт «вторая волна» кризиса. Как вы видите положение своей компании в этой ситуации? Как вызов? Как препятствие? Или, может быть, как возможность для увеличения своей рыночной доли?

Положение видим достаточно стабильным, не видим поводов для паники. Вызовом рукотворный кризис назвать сложно, скорее, это цена, которую приходится платить за неизжитые остатки имперского советского сознания в головах наших соотечественников. Доля вырастет не среди поставщиков в первую очередь, а вырастет доля складских заказов как таковых в связи с сокращением горизонта планирования.

2. Если ваша компания создала какую-то стратегию работы в кризисной ситуации, не могли бы вы вкратце поделиться теми её частями, которые не считаете секретными? Какие советы вы можете дать вашим партнёрам и конкурентам?

Специальной стратегии нет, необходимо в первую очередь избавиться от иллюзий, что завтра все вернется – нефть по 100, доллар по 30, санкции отменяют, и т.д. Россия разрушила свою репутацию в цивилизованном мире на годы вперед, и расплата тоже будет долгой. Тем не менее в этих условиях тоже можно работать и зарабатывать. Ключевое – быстрое принятие решений.

3. Пока тотальных поставщиков промпродукции в России всего несколько. Есть шанс сесть за стол переговоров и договориться о правилах работы не только для своей компании, но для всей отрасли. Кризис в этой ситуации может быть только помощником. Возможно ли с вашей точки зрения такое развитие событий? От кого должна исходить такая инициатива?

Не очень понимаю вопрос. Что такое правила работы? Если речь о картеле – они запрещены законодательством. Если речь о деловой репутации, деловой этике, достоверности публичной

мать решения. К тому же, она в какой-то степени ограничивала свободу человека, по крайней мере, свободу выбора. А человек должен быть свободным, чтобы оставаться человеком. В 60-е годы, когда никто не верил в скорое исчезновение плановых экономик и вообще коммунистических государств, создавались различные теории конвергенции, то есть некоего слияния двух экономических систем. Теперь все они уже забыты, и напрасно, ибо я уверен, что в плановой экономике были черты, которые бы следовало перенести в нашу современную хозяйственную жизнь. Безудержное потребление влияет на человека не менее пагубно, чем отсутствие свободы выбора. В отсутствие последней человек не может достичь духовного единения с окружающим миром, а первое уничтожает в нём желание даже к первым шагам на этом пути. Вот и думайте, что лучше.

информации и т. д. – для этого не нужно садиться за стол, каждый действует в меру своего уровня представлений о бизнесе, он у всех, как мы видим, существенно разный.

4. В развитие начатого в предыдущем вопросе, не кажется ли вам разумным «поделить», так сказать, дилеров. Сегодня все дилеры работают со всеми каталогами. В длительной перспективе это невыгодно как поставщикам, так и конечным заказчикам. Если бы переговоры могли состояться, согласились ли бы вы на такое решение? На каких условиях?

Заказчику как раз это крайне выгодно – когда дилер ему предоставляет выбор не из одного каталога, а из 3-4. А по-хорошему сильных каталогов должно быть минимум 7-8. Поэтому движение здесь имеет смысл только ровно в обратном направлении.

5. Рыночная экономика подвержена кризисам. Они были и останутся до тех пор, пока не изменится сама система. Россия в прошлом попробовала другой тип хозяйствования - плановую экономику. С вашей точки зрения, не стоит ли современным руководителям экономики перенять её некоторые удачные черты? Или вы целиком за рынок?

Плановую экономику я помню хорошо. Людей с рулонами туалетной бумаги на шее и теннисные ракетки в магазине в Коми, когда до ближайшего корта было несколько сотен километров. Спасибо, не надо. К тому же причины нынешнего кризиса к рыночной экономике не имеют ровно никакого отношения.



Crisis... Crisis never changes. And its economic consequences remain unchanged regardless of age. How to reduce the destructive impact or even turn into an advantage every company has to decide by itself. According to professionals in promotional products market, it's a chance to deepen their sales and diversify their range in favor of the end customer. It's time to remember past losses and to make final decision who is a partner and who is implacable rival on the market. to remember past losses and to make final decision who is a partner and who is implacable rival on the market.



Участники Клуба скидок МАПП

Скидки действительны для всех категорий участников МАПП

25%

LEDD Company

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.ledd.su

15-20%

Компания 000 «Стильная упаковка»

Профессиональные сувениры

Скидка на мобильные аккумуляторы (power bank). Емкость от 2200 mAh до 11000 mAh, оригинальные решения — аккумуляторы в виде записной книжки, губной помады, флаги, 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»

fusk@.Ru

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

20%

Компания «ГлавПосПром» (ООО «Респект»)

ГЛАВ ПОС ПРОМ

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, многофункциональность, продуманность до мелочей, доступная цена.

Выберите свой WENGER в интернет-магазине

www.wenger-russia.ru

20%

ЗАО «Компания А-Верс»

A-VERS OFFICE SUPPLIES

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

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

25%*

Nezabudka-silk.ru



Аксессуары из шелка и кожи ручной работы класса «От-

кутур» и массового производства в целях продвижения различных торговых марок: цветы, бабочки, украшения на ремни, броши, ободки, браслеты. Есть возможность нанесения логотипа компании или просто прикреплённой этикетки с логотипом.

*при заказе от 100 000 руб.



20%

IFSA 5%
POWERED BY PSI

PSI



Технологии идут «в ногу» с экологией!

Экогаджеты постепенно завоевывают доверие и признание, и уже сегодня экологичность становится неотъемлемым атрибутом разработки IT-новинок. IT-действительность постепенно окрашивается в экологичные цвета с применением green-технологий.

Замена используемых в традиционных корпусах USB-flash-накопителей (флешек) полимеров на более экологичные придают произведенному гаджету привлекательность за счет использования натуральных природных материалов.

Экостиль гаджетов WOODLINE создается посредством введения натурального дерева в элементы внешнего вида устройств. В данном случае в основе корпусов – натуральный бамбук, поверхность которого покрыта шпоном ценных пород дерева, таких как падук, тик, кремовый дуб, эбеновое (чёрное) дерево. Материал, используемый для корпусов, выращивается на специальных плантациях, либо, как в случае с бамбуком, является отходами производства паркета.

USB-flash-накопители WOODLINE представлены в трех вариантах исполнения геометрии корпусов:

WOODLINE-L – форма квадратная с асимметричным округлым краем

WOODLINE-M – форма квадратная с симметричными закругленными краями

WOODLINE-S – форма прямоугольная с симметричными закругленными краями

Все представленные корпуса имеют выдвижной USB-коннектор

и вощеный шнурок из натурального материала для крепления к ключам.

Перспектива развития экогаджетов неотвратима! И дело не только и не столько в моде, сколько в осознанной необходимости. Уже сегодня нам стоит серьезно задуматься над тем, как использовать те ресурсы, которые нам дала природа. И... научиться беречь их. Поэтому даже самые глобальные корпорации, производящие IT-продукцию, будут вынуждены сделать свой продукт «зеленым». А мы с польской компанией ZaNaDesign начинаем уже прямо сейчас!

Для заказа гаджетов WOODLINE с логотипом обращайтесь к представителю - LEDD Company
Удачных покупок и продаж,
коллектив LEDD Company
www.ledd.su www.usb2b.ru
info@ledd.su +7 495 646 09 08



Ecological compatibility becomes an inherent part of IT-innovations. For example, polymers are used for USB flash cards production less frequently. In the collection of environmental friendly gadgets "WOODLINE" polymers are replaced by natural materials.

РУЧКА, как бизнес-сувенир:

продолжение темы

Производитель – Поставщик – Корпоративный заказчик

Два года назад мы открывали первый «Круглый стол»* в нашем журнале с темы рекламных ручек. Прошло время, и мы решили вернуться к начатому обсуждению, ибо, с нашей точки зрения, смысл выбранного нами формата состоит в возможности дальнейшего осмысления и дополнения изложенных фактов, а значит публикация должна иметь продолжение. Это тем более актуально теперь, когда страна переживает очень интересный момент в своем развитии. Рекламные ручки были и остаются одним из самых популярных бизнес-сувениров, и этот факт лишь укрепляет нас в мысли, что продолжение обмена мнений на эту тему может оказаться полезным для всех участников нашего рынка.



НУШИН ЛОЙКО,

глава Представительства
АК «Продир Интернэшнл», Швейцария

«С середины семидесятых годов мы являемся лидерами по производству качественных сувенирных ручек. Все компоненты наших ручек полностью производятся в Швейцарии, кантон Тичино. Это гарантирует высокие стандарты качества. Забота о деталях и инновационный дизайн, получивший множество наград, идут в ногу с экологической рациональностью. Мы предоставляем возможности персонализации для поддержки имиджа наших клиентов, чтобы проморучка могла наилучшим образом отразить ценности их бренда. Представительство в России было открыто в конце 2006 г.»



ИЛЬЯ ЦИГЕЛЬНИЦКИЙ,

генеральный директор
ООО "Вики Восток", Москва:

«Сувенирные ручки "Грант". Бренд создан в 2003 году. Российский бренд. Бренд "Италиано Веро" - зонтичный бренд итальянских ручек, выпускаемых по лицензии Seven Steel srl. Бренд выведен на российский рынок в 2007 году. Наиболее известная на рынке модель - Каролина.»



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,

владелец фабрики пишущих принадлежностей «Салиась», Санкт-Петербург:

«Коллекции пишущих инструментов марки «Салиась» являются уникальными, поскольку в данный момент никто в России не производит подобной продукции. Наши ручки обладают всеми необходимыми качественными характеристиками и снабжены деталями от лучших производителей подобных изделий, и тем не менее, они всё же являются истинно отечественной продукцией, дизайн и сборка которой производится в России с 2007 года.»

*«Профессионал РСБ» - 2013. - №55. - с. 42-48.

Ручка, как бизнес-сувенир:

Производитель

МАПП: Продолжаете ли вы производить рекламные ручки?

Нушин Лойко: Да, мы продолжаем производить письменные принадлежности для рекламных целей.

Илья Цигельницкий: Да, мы продолжаем производить рекламные ручки.

Лео Костылев: Да, продолжаем и, как это ни парадоксально, даже развиваемся: создаём новые модели, совершенствуем уже имеющиеся

МАПП: Какие изменения произошли в вашей компании за прошедшие два года? Как это коснулось рекламных ручек - темы нашего круглого стола?

Нушин Лойко: Наша компания сосредоточилась исключительно на производстве письменных инструментов, и у нас появились две новые модели DS8 и DS9. Модели DS9 в 2014 году была присуждена престижная награда в конкурсе «iF Product Design Award».

Илья Цигельницкий: Готовились к кризису... что-то успели, что-то нет.

Лео Костылев: Компания потихонечку растёт, хотя в условиях нестабильной экономики и рост получается какой-то не очень заметный. Но мы этим не столь озабочены, поскольку нашей главной задачей является выпуск качественных пишущих инструментов, и любой приобретаемый нами опыт в этом отношении чрезвычайно важен. Как раз отсутствие шквальных продаж, скорее, помогает нам, ибо есть время на спокойный вдумчивый труд и доведение каждого узла и детали до максимальных качественных параметров.

Самым заметным изменением в нашей деятельности за прошедшие годы явилась смена поставщика стержней для шариковых ручек. Если раньше мы использовали готовые немецкие стержни очень хорошего качества, но не самые лучшие в мире, то теперь мы перешли на использование самой передовой технологии в этом направлении. Наши шариковые механизмы производятся в Швейцарии одним из мировых лидеров. Они же поставляют нам и пасту, которая единственная подходит к их механизмам. За счёт этого писать наши ручки стали ещё мягче, тоньше и дольше. Но что ещё более важно: значительное повышение качества пишущего узла не сделало наши ручки дороже.

МАПП: Пожалуйста, назовите основные преимущества ваших ручек..

Нушин Лойко: Мы верны своим идеалам: швейцарское качество, технологии, дизайн, долговечность и экологическая рациональность.

Илья Цигельницкий: Наш слоган "Любые тиражи, высокое качество, кратчайшие сроки". В стандартной цветовой палитре более 40 цветов. Мы можем производить более миллиона ручек в месяц, а при нынешнем курсе рубля по ценам мы готовы соперничать с азиатскими производителями.

Лео Костылев:

1. Качество узлов и материалов изделий
2. Низкие цены (по сравнению с изделиями равного качества)
3. Отечественное производство, российский бренд (сейчас много говорят об «импортозамещении»)
4. Защищённый дизайн, а значит и оригинальный, не копия.
5. Выпуск изделий специально для нужд бизнес-сувенирной отрасли.

МАПП: Как вы оцениваете шансы вашей компании в этом году? Рассчитываете на увеличение оборотов, стабильность или боитесь снижения уровня продаж?

Нушин Лойко: В целом в мире мы надеемся на стабильный уровень продаж; что касается России, то здесь, мне кажется, ситуация довольно сложная и непредсказуемая. Главное - смотреть на ситуацию с оптимизмом, продолжать работать и ничего не бояться.

Илья Цигельницкий: Экономическая ситуация не располагает к оптимизму, однако позиция российского производителя дает нам определенные преимущества по сравнению с импортерами.

Лео Костылев: Год будет однозначно трудным, но мы не ничего не боимся. Мы не ставим обороты, уровень продаж, рыночную долю и прочее во главу угла нашей деятельности. Мы выпускаем качественные отечественные экологически дружелюбные изделия и считаем, что рынок их сам найдёт и оценит. Своей же главной задачей мы видим, прежде всего, не делать компромиссов в вопросах качества, а также не делать компромиссов в вопросах продаж. Максимальное качество изделий и ответственное отношение к потребностям заказчика должны обеспечить нам необходимые для развития и воспроизводства ресурсы. Если же такого не будет происходить, то это беда не нашей компании, а рынка.

Нушин Лойко: Мы не работаем напрямую с конечными заказчиками, поэтому нам трудно отследить, удалось ли поучаствовать нашим изделиям в Олимпиаде 2014 в Сочи. К прошедшему в Бразилии Чемпионату мира по футболу мы выпустили специальную серию «The ball magician».

Лео Костылев: Год будет однозначно трудным, но мы не ничего не боимся. Мы не ставим обороты, уровень продаж, рыночную долю и прочее во главу угла нашей деятельности. Мы выпускаем качественные отечественные экологически дружелюбные изделия и считаем, что рынок их сам найдёт и оценит. Своей же главной задачей мы видим, прежде всего, не делать компромиссов в вопросах качества, а также не делать компромиссов в вопросах продаж. Максимальное качество изделий и ответственное отношение к потребностям заказчика должны обеспечить нам необходимые для развития и воспроизводства ресурсы. Если же такого не будет происходить, то это беда не нашей компании, а рынка.

МАПП: Как повлияло на выбор сувениров ваших заказчиков падение курса рубля?

Нушин Лойко: Скорее негативно повлияло не просто падение курса рубля, а его нестабильность.

Илья Цигельницкий: Конечные потребители еще до конца не поняли новую ценовую ситуацию на рынке. Агентства уже понимают...

Лео Костылев: Безусловно, и заказов стало меньше, и сами заказы стали меньше. Но интерес не пропадает, и когда необходимы качественные ручки, то альтернативы нашим изделиям по соотношению цены и качества просто нет. Поэтому, ждём пока рубль «успокоится», а люди привыкнут к новым цифрам.

МАПП: Как в вашей компании относятся к призывам руководителей страны стараться покупать отечественные товары, замеща, где это окажется возможным, импорт?

Илья Цигельницкий: Пока декларации не превратились в реальные действия.

Лео Костылев: По-моему, лозунги об «импортозамещении» - полная чушь! Очень напоминает Хрущёва с его кукурузой. Но отечественное производство развивать надо. И поощрять тех, кто его развивает на государственном уровне тоже надо бы. Но и без государственной поддержки (а в России ещё неизвестно, что лучше - поддержка или нет) хотелось бы видеть больше отечественных товаров. Тогда, наверное, и отношение к ним изменится. А то слишком уж часто приходится слышать: «Я уж лучше китайское куплю!»

МАПП: В России с особенной остротой ощущается давление на среднее звено продаж (дилеров, РА) как со стороны поставщиков, собирающих коллекции на свой вкус, так и со стороны конечных заказчиков, чьи пожелания должны быть удовлетворены на их условиях. Как это сказывается на вашей работе? Мешает? Помогает?

Нушин Лойко: Просто это наша работа - реализовывать пожелания поставщиков, дилеров и заказчиков.

Илья Цигельницкий: Мы и являемся тем самым Поставщиком; хочется надеяться, что мы учитываем интересы "среднего звена" в нашем бизнесе.

Лео Костылев: Очень мешает! Сложившаяся в России ситуация совсем не стимулирует посреднические фирмы (дилеров, РА) к повышению квалификации и профессионализма. В итоге, большинство даже не знает, что предлагает рынок. Для меня, как участника выставок, удивлённые глаза посетителей - обыденное явление, хотя мы производим ручки с 2007-го года и постоянно рекламируемся в отраслевой прессе. Отдельная песня о тех, кто «продаёт то, что у него просят заказчики». Откуда заказчикам-то знать о наших изделиях, если и профессионалы о них знать не желают!

МАПП: Год назад в России прошла Зимняя олимпиада, скоро состоится Чемпионат мира по футболу. Удалось ли вам поучаствовать со своими изделиями в прошедшем событии? Собираетесь ли принять участие в грядущем? Интересны ли вам такие мероприятия?

Нушин Лойко: Мы не работаем напрямую с конечными заказчиками, поэтому нам трудно отследить, удалось ли поучаствовать нашим изделиям в Олимпиаде 2014 в Сочи. К прошедшему в Бразилии Чемпионату мира по футболу мы выпустили специальную серию «The ball magician».

Илья Цигельницкий: Практически нет. Преференции для отечественных производителей существуют только на словах.

Лео Костылев: Когда-то я участвовал в Чемпионате мира по хоккею как поставщик сувениров. Уже тогда организация была «мутной», а результат призрачным. В Олимпиаде даже не пытался принять участие, у нашей компании просто нет таких денег, которые нужно заплатить даже за возможность участия. Думаю, ЧМ по футболу пройдёт для нас также стороной. Если, конечно, какой-либо из наших дилеров не захочет представить наши ручки вместе с другими своими товарами.

МАПП: Какой ручкой пользуетесь лично вы и почему?

Нушин Лойко: Ручка может быть любой, если это ручка ПРОДИР!

Илья Цигельницкий: Как правило, пользуюсь ручками конкурентов. Все время сравниваю с нашими

Лео Костылев: Пишу ручками «Салиась» с тех пор, как начал их выпускать. В данный момент пишу новой, модифицированной моделью нашей ручки «Новгород». В этом году мы научились делать гилош и выпустили пробные партии роллеров и гелевых ручек. Для себя я сделал перьевую ручку в этом же финише, ею и пишу. Почему? Да просто потому, что пишу мало и хочу это немного писать качественным инструментом.

Илья Цигельницкий: Мы и являемся тем самым Поставщиком; хочется надеяться, что мы учитываем интересы "среднего звена" в нашем бизнесе.

Ручка, как бизнес-сувенир:

Поставщик



АНДРЕЙ ВОРОТЫНЦЕВ,
ведущий специалист по категории
«Письменные принадлежности» компании
«Проект 111», Санкт-Петербург



ЕФИМ ПАХУЛЬСКИЙ,
генеральный директор компании
«Макрос», Самара



ОЛЬГА МАРГОЛИНА,
маркетолог компании «Oasis», Москва

МАПП: Продолжаете ли вы продавать рекламные ручки?

Андрей Воротынецв: Да, конечно. И будем продолжать их продавать при любых условиях.

Ефим Пахульский : Да, и не просто продолжаем, но и наращиваем продажи.

Ольга Марголина: Компания «Oasis» присутствует на рынке сувенирной продукции с 1994 года. Один из наших каталогов – Penoteka – полностью посвящен такому популярному бизнес-сувениру как ручка.

МАПП: Какие изменения произошли в вашей компании за прошедшие два года? Как это коснулось рекламных ручек?

Андрей Воротынецв: За последние несколько лет ИТ-группа нашей компании модернизировала сайт gifts.ru, что позволило снять имевшиеся ранее некоторые ограничения по количеству партнеров. В связи с этим существенно увеличилось количество клиентов, в т.ч. и из регионов. Как следствие, выросло количество заказов. Сейчас наш складской запас письменных принадлежностей значительно превышает тот, что был, к примеру, в 2012 году. И этот запас востребован.

Ефим Пахульский : Что касается ручек, в нашей компании произошли серьезные изменения: мы вывели на рынок два новых бренда ручек: KLIO ETERNA и CHILL. Оба бренда мы представляем на Российском рынке эксклюзивно.

МАПП: Рассчитываете ли вы на увеличение оборотов продаж ручек, стабильность или боитесь снижения уровня продаж? Какова доля продаж пишущих инструментов по итогам 2014 г. и начала 2015 г. ?

Андрей Воротынецв: Безусловно, мы рассчитываем на увеличение оборотов. Иначе не имеет смысла заниматься бизнесом. Чтобы избежать снижения уровня продаж, надо не бояться его, а работать, работать и еще раз работать: оперативно реагировать на экономическую ситуацию в стране, учитывать тенденции изменения покупательского спроса и, конечно же, предлагать лучшее. Что мы и делаем.

По сравнению с первыми двумя месяцами 2014 года в этом году мы имеем рост продаж в штуках. Но следует отметить, что январь и февраль никогда не были показательными для сравнения.

Ефим Пахульский : Безусловно, мы рассчитываем на увеличение объемов продаж по ручкам. Трудно оценить долю продаж, так как мы продаем не только ручку отдельно, но также в со-

ставе разнообразных наборов с часами, флешками, записными книжками и т. Д. Но я бы оценил примерно в 15%.

Ольга Марголина: Сейчас все говорят о сложной экономической ситуации, однако это не отразилось на продажах ручек. Сами по себе они являются не только функциональным товаром, но и отличным рекламным материалом. И это осознаем не только мы, но и заказчики. В нашем каталоге представлены ручки от производителей из Азии, Европы и Америки. Среди них есть как недорогие ручки, которые станут прекрасным промосувениром, так и брендовые изделия от Parker или Waterman, прямыми дилерами которых мы являемся. Сложно сказать сейчас, в начале года, вырастут ли продажи ручек в этом году, но они вряд ли упадут. Этот товар всегда был востребован ввиду сочетания высокого функционала и широких возможностей применения, которые ограничиваются разве что фантазией.

Андрей Воротынецв: Производство письменных принадлежностей – весьма специфическая отрасль. Немногочисленные российские производители пока не готовы обеспечить наполнение рынка как количеством, так и соотношением «цена-качество».

МАПП: Как повлияло на выбор сувениров ваших заказчиков падение курса рубля?

Андрей Воротынецв: Главное изменение – это переход части небольших РА на закупку ручек из более доступного ценового сегмента. Следующее – сокращение или даже отказ от некоторой части «необязательных» мелких заказов (50-200 штук).

Как следствие, у нас существенно вырос показатель «среднее количество штук в средней сделке». Что является позитивным моментом оптимизации деятельности компании – при условии общего роста продаж в штуках, разумеется.

Ефим Пахульский : Рано об этом говорить – слишком мало времени прошло, тем более трудно исключить сезонный фактор – ноябрь-декабрь и январь- февраль – две огромных разницы.

МАПП: Как в вашей компании относятся к призывам руководителей страны стараться покупать отечественные товары, замещающая, где это окажется возможным, импорт?

Андрей Воротынец: Мы, в целом, с пониманием и одобрением относимся к этим призывам. Но производство письменных принадлежностей – весьма специфическая отрасль. Немногочисленные российские производители пока не готовы обеспечить наполнение рынка как количеством, так и соотношением «цена-качество».

Ефим Пахульский: Никак не относятся – российские товары или хуже или дороже, или их вовсе нет – выбирайте, что вам больше нравится)

Ольга Марголина: Вопрос о замещении импорта весьма неоднозначен. С одной стороны, поддерживать отечественного производителя – это хорошо. Но встает другой вопрос: как это сделать в существующих условиях? К сожалению, в России практически отсутствуют производители ручек, способные заменить импортных, потому основные поставки идут из Европы, Китая и США.

Ольга Марголина: Вопрос о замещении импорта весьма неоднозначен. С одной стороны, поддерживать отечественного производителя – это хорошо. Но встает другой вопрос: как это сделать в существующих условиях? К сожалению, в России практически отсутствуют производители ручек, способные заменить импортных, потому основные поставки идут из Европы, Китая и США.

МАПП: Что для вас является определяющим в выборе рекламной ручки? Качество? Дизайн? Бренд? Материал изготовления? Страна производства? Цена? Удобство сотрудничества?

Андрей Воротынец: Каждый из перечисленных факторов важен. Не менее важно и сочетание этих факторов между собой. Но наиболее значимым фактором является потенциал востребованности модели именно на рынке промпродукции. И именно – на нашем, российском рынке.

Ефим Пахульский: Однозначно дизайн и качество. Именно поэтому мы выбрали наши ручечные бренды – KLIIO ETERNA и CHILL – они занимают лидирующие позиции в своих нишах.

МАПП: В России с особенной остротой ощущается давление на среднее звено продаж (дилеров, РА) как со стороны поставщиков, собирающих коллекции на свой вкус, так и со стороны конечных заказчиков, чьи пожелания должны быть удовлетворены на их условиях. Как это сказывается на вашей работе? Мешает? Помогает?

Андрей Воротынец: Компания «Проект 111» как поставщик официально заявляет: мы не давим на наших Клиентов. Да, мы собрали (и продолжаем собирать) коллекцию письменных

принадлежностей, исходя из наших собственных принципов формирования ассортимента. Но эта коллекция максимально ориентирована на потребности Клиентов. У нас можно выбрать практически любую модель – от самого массового и бюджетного промо- до дизайнерского персонального подарка, имеющего соответствующую цену. Мы предлагаем широчайший выбор. И обеспечиваем его возможность.

Ефим Пахульский: НЕ согласен с такой постановкой вопроса, поэтому без комментариев.

МАПП: Год назад в России прошла Зимняя олимпиада, скоро состоится Чемпионат мира по футболу. Удалось ли вам поучаствовать со своими изделиями в прошедшем событии? Собираетесь ли принять участие в грядущем? Интересны ли вам такие мероприятия?

Андрей Воротынец: Наша компания приняла активное участие в прошедшей Олимпиаде, была лицензиатом Игр. Об этом подробнее можно прочитать у нас на сайте. Но письменных принадлежностей в ассортименте не было.

Что касается Чемпионата Мира по футболу – это еще не скоро. Еще даже стадионы не все построены. Поживем – увидим.

Ефим Пахульский: Нет. Нет. Нет.

Ольга Марголина: Прошедшая года назад Зимняя Олимпиада и грядущий Чемпионат мира, конечно, масштабные мероприятия, и принять в них участие со своими изделиями – прекрасная возможность. Но мы признаемся, что не можем сказать, была ли наша продукция, примеру, на Олимпиаде в Сочи. Это связано с особенностью нашей работы – «Oasis» работает с рекламными агентствами, а не напрямую с заказчиками.

МАПП: Во многих странах шариковая ручка является самым популярным бизнес-сувениром. Практически, во всех странах мира она входит, по крайней мере, в тройку самых продаваемых изделий, а в расчёте на количество проданных изделий, ей, действительно, нет равных. Как вы считаете, какие качества этого изделия способствуют такому успеху?

Андрей Воротынец:

а) Ручка имеет самую широкую целевую аудиторию. Ведь каждый человек каждый день вынужден хотя бы немного писать. В этом плане ручка – как хлеб: была, есть и будет всегда.

б) Ручка понятна всем и каждому. К ней не нужно прилагать инструкции.

в) Ручка привычна. Человек пользуется ей с детства.

Ольга Марголина: Выбор рекламной ручки – серьезный вопрос. Было бы неправильным при его решении выделять из множества факторов только один: например, страна производства. Всё имеет значение: материал, качество, цена, дизайн и многое другое. Важна совокупность этих факторов, которая дает полноценную картину для принятия решения.

МАПП: Насколько сейчас важным для вас и вашей компании является вопрос о стране происхождения ручек, которыми вы торгуете? Где должны быть произведены ручки, которые предпочитают ваши заказчики? В Китае? В Европе? В России? Может быть, в Индии или ещё где-нибудь? Поменялись ли ваши взгляды за последние 2 года?

Андрей Воротынец: В последние годы географическое происхождение ручек (как и чего бы то ни было другого) уже не является значимым признаком. Весь мир пользуется айфонами, и никто не отказывается от них по причине их Made in China. Мы понимаем, что на родине Apple просто нет объективных возможностей для производства.

Так и с ручками. К примеру, у нас в каталоге есть серия Golden Top, которая является нашей собственной авторской разработкой, имеет полный комплект правоохранных документов. Это наш собственный товар. И нет никакого значения – где де-факто он производится. Главное – чтобы производился качественно и в срок.

Ефим Пахульский : Совершенно не важно. Главное – качество, дизайн и наличие интересных особенностей. Например, металлические ручки CHILL имеют приятную на ощупь поверхность. Это достигается за счет напыления специального покрытия. Плюс к этому после гравировки логотип получается как зеркало – блестящий и яркий – также результат специальной подготовки поверхности. Дизайн ручек и наборов создаются нами совместно с производителями ручек. Это важно, а не страна происхождения.

МАПП: Какой ручкой пользуетесь лично вы и почему?

Андрей Воротынцеv: Я, в силу специфики своей должности, не могу позволить себе роскошь писать одной, любимой ручкой. На моем рабочем месте есть модели всех брендов, которые мы предлагаем нашим Клиентам. И, конечно же, есть модели от конкурентов. Которых я «обязан знать в лицо». Пользуюсь всеми по очереди.

Разумеется, у меня есть любимые ручки. Но они любимы не за функционал, а в связи с их историей.

Есть Prodir DS8 Limited Edition, выпущенная к чемпионату мира по футболу в Бразилии. Есть набор Silver Line от Senator,

Ефим Пахульский : Главное – качество, дизайн и наличие интересных особенностей. Например, металлические ручки CHILL имеют приятную на ощупь поверхность. Это достигается за счет напыления специального покрытия. Плюс к этому после гравировки логотип получается как зеркало – блестящий и яркий – также результат специальной подготовки поверхности. Дизайн ручек и наборов создаются нами совместно с производителями ручек. Это важно, а не страна происхождения.

еще старого, снятого с производства много лет назад, дизайна. И есть ручка Clover из серии Golden Top от Resolution. Ведь четырехлистный клевер – символ удачи.

Которой я всем и желаю!



Ручка, как бизнес-сувенир:

Корпоративный заказчик**

Специалист по развитию HR-бренда, ВУЗ (1)

Менеджер по рекламе и PR, ВУЗ (2)

Специалист в области цифровых технологий

Ведущий менеджер департамента внутри-корпоративных коммуникаций, дилерский автоцентр

Специалист по закупкам в сфере разработок мобильных приложений и решений для бизнеса

МАПП: Как повлияло падение курса рубля на выбор бизнес (промо) - сувениров в вашей компании? Какова доля ручек в этих заказах?

ВУЗ(1): Объемы заказов промосувениров сократились ввиду повышения стоимости их изготовления (брендирования), однако доля заказа ручек сократилась весьма незначительно.

ВУЗ (2): Доля сувенирной продукции в бюджетной смете сократилась где-то на 20%. Доля ручек не изменилась, так как мы выбираем самый дешевый вариант.

Цифровые технологии: Сейчас перестали заказывать.

Автоцентр: Вообще отказались. 0%.

Мобильные приложения: Сейчас заказываем меньше, ручки в этом году покупать не планируем.

Позитивная коммуникация – это приятные эмоции от подарка (любого) + в расчёте на российский менталитет получение чего-то «на халяву» также вызывает чувство удовлетворения. Оправданно, конечно, продвижение бренда в том или ином ключе.

МАПП: Как в вашей компании относятся к призывам руководителей страны стараться покупать отечественные товары, замещая, где это окажется возможным, импорт?

ВУЗ (1): Заказы на закупки формируются исходя не из призывов первых лиц страны, а из конечной стоимости. В случае приемлемого сочетания цена-качество отечественных товаров, делается выбор в эту пользу.

ВУЗ (2): Мы и так выбираем все отечественное.

Цифровые технологии: Негативно.

Автоцентр: Мы и так только с отечественными поставщиками работали.

Мобильные приложения: Сейчас заказываем меньше, ручки в этом году покупать не планируем.

МАПП: Что для вас является определяющим в выборе рекламной ручки? Качество? Дизайн? Бренд? Материал изготовления?

Страна производства? Цена? Удобство сотрудничества?

ВУЗ(1): 1.Дизайн 2. Качество + цена 3. Удобство сотрудничества
ВУЗ (2): Цена. Однако для партнеров мы выбираем более качественные варианты – это знак уважения.

Цифровые технологии: Цена и качество.

Автоцентр: Цена и дизайн.

Мобильные приложения: Дизайн и то, как смотрится лого на ручке.

Приобретение и преподнесение внешней аудитории некачественной продукции наносит огромный урон имиджу компании, в том числе и HR-имиджу. В вопросах коммуникации нет мелочей – покупка некачественной сувенирки недопустима.

МАПП: Всем известно, что ручки являются одним из излюбленных изделий в том числе и для промоакций. В этом случае их покупается много, и к цене таких ручек - особое отношение. С вашей точки зрения, насколько оправдывает ваши ожидания, в смысле выполнения их задач, приобретение очень дешевых и, соответственно, не очень качественных изделий? Какую позитивную коммуникацию несет такой подарок?

ВУЗ (1) : Приобретение и преподнесение внешней аудитории некачественной продукции наносит огромный урон имиджу компании, в том числе и HR-имиджу. В вопросах коммуникации нет мелочей - покупка некачественной сувенирки недопустима.

ВУЗ (2): Мы раздаем ручки абитуриентам, а им все равно какие, лишь бы бесплатно.

Цифровые технологии: У нас ручки хорошего качества.

Автоцентр: Позитивная коммуникация – это приятные эмоции от подарка (любого) + в расчёте на российский менталитет получение чего-то «на халяву» также вызывает чувство удовлетворения. Оправданно, конечно, продвижение бренда в том или ином ключе.

Мобильные приложения: У нас компания продает большие многомиллионные продукты. К сожалению, такой товар пока нам не нужен – никаких задач не выполняет.

МАПП: Год назад в России прошла Зимняя олимпиада, скоро состоится Чемпионат мира по футболу. Были ли вы в Сочи? Собираетесь ли посещать матчи Чемпионата по футболу? Покупали ли какие-либо сувениры? Какие хотели бы видеть на этих мероприятиях?

ВУЗ (1): Нет. Нет. Нет. Ручку в качестве сувенира покупать смысла не вижу, это больше презентационный сувенир. Более оптимальны магниты, футболки, шарфы, кружки, закладки для книг и т.п.

ВУЗ (2): Не была, не поеду, не покупала. Хотя мне привозили с Олимпиады кружку, ручку, магнит и блокнот. Ручка и кружка меня очень порадовали.

Цифровые технологии: Не был и сувениров не приобретал.

Автоцентр: Нет, не были. Да, наверное. Нет. Спортивные атрибуты клевые (типа вузвезлы).

Мобильные приложения: Сувениры покупала. Хорошими получились игрушки, значки.

Ручки актуальны и будут актуальны в обозримом будущем. Множество официальных документов сегодня требуют заполнения от руки по законодательству: почерк является важным ресурсом персональной информации. С субъективной точки зрения, как электронные книги не заменили бумажные, так и клавиатура не заменит ручки.

МАПП: Существуют ли какие-либо объективные критерии того, какие пишущие инструменты вам нужны?

ВУЗ (1): Дизайн, соответствие корпоративным цветам компании, толщина пера.

ВУЗ (2): Комфортное ощущение в руке, тонкость пера.

Цифровые технологии: Одной ручки вполне достаточно.

Автоцентр: Нет.

Мобильные приложения: Дизайн, который подбираю субъективно, известная фирма.

МАПП: С появлением бесчисленного количества гаджетов - смартфонов, нетбуков, планшетов - у многих возникло мнение, что ручки вообще стали не нужны и скоро отомрут вовсе. Так уже говорили, например, про книги - с появлением кино, про театр - с появлением телевизора, про концерты - с появлением звукозаписывающей техники и, наконец, про газеты и журналы - с появлением Интернета. Однако, всё это продолжает действовать и развиваться. С вашей точки зрения, долго ли ещё ручки будут являться одним из самых популярных сувениров и деловых подарков? И вообще, нужно ли человеку будущего уметь писать при наличии уже сегодня компьютерных клавиатур и даже преобразователей голоса в текст?

ВУЗ (1): Ручки актуальны и будут актуальны в обозримом будущем. Множество официальных документов сегодня требуют заполнения от руки по законодательству: почерк является важным ресурсом персональной информации. С субъективной точки зрения, как электронные книги не заменили бумажные, так и клавиатура не заменит ручки.

ВУЗ (2): Долго: во-первых, не всем удобно записывать что-то в смартфон, привычнее в блокнот, во-вторых, при письме работает мышечная память, в-третьих, не все могут себе позволить использовать средства прогресса, в развивающихся странах не у всех и ручки - то есть..

Цифровые технологии: Ручка нужна для пометок в черновике.

Автоцентр: Пока электронные подписи не будут приравнены к оригиналам - ручки будут актуальны. Уметь писать было бы неплохо.

Мобильные приложения: Ручки нужны и будут актуальны еще очень долго. Лет 20 точно).

Долго: во-первых, не всем удобно записывать что-то в смартфон, привычнее в блокнот, во-вторых, при письме работает мышечная память, в-третьих, не все могут себе позволить использовать средства прогресса, в развивающихся странах не у всех и ручки - то есть.

МАПП: Какой ручкой пользуетесь лично вы?

ВУЗ (1): Личная - не знаю марки: металлическая ручка с выгравированным на ней моим именем. Замечательные ручки на работе: Paper Mate InkJoy: трехгранный корпус, синяя, 0,5 мм.

ВУЗ (2): Какую дадут, такой и пользуюсь. Мне лично удобнее, чтобы она не была толстой и не с гелевыми чернилами, с тонким пером. Если это важно.

Цифровые технологии: Я пользуюсь обычной шариковой ручкой.

Автоцентр: Проморучка какая-то!

Мобильные приложения: Черная гелевая ручка. Совершенно обычная. Есть еще серебряная, но я ей не пользуюсь, боюсь потерять)

*** В опросе среди корпоративных заказчиков принимали участие молодые специалисты в возрасте 22-25 лет, имена не указаны по просьбе отвечающих.*

Редакция МАПП благодарит всех участников за внимание к выбранной теме.

Материал публикуется в сокращении. Полная версия будет опубликована на сайте журнала «Профессионал РСБ» и www.iapp.ru



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
krk —		Курск, Россия / Kursk, Russia

Автоосвежители

Air-fresheners

mos www.zomer.ru

Автосуvenirы

Car accessories



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

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

Тел. +7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su



ЧЕХЛЫ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ТРАНСПОРТИРОВКИ АВТОШИН С ЛОГОТИПОМ ЗАКАЗЧИКА
(812) 318 70 33
AVTOBAG.COM

mos www.dragon-gifts.ru
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.dragon-gifts.ru
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

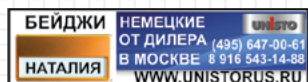
Антистрессы

Antistresses

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

Бейджи

Badge



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

Бейсболки

Baseball caps



mos www.aero-pak.ru
mos www.footbolki.ru
mos www.futbolkaru.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
mos www.nashasemia.ru

Бизнес-сувениры, оригинальные

Original business-souvenirs



mos www.3dworks.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.erebusgroup.ru
rst www.fuska.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
mos www.nashasemia.ru
srk www.newrostr.ru
zls www.oruzhechnik.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

mos www.brunnen.ru

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

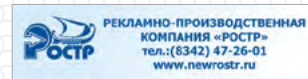
Visiting card folders



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

Винные и курительные принадлежности

Wine and smoking accessories



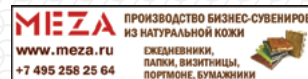
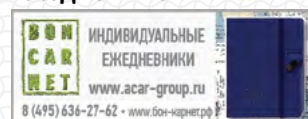
mos www.dragon-gifts.ru
spb www.kamni-viski.ru
srk www.newrostr.ru
spb www.scale-gifts.ru

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
krs www.dizaincentr.ru
rst www.fuska.ru

Зонты

Umbrellas



mos www.aero-pak.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

Игрушки

Toys
mos www.dragon-gifts.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

Календари настенные

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

Календари настольные

Desktop calendars
zls www.oruzheinik.ru

Канцелярия для офиса

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

Клипсы для денег

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

Ключницы

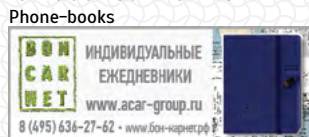
Key wallets
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

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

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

mos www.profsuvenir.ru

Кружки

Mugs
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsquarell.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.zomer.ru

Кубки

Trophies
mos www.3dworks.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
zls www.oruzheinik.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.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Магниты (сувенирные)

mos www.aero-pak.ru
krs www.dizaincentr.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
rst www.fuska.ru
mos www.giftsquarell.ru
hel www.leondirect.net

Монетницы

Coin tray
mos www.noex.ru

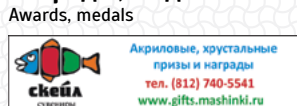
**«Мышки» компьютерные, ручная роспись**

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

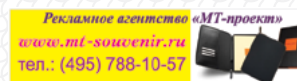
srk www.newrostr.ru
plv www.pzhm.ru

**Награды, медали**

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

Новогодние сувениры

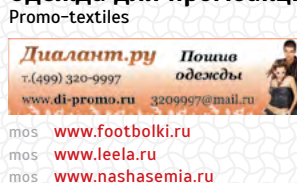
Christmas souvenirs



krs www.dizaincentr.ru
mos www.dragon-gifts.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.oruzheinik.ru

Одежда для промоакций

mos www.footballku.ru
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru

Органайзеры настольные

Organizers desktop
zls www.oruzheinik.ru

Открытки

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

Пакеты бумажные ламинированные

Laminated paper bags
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

**Пакеты ПП, ПЭ**

Plastic bags



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

Папки Document folders

mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.mt-souvenir.ru
mos www.shnurz.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.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Планинги


Desktop calendars



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

Пластиковые сувениры
 Plastics souvenirs
 см. Сувениры из пластика

Пледы

Plaid

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

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

Подарки, оптовые поставки

Wholesale gifts
 krs www.dizaincentr.ru
 plv www.pzhm.ru

Подарки, розничная торговля

Retail selling gifts
 krs www.dizaincentr.ru

Подставки для письменных принадлежностей

Pen holders
 spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net
 zls www.oruzheinik.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

Полотенца, банные халаты

Towers, bathrobes
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.leela.ru
 hel www.leondirect.net
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.polotence.net
 mos www.saad.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

luuds
 Деловые аксессуары
 8 (495) 636-27-62 • www.acar-group.ru

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.giftsquarell.ru
 hel www.leondirect.net
 plv www.pzhm.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.zomer.ru

Рубашки-поло

Poolo-shirts

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

mos www.di-promo.ru
 mos www.footbolki.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru


www.1gifts.biz
Hanes

Ручки шариковые

Ball-point pens
Производство изделий из пластика и листового металла в Подмоскowie.
 Сувениры с нанесением.
krita.biz +7(926) 580-33-08

mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.mt-souvenir.ru
 mos www.usb2b.ru


САЛАСЬ
 РОССИЯ
www.1gifts.biz
 ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ РУЧКИ
 ПРЕМИУМ-КЛАССА
www.sailhas.ru

НЕДОРОГИЕ
 пластмассовые ручки
 со склада в Петербурге

PEN QUEEN
www.ballpen.ru

Ручки эксклюзивные

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

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

Сувениры из дерева

wooden souvenirs
 mos www.dragon-gifts.ru

Сувениры из керамики

Souvenirs from ceramics
 mos www.dragon-gifts.ru

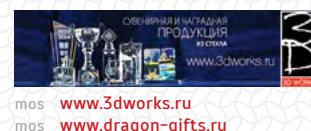
Сувениры из пластика

Plastics souvenirs

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

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

Сувениры из стекла

Glass souvenirs

 СУВЕНИРЫ И НАГРАДНАЯ
 ПРОДУКЦИЯ
 ИЗ СТЕЛА
www.3dworks.ru
 mos www.3dworks.ru
 mos www.dragon-gifts.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.giftsquarell.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.giftsquarell.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.footbolki.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.promo24.ru


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

www.1gifts.biz

fd Hanes lg

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

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

krs www.dizaincentr.ru
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.giftsaquarell.ru
mos www.glavsurprise.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
spb www.scale-gifts.ru

ПОЛО на заказ

•отрас по Pantone (от 500 шт.)
•индивидуальный дизайн

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

LEELA
SALES PROMOTION

Stedman

(812) 3181891
info@1gifts.biz

www.1gifts.biz

www.1gifts.biz

fd Hanes lg

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

Цветы с логотипом
Flowers with logo

mos www.nezabudka-silk.ru

Чай персонализированный
Personalized tea

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

Часы watches

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

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

часовая компания **Восток**
ТАЙМ

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

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

Шарфы, галстуки, платки
Ties and scarfs

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

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

Ювелирные изделия с корпоративной символикой
Jewelry items with corporate symbols

plv www.pzhm.ru

USB - аксессуары
USB accessories

495 www.3dworks.ru
mos www.3venta.ru
mos www.dragon-gifts.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.glavsurprise.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru
mos www.severd.ru



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

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

Тел. +7 495 646 09 08

www.usb2b.ru
info@ledd.su

FRESH
+7 (800) 775-07-12 WWW.FRESHFLASH.RU

3venta
A Desire for Novelty

FLASH
накопители
IT сувениры

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

sales@3venta.com

www.digifts.ru

USB

www.digifts.ru

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

VIP-подарки
VIP gifts

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

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

ателье символов
www.orzhehinik.ru

Antonio Veronesi
Тел. (495) 612-86-77; (499) 476-2454
www.antonioveronesi.ru

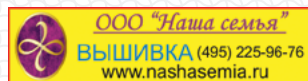
ГЛАВ ПОС ПРОМ
КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ
(495) 640-0616; (812) 640-0616
WWW.GLAVPOSROM.RU

mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
csp www.chronorus.ru
krs www.dizaincentr.ru
mos www.dragon-gifts.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

mos www.nezabudka-silk.ru
 zls www.oruzheynik.ru
 mos www.profsuvenir.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 csp www.vostok-time.ru

АЛФАВИТНЫЙ КЛАССИФИКАТОР РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Вышивка на изделиях embroidery



mos www.aero-pak.ru
 mos www.di-promo.ru
 mos www.ecotel21.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.pototence.net

Гравировка лазерная Laser engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



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

Гравировка механическая Mechanical engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



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

mos www.erebusgroup.ru

Деколирование Decals

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

Дизайн Design

mos www.dekartprint.ru

Дипломы

mos www.olympya.ru

Клише, изготовление

Producing of clishe
 rst www.fuska.ru

Коробки подарочные, про- изводство 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

Оборудование гравиро- вально-фрезерное 3D

mos www.olympya.ru

Оборудование для лазер- ной гравировки

equipment for laser engraving
 mos www.olympya.ru

Переплетные работы

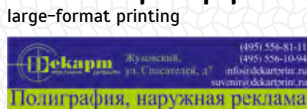
Binding

mos www.profsuvenir.ru

Печать на пластике

Printing on plastic
 mos www.3dworks.ru

Печать широкоформатная large-format printing



Пластик листовый

mos www.olympya.ru

Плоттеры режущие

mos www.dekartprint.ru
 mos www.olympya.ru

РА полного цикла

advertising agency
 mos www.dekartprint.ru
 spb www.scale-gifts.ru

Расходные материалы для гравировки и сублимации



Реклама наружная

Outdoor advertising
 mos www.dekartprint.ru

Реклама световая

mos www.dekartprint.ru

Ризография

mos www.dekartprint.ru

Ручные работы Handworks

mos www.2kkozina.ru
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.profsuvenir.ru

Слепое тиснение, конгревное

Blind stamping, kongrevny

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

Сублимация Sublimation

spb www.scale-gifts.ru

Таблички, указатели, стенды

mos www.dekartprint.ru
 mos www.olympya.ru

Тампопечать Tampo printing

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

Термоперенос

mos www.footballki.ru

Типография

Printing house



Тиснение фольгой

Foil stamping

mos www.activtime.ru
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.dekartprint.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.giftsquarell.ru

Трикотаж, производство textile industry

mos www.di-promo.ru

Фирменный стиль, разработка

Development of firm style
 mos www.di-promo.ru

Шелкография

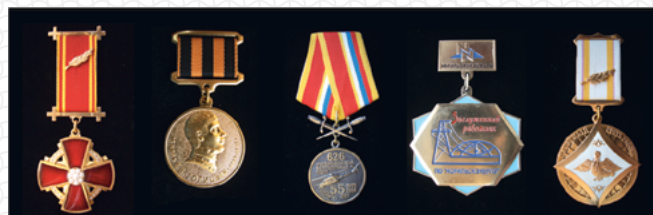
mos www.aero-pak.ru
 mos www.footballki.ru
 mos www.giftsquarell.ru

Шильды

mos www.olympya.ru

P.O.S. Материалы P.O.S. files

spb www.flagshtok.ru



ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»



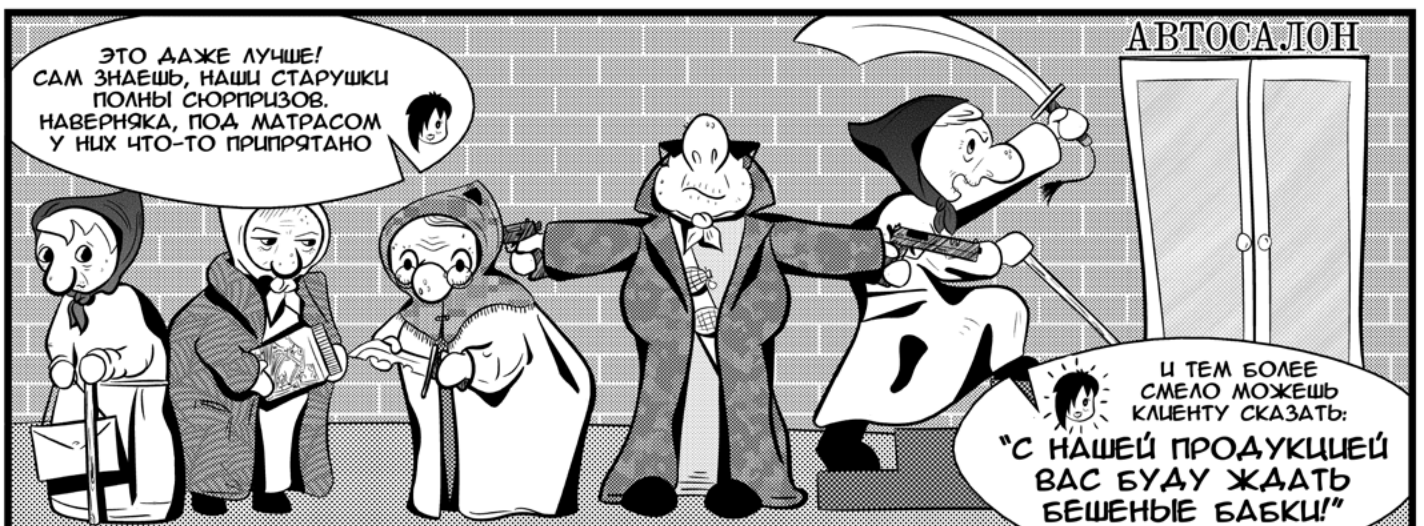
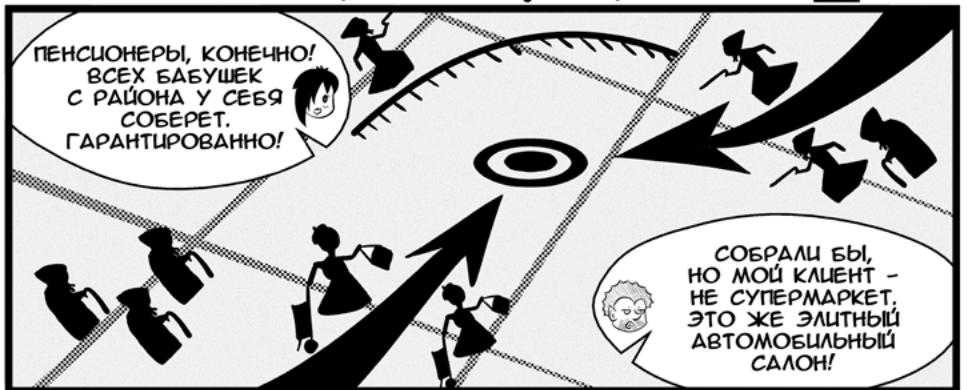
г. Мытищи,
 тел./факс: (495) 583-4710
 E-mail: mail@vznak.com
www.vznak.com

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





В КАЖДОМ НАШЕМ СУВЕНИРЕ ТЕПЕРЬ СОДЕРЖИТСЯ 250 ГРАММ ГРЕЧКИ! КТО СОБЕРЕТ ЧЕТЫРЕ СУВЕНИРА, ТОТ ПОЛУЧИТ КИЛОГРАММ ПОЛЕЗНОЙ И ВКУСНОЙ КРУПЫ. А В КРИЗИС-ТО ЭТО НЕ ЛИШНЕЕ!





ИЗЛЕЧИ СЕБЯ

ОПАСНОСТИ, КОТОРЫЕ МЫ САМИ СОЗДАЁМ

Как правило, в этой рубрике публикуются статьи о тех угрозах, которые человек создаёт окружающей среде. Само название рубрики просто обязывает к этому. Однако, помимо того что человек вмешивается непосредственно в природу, пытается изменить её путём подчинения себе, а то и просто засоряет её, он ещё и сам является угрозой для себя. Чем, безусловно, создаёт опасность для нарушения общего природного баланса. В этом и последующих номерах журнала я постараюсь рассказать о самых больших угрозах, созданных человеком для себя.

Одной из них - можно с уверенностью утверждать - смертельной для современного человека является привычный и даже любимый всеми нами сахар. Сахар наряду с крахмалом синтезирует все зелёные растения с помощью воды, углекислого газа и солнечного света. Сахар и крахмал являются двумя важнейшими углеводами, необходимыми для жизнедеятельности человека.

Сахар в привычном для нас виде появился в Европе всего пятьсот лет назад, когда в распоряжении мореплавателей оказались суда, способные преодолевать большие морские расстояния. И хотя растения, фрукты и овощи, содержащие его, естественно, существовали и использовались в пищу европейцами задолго до появления сахара, тем не менее, обнаруженный на островах Карибского бассейна тростник, содержащий большое его количество и употреблявшийся аборигенами без дальнейшей обработки, сразу же заинтересовал коммерчески настроенных британских купцов, в изобилии присутствовавших на каждом корабле дальнего плавания. Британцы же быстро освоили технологию производства тростникового сахара, построили заводы на островах, тем более что ошивавшиеся вокруг бездельники-аборигены почти безропотно согласились стать рабами на этих производствах. Сахар, как известно, сам по себе имеет коричневый цвет, и белым его сделала не какая-нибудь разумная необходимость, а прихоть алчных купцов-производителей, быстро сообразивших, что белое будет продаваться лучше коричневого. Так был придуман процесс рафинирования. Само слово русского языка является транслитерацией (оказывается, уже тогда придумывать собственные термины для обозначения новых смыслов было лень) английского «refining», что можно перевести как «очистка», «улучшение». На самом же деле, никакого «улучшения» в процессе рафинирования не происходит, зато происходит его «очист-

ка». Дело в том, что в природе сахара как источники энергии связаны витаминами, ферментами, протеинами, минералами и жирами, то есть веществами, которые обеспечивают процессы жизнедеятельности организма человека и помогают в процессе пищеварения. Рафинирование лишает сахара этих связей, поэтому вместо пользы они наносят непоправимый вред здоровью. Поскольку правильное усвоение сахаров требует наличия всех вышеперечисленных веществ, то при переваривании рафинированных углеводов организм использует собственные ресурсы, отнимая их, тем самым, от других процессов.

Очень долгое время сахар стоил дорого, настолько дорого, что в некоторых странах определяли степень богатства человека по тому количеству сахара, которым он владел. Этим отчасти объясняется то, что человечество смогло дотянуть до сегодняшних дней. Однако, прошлый век был во многих отношениях исключительным с точки зрения существования человечества на этой планете. Во-первых, население планеты выросло в 4,5 раза, с полутора миллиардов в конце XIX века до 7 миллиардов к концу XX. Мало того, что такого масштабного роста человечество не знало ранее, но и такого количества людей никогда одновременно не ходило по Земле и, тем более, не пользовалось её ресурсами. Весьма, кстати, ограниченными. Во-вторых, экономики капиталистических стран стали сверхдостаточными, что спровоцировало кризисы перепроизводства, ставшие особенно ощутимыми именно в прошлом веке. Следствием этого стали неустанные поиски новых рынков сбыта. Всё это завершилось глобализацией экономики, свободным движением капиталов и товаров, а с точки зрения социальной – избыточным потреблением. Всего и всеми. Несмотря на то, что на планете остаются некоторые очаги неблагополучия, где голод ещё не изжит, в процентном отношении они составляют примерно такую

же цифру, как и в предыдущие столетия, просто разрыв, так сказать, между «сытьями» и «голодными» вырос в сотни и тысячи раз. Производство продуктов питания приобрело в это же время индустриальные черты, под убаюкивающие звуки песенки алчных глобальных корпораций о том, что именно за счёт этого «они накормят всех голодных». Я уже привёл выводы статистики выше, а реальным материальным результатом этой деятельности явилось глобальное ожирение населения большинства стран. В самой экономически развитой стране мира США уже более половины населения страдают избыточным весом. В Европе до 30%. Китай с его бешеными темпами роста экономики демонстрирует такие же показатели по количеству людей с излишним весом. Если ещё десять лет назад размер 2XL считался редким, и изделия таких габаритов продавались в специальных магазинах, то сегодня производители футболки, например, вынуждены продлевать линейку размеров до 9XL. Думаете это предел? Ещё полтора столетия назад жители Америки, например, съедали в год, в среднем, всего 4,5 кг сахара, тогда как сегодня они употребляют 77 кг, что составляет до четверти калорийности их питания. Ещё одной крупной составляющей калорийности являются мука высшего сорта и рафинированные растительные масла. В процессе правильного метаболизма расщепление всех трёх вышеуказанных продуктов требует наличия витамина B, достаточное количество которого не может быть получено из остальных продуктов, поэтому естественно, что кроме внешних признаков неправильной работы организма, таких как лишний вес, возникает почва для более серьёзных проблем. Вместе с ожирением приходят болезни, и самой распространённой из них на сегодняшний день является диабет второго типа или так называемый «диабет взрослых людей». Главным отличием его от обычного, врождённого диабета или диабета первого типа,

является то, что им можно и не заболеть, если соблюдать в питании разумную диету.

Наш организм нуждается в сахаре, как источнике энергии. Для расщепления попадающих в наши организмы сахаров наши органы вырабатывают специальное вещество, называемое «инсулин». До тех пор, пока потребляемое нами количество сахара соответствует возможностям нашего организма синтезировать и вырабатывать инсулин, всё остаётся в порядке. Однако, чрезмерное потребление сахара приводит к чрезмерному же производству инсулина, и вот в какой-то момент организм просто отказывается вырабатывать его в нужных количествах. Учёные всё ещё спорят, что же происходит внутри нас: не то «сырья» для производства не остаётся, не то организм устаёт бороться с постоянными «передозировками» сахара. Мало того, врачи отмечают не только резкий рост количества заболевших диабетом, но и резкое его «омоложение». Если раньше он считался старческой болезнью и чаще всего возникал на фоне других заболеваний и как их следствие, то сегодня диабетом болеет уже молодежь и даже дети!

И главной причиной этого является чрезмерное потребление сахара. Сахар, который не просто содержится в большинстве продуктов, потребляемых нами ежедневно, но специально добавляется в них. Скажите те, кто помнит 60-70-е и даже 80-е годы, пили ли вы в детстве такое количество лимонадов, которое сегодня вы покупаете своим детям? Если же вы стараетесь не покупать «бесполезных» лимонадов и предпочитаете фруктовые соки как более здоровую альтернативу, то гляньте на состав покупаемого вами зелья – вы обязательно обнаружите там сахар. Сахар является ингредиентом большинства полуфабрикатов и готовых продуктов питания. Сахар уже превращается из составляющей части продукта в его главный и основной ингредиент, как это происходит, например, с энергетическими напитками. И он же является главным разрушителем нашего организма. Сахар является самым лучшим консервантом, поэтому производители продуктов питания не скупятся добавлять его практически во все изделия. Ведь сегодня в условиях глобальной экономики особенно остро стоит вопрос сроков использования продуктов. Магазины не любят продуктов с маленькими сроками реализации, поэтому производители стараются создавать продукцию с максимальными сроками хранения. Недавно по финскому телевидению в прямом эфире показывали молодых людей, которые ели сдобный рулет с вареньем, завалявшийся у какой-то

Недавно по финскому телевидению в прямом эфире показывали молодых людей, которые ели сдобный рулет с вареньем, завалявшийся у какой-то нерадивой хозяйки в кухонном шкафу и пролежавший там, судя по дате его производства, почти 10 лет. Съевшие его не только не отравились или не поломали зубов, но даже не почувствовали разницу с только что купленным изделием!

нерадивой хозяйки в кухонном шкафу и пролежавший там, судя по дате его производства, почти 10 лет. Съевшие его не только не отравились или не поломали зубов, но даже не почувствовали разницу с только что купленным изделием! Прямо в эфир позвонил молодой человек, который рассказал, что нашёл под сидением своего автомобиля гамбургер, пролежавший там, как минимум, год. Гамбургер оказался вполне съедобным. Это не легенды и слухи, а факты документально зафиксированные.

Однако вернёмся к вопросам здоровья. Кроме уже приведённого выше диабета, сахар способствует возникновению многих серьёзных заболеваний и недугов человека. Кто не помнит с детства увещания зубных врачей о том, что сладкое портит зубы – возникает кариес. Врачи и сами до последнего времени думали, что кариес является следствием влияния сахара непосредственно на зубную поверхность, поэтому и рекомендовали после употребления сладкого почистить зубы. Мы уже и так чистим зубы два раза в день, и вскоре это превратится в невротическую реакцию, однако, кариес всё никак не отступает. Врачи обнаружили у людей, потребляющих много сахара, повышение уровня кальция в крови. Это объясняется тем, что сахар «притягивает» кальций к себе, вымывая его тем самым из костей. И первым признаком дефицита кальция является, естественно, разрушение зубов. Вот, оказывается, в чём кроется настоящая причина кариеса!

Следствием резких пиков повышения сахара, которые возникают при употреблении рафинированных сахаров в любых видах, активизируют процесс, называемый гликозилизацией. В организме образуются атипичные белки, поступающие в ткани человека и наносящие им непоправимый вред. Под удар гликозилированных белков попадает коллаген в коже, сухожилиях и мембранах, возникают нарушения белков в хрусталике глаза и миелина нервных клеток.

Уже в 60-е годы учёные обнаружили и однозначно доказали связь избыточного употребления сахара и некоторых болезней сердца, однако, их исследования

почему-то не получили до сих пор широкой огласки. Пищевая промышленность просто не может себе позволить связывать свою продукцию с ростом сердечных болезней. И если, например, всем известно влияние излишнего потребления жиров на возникновение сердечных заболеваний, то лишь потому, что это способствует развитию потребления. Животные жиры с прилавков магазинов не исчезли, но к ним прибавились так называемые «здоровые» альтернативы – мягкие растительные жиры и более «щадящие» смеси этих жиров. На самом деле, связь животных жиров с возникновением сердечных заболеваний доказана гораздо меньше, нежели их связь с сахаром.

Постоянное повышенное содержание сахара в крови приводит к тому, некоторые процессы, вызываемые их действиями, становятся постоянными, ибо ресурсов организма на их обработку просто не хватает. Перегрузка эндокринной системы проявляется в виде дегенеративных заболеваний: аллергий, алкоголизма, наркозависимости, депрессий, необучаемости и поведенческих отклонений. Посмотрите вокруг себя: разве не является всё вышеперечисленное частью нашей повседневной жизни, разве не сталкиваемся мы ежедневно с проявлениями всех этих недугов? И разве не удивительно, что решением этих проблем на общечеловеческом уровне может быть элементарный возврат к нормальному питанию, без излишних количеств такого опасного во всех отношениях ингредиента как сахар?

**С наилучшими пожеланиями,
Лео Костылев**



Apart from the fact that mankind has active influence on the environment, it also creates real threat to itself. Among other things, people deliberately poison themselves with beloved sugar. Yes, our body needs sugar as an energy source, but the refining technology destroys its useful nature. The globalization of the economy and the consumer society are doing the rest destructive business and triggering population obesity followed by diabetes, caries and other diseases.

Отраслевые выставки

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

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ПОДАРКИ – НОВЫЙ ГОД ЭКСПО	Москва, Гостиный двор	16–19.03.2015	www.gifts-expo.com
IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ	Москва, Крокус Экспо	17–19.03.2015	www.ipsa.ru
PSI PROMOTION WORLD 2015	Ганновер, Германия	17–19.03.2015	www.promotion-world.de
СИБРЕКЛАМА	Новосибирск, ITE Сибирская Ярмарка	24–26.03.2015	www.sibreklama-expo.ru
МИР КАНЦЕЛЯРИИ	Киев, Украина	01–04.04.2015	www.stationery-expo.com.ua
ISTANBUL STATIONERY & OFFICE FAIR 2015	Стамбул, Турция	01–05.04.2015	www.istanbulkirtasiyefuari.com
REMADAYS KIEV	Киев, Украина	07–08.04.2015	www.remadays.com.ua
ДИЗАЙН И РЕКЛАМА 2015	Москва, ЦДХ	14–17.04.2015	www.design-reklama.ru
CANTON FAIR / PHASE 1	Гуанчжоу, Китай	15–19.04.2015	www.cantonfair.org
HONG KONG HOUSEWARE FAIR	Гонконг	20–23.04.2015	www.hktdc.com
HONG KONG INTERNATIONAL HOME TEXTILES AND FURNISHINGS FAIR 2015	Гонконг	20–23.04.2015	www.hktdc.com
GIFTIONERY TAIPEI 2015	Тайбэй, Тайвань	23–26.04.2015	www.giftionery.net
CANTON FAIR / PHASE 2	Гуанчжоу, Китай	23–27.04.2015	www.cantonfair.org
HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR – 2015	Гонконг	27–30.04.2015	www.hktdc.com
GIFTS & PREMIUMS	Гонконг	27–30.04.2015	www.globalsources.com
CANTON FAIR / PHASE 3	Гуанчжоу, Китай	01–05.05.2015	www.cantonfair.org
РЕКЛАМА И ДИЗАЙН. ПОЛИГРАФИЯ – 2015	Белгород, Белэкспоцентр	20–22.05.2015	www.belexpocentr.ru
CENTRAL ASIA REKLAM	Алматы, Казахстан	28–30.05.2015	www.reklamexpo.kz
CENTRAL ASIA OFFICE	Алматы, Казахстан	28–30.05.2015	www.officexpo.kz



Экопад из обрезков

Популярная модель блокнота из обрезков тиражей типографии. Пружина, бумага внутри — из отходов.

Сборка — в свободное от основной работы время. В производстве задействованы люди, которые не могут работать в офисе. Используется как записная книжка, альбом для художественных рисунков, и даже как фотопальбом.

ideaPrint.ru
esopad

Благотворительный блокнот из обрезков.
ID-8су9-кVba-буjt-обv2-wbx5

Экологическая и социальная ответственность и предпринимательства.

ИЩИТЕ

LIBERTY



LIBERTY: СВОБОДА ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ

50 фантастических цветов, возможность комбинирования различных поверхностей и материалов. Для брендов, ориентированных на клиентов.

Больше информации: www.senator-pen.ru

senator[®]
Extramoreordinary. Since 1920.