

№64 || АПРЕЛЬ 2015 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



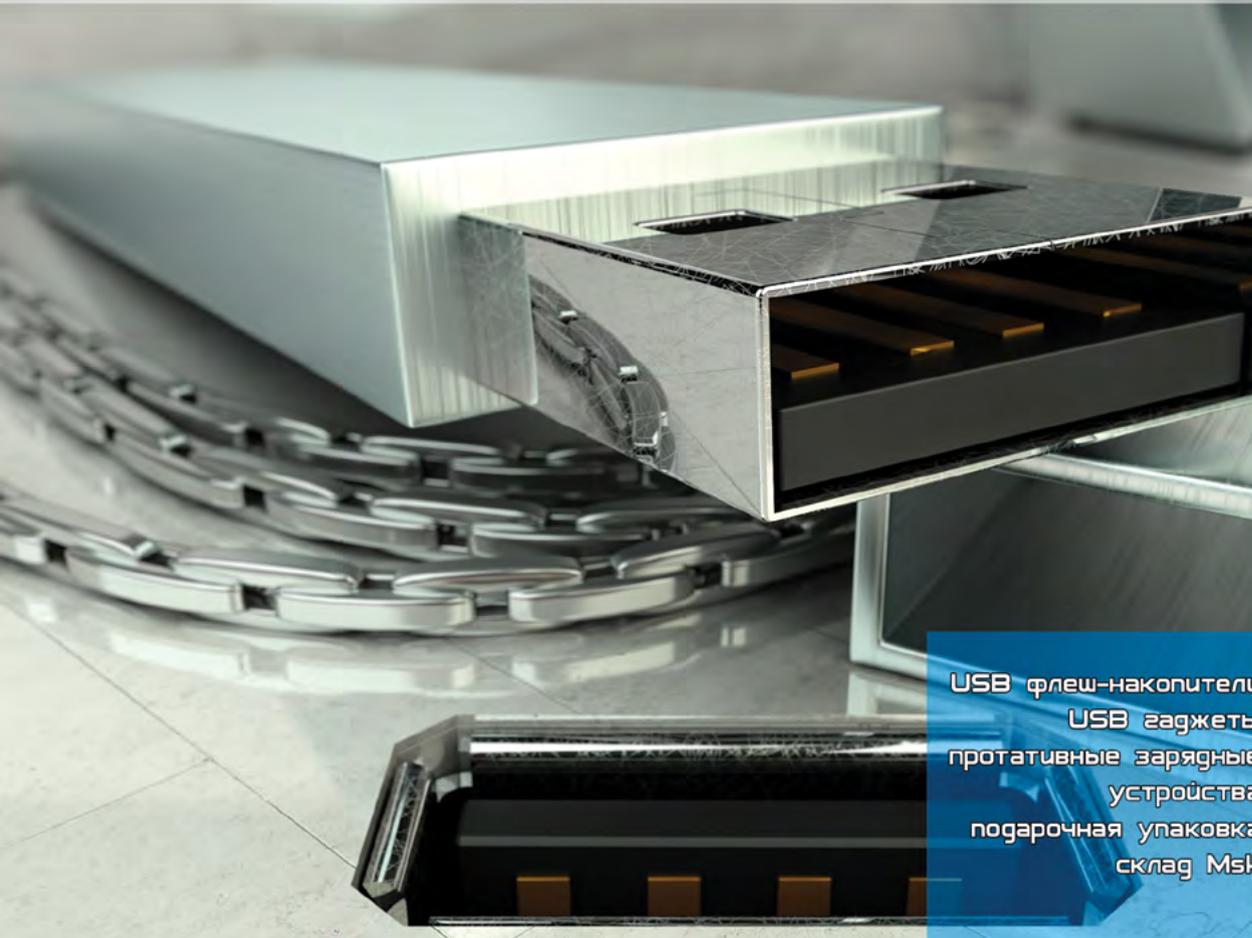
triventa
...a desire for novelty

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.

8-10 СЕНТЯБРЯ 2015 Г.

IFSA
POWERED BY **PSI**

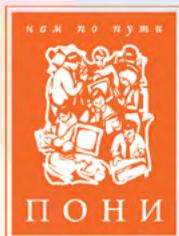
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
2 ПАВИЛЬОН, 8 ЗАЛ

Футболка
Круглый стол
МАПП
С. 36



**Участники
Клуба
скидочек МАПП**

Скидки действительны для всех
категорий участников МАПП



Freestick!

FREESTICK с персонализацией – оригинальный бизнес-сувенир, который всегда на виду! Оставаясь самостоятельным решением для воплощения бизнес-идей, FREESTICK достойно дополнит корпоративный набор из ежедневника, еженедельника и деловой галантереи в едином фирменном стиле заказчика.



Санкт-Петербург: ул. Маршала Говорова, д. 35, БЦ "Желтый угол",
офис 411 (812) 324-71-31, sale@poni.spb.ru, www.ponigifts.ru

Москва: Старопетровский проезд, д. 7а, стр. 3, 3-й подъезд, 4-й
этаж, офис 4 (495)798-72-18, msk@poni.spb.ru, www.ponigifts.ru

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

СВЕЯЩИЕСЯ 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%



— В Т О Р А Я —
П Р Е М И Я
МАПП
— 2 0 1 5 —

ДЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ

КАТЕГОРИИ

ПРОМОПРОДУКЦИЯ

ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ

КРЕАТИВНАЯ УПАКОВКА

МАСТЕР ДИЗАЙНА

ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО

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

www.iapp.ru 

16



30



ЕСТЬ МНЕНИЕ

6

ЗНАК ЧЕТЫРЁХ

НОВОСТИ

8

Международные новости

9

Зарубежные выставки, весна 2015: Гонконг, Тайвань, Гуанчжоу: Партнерские программы для участников МАПП

МАПП

10

Знакомьтесь, новые участники МАПП

13

Клуб скидок участников МАПП

14

Лента новостей

20

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

ВЫСТАВКИ

21

Российские выставки

ЗАРУБЕЖНЫЕ ВЫСТАВКИ

28

«Ambiente. Время молотить, время заколачивать. Франкфурт» – Александр Никитин, Главсюрприз

30

«Dragon gifts: итоги работы в весенней Европе» – Альбина Пэн, Dragon Gifts



53

ТЕПЕРЬ,
КОГДА
У МЕНЯ В РУКАХ
ВСЯ САМАЯ
ДЕШЕВАЯ
СУВЕНИРНАЯ
ПРОДУКЦИЯ
В ГОРОДЕ,
НИЧТО НЕ
ПОМЕШАЕТ МНЕ
ЗАХВАТИТЬ
РЫНОК!

МНЕНИЕ

32

5 вопросов МАПП
PROфессионалу: Елена Алексеева, директор выставки IPSEA Reed Exhibitions (Russia)

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

35

«LEDDCompany» – ПОСТАВЬ НА КАЧЕСТВО

36

«LEDDCompany» – Коллекция к 70-летию Победы

36

ФУТБОЛКА как рекламный носитель: продолжение темы. Производитель – Поставщик – Корпоративный заказчик

КЛАССИКИ МАПП

47

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг

53

Антилогика 29

СРЕДА ОБИТАНИЯ

54

«НЕ ПЕЙ ВИНА, ГЕРТРУДА» – Лео Костылев

56

Календарь выставок

PROFESSIONAL
РЕЖИМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№64 (апрель 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-производственные компании, на выставках, по подписке.
Журнал в розничную продажу не поступает.

Подписка оформляется через редакцию.

Типография ООО «Колорит»
197198, г. Санкт-Петербург,
ул. Б. Пушкарская, д. 10, оф. 207
8 (812) 380 03 99
www.tcolorit.ru
Заказ № 0-158423
Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП.

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

PROFI.IAPP.RU



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП



ЗНАК ЧЕТЫРЁХ

«Если ты хочешь перемену в будущем —
стань этой переменной в настоящем»
М.Ганди

В предыдущем номере нашего журнала мы попытались собрать мнения нескольких ключевых персон нашей отрасли по самому животрепещущему вопросу дня – о кризисе и методах его преодоления. К сожалению, мы получили ответы лишь от Андрея Дегтяренко, за что ему отдельное спасибо. Тем не менее, тема своей актуальности не потеряла, и я хотел бы высказать своё мнение на этот счёт.

Я всегда придерживался того мнения, что в России слишком мало поставщиков, однако у каждого явления должны быть и свои плюсы. В данной ситуации к ним можно отнести, например, то, что небольшому количеству человек сравнительно легко договориться между собой. И если рекламно-сувенирный рынок мечтает о дальнейшем развитии и увеличении оборотов, без такого договора просто не обойтись. Ведь что представляет наша отрасль сегодня? Четыре крупных поставщика обеспечивают практически 80-90 % всей сувенирной продукции. В нынешних условиях все дилеры страны (давайте для простоты будем называть так всех тех, кто покупает товар у поставщиков и продаёт его конечным заказчикам) работают решительно со всеми каталогами. И именно это, с моей точки зрения, является самым большим тормозом отрасли. В таких условиях у дилеров нет мотивации к повышению профессионализма, обучению. И даже элементарное знание изделия становится невозможным, когда в руках по крайней мере четыре кирпичеобразных каталога, обновляющихся по меньшей мере раз в год. И хоть дилеры зачастую отговариваются от изучения новых каталогов клишевым «дежа-вю», никто, как следует, продукции своих поставщиков не знает. В свою очередь это приводит к тому, что конкуренции на рынке в сегменте дилер-конечник не наблюдается. Найдя в себе силы притаранить к заказчику четыре каталога, дилер обеспечивает себя тем, что конкурентов по продукции у него не будет. Зато тут же возникает та конкуренция, о вреде которой в отрасли говорится и пишется уже долгие годы – ценовая. Ибо в данных обстоятельствах никакой другой конкуренции возникнуть и не может. Все приходят с одним и тем же товаром!

Поскольку дилеры работают сразу со

всеми, возникает недовольство их оборотами у поставщиков. Которых тоже можно легко понять – ведь статистически им достаётся всего четверть заказов от дилеров. Поэтому они вынуждены наращивать клиентские базы, в том числе и за счёт тех, кто откровенно демпирует цены. Естественно, в силу ещё меньшего профессионализма. Однако поставщики вынуждены даже защищать их, утверждая, что цены, якобы, это их личное дело. Хотя, конечно, это тоже не совсем так и тем более неправильно, что вредит развитию рынка.

Разделение дилеров по каталогам неминуемо приведёт к необходимости самообразования. Придётся изучать изделие своего поставщика, и последнему будет легче организовывать такие обучения для только своих дилеров, без опаски того, что вложив в дилера какие-то важные знания, он станет использовать их для продажи продукции конкурента.

Подозреваю, что в России имеется десяток компаний-дилеров, в которых дела с обучением персонала обстоят иначе, чем я описываю, но исключения лишь подтверждают правила и на общую картину дел в отрасли они, к сожалению, не оказывают достаточного влияния. Я далеко не первый, кто поднимаю вопрос об уровне профессиональной подготовки дилеров. В конце прошлого года на эту тему публиковал интересный материал с блестящими примерами из жизни ресурс «Сегмент». Это лишь доказывает актуальность и необходимость разрешения вопроса.

Разделение дилеров по каталогам неминуемо приведёт к необходимости самообразования. Придётся изучать изделие своего поставщика, и последнему будет легче организовывать такие обучения для

только своих дилеров, без опаски того, что вложив в дилера какие-то важные знания, он станет использовать их для продажи продукции конкурента. Также придётся изучать и изделие конкурентов, чтобы иметь правильную аргументацию на переговорах. Которая непременно понадобится, поскольку в сложившейся ситуации у каждого дилера появятся реальные конкуренты. В конце концов это приведёт к тому, что дилеры, обучившись сами, вынуждены будут научить пользоваться и извлекать пользу из промпро-

дукции своих заказчиков. Ведь не секрет же, что сегодня большинство дилеров работают с заказчиками по принципу официантов дешёвых ресторанов: «Чего изволите». В сегодняшней ситуации никто не просвещает конечных заказчиков по вопросам эффективного использования промпродукции. Поставщики имеют достаточно знаний на эту тему, но не имеют возможности обращаться напрямую на региональные рынки, да и на столичные тоже. А дилеры по большей части и сами ничего не знают, обладая лишь знанием, где товар купить и как его доставить до офиса заказчика.

Как видим, успешность нашего бизнеса во многом зависит от его «среднего звена» – дилеров. Именно они находятся в самой ответственной точке – между складами



поставщиков и теми, кому они предназначены. А значит, именно от их работы зависит то, какой будет наша отрасль в будущем. От их умения и желания работать, от их профессионального отношения, от их лояльности к поставщикам и заказчикам. Поэтому именно это и должно стать краеугольным камнем всех принимаемых в отрасли решений.

И самым актуальным на данный период времени мне видится такое: четыре крупнейших поставщика должны собраться и договориться о новых правилах продаж. Самым главным пунктом их договора должно стать обязательство внести в дилерские договоры пункт об эксклюзивности. То есть, каждому дилеру будет предложено выбрать лишь одного поставщика и, соответственно, лишь один каталог для работы. После вступления в силу этого пункта поставщикам потребуется вкладывать деньги только в программы лояльности, что они делают и сейчас. И напрасно! О какой лояльности может идти речь, когда одни и те же «большие» дилеры разъезжают на мероприятия всех поставщиков? Если же разделение произойдёт, тогда именно от успеха программ лояльности будет зависеть то, кто соберёт наиболее работоспособную команду дилеров. Такая мера хоть и кажется жёсткой, а может быть, кому-то даже покажется ограничением свободы, является необходимой. И единственной, с моей точки зрения, способной выправить

И самым актуальным на данный период времени мне видится такое: четыре крупнейших поставщика должны собраться и договориться о новых правилах продаж. Самым главным пунктом их договора должно стать обязательство внести в дилерские договоры пункт об эксклюзивности. То есть, каждому дилеру будет предложено выбрать лишь одного поставщика и, соответственно, лишь один каталог для работы.

ушедший вкось и вкривь бизнес-сувенирный рынок России.

Конечно, никакой волшебной палочки, как у Харри Поттера, в нашей отрасли ни у кого нет, и новая система, конечно же, потребует некоторой притирки и привычки, но пусть мысль о том, что совершается что-то правильное, поможет поставщикам пережить те тяжёлые минуты, которые их, возможно, будут ожидать в начале. В любом случае страдания окажутся меньшими, чем от попыток протиснуться

вчетвером одновременно в узкую дверь российского проморынка. И делать это нужно именно сейчас, пока ещё есть такая возможность, и поставщиков лишь четверо. Не ровён час, кризис закончится, и в Россию придут большие иностранные компании. Тогда шанс нормализовать рынок с этими его участниками будет окончательно упущен.

Свободная торговля – это хорошо. Однако, свобода ни в коей мере не отменяет правил, она не является вседозволенностью, а лишь одной из форм ответственности. В нашем случае, ответственности поставщиков за судьбу отрасли, ответственности дилеров за объёмы продаж, ответственности заказчиков за вопросы выгоды своих компаний.



There are only few suppliers of promotional products in Russia, but it gives them an opportunity to come to a consolidated agreement and to develop the market's development strategy during the crisis. For now dealers work with all available product catalogs in the same time. But these circumstances deprives companies' motivation for profession improvement and training. The only available type of competition is moved to price field. But when dealership agreement include exclusivity conditions and each player has to choose only one supplier, dealers will be compelled to learn products assortment and they will teach their clients to benefit from promotional products.



«МОЗГОВОЙ ШТУРМ» В ФИНЛЯНДИИ

10-11 марта в Финляндии прошли «Дни мозгового штурма», как решили назвать своё бизнес-сувенирное шоу компании-участники из Германии и Нидерландов. Десять компаний из этих двух стран представили профессионалам Финляндии свою продукцию в более спокойной, чем павильоны выставки PSI, обстановке конференц-зала гостиницы Scandic недалеко от Хельсинки.



За два дня работы выставки её посетили представители 30 финских компаний. Все приехавшие экспоненты уже имеют заказчиков в этой стране, и большинство состоявшихся встреч были, скорее, закреплением бизнес-отношений, чем налаживанием новых связей. Небольшая аудитория и спокойный ритм выставки способствовали более тщательному ознакомлению с новинками и актуальными предложениями поставщиков и производителей из Центральной Европы.

Организаторы выставки остались довольны результатом мероприятия и планируют продолжить «мозговые штурмы» в следующем году с надеждой на увеличение количества экспонентов.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Если я ещё не забыл арифметики, то 30 компаний на 16 часов работы означает, примерно, по 2 посетителя в час. Учитывая, что экспонентов 10, особой спешки у них, действительно, не было... Больше похоже на «мозговую штиль», чем на «штурм».

www.brainstormingdays.eu

PROMOROADSHOW 2015, МИЛАН

Организованное итальянской ассоциацией промпродукции Assoprom в сотрудничестве с компанией Fiere di Parma при поддержке 656 Editions (французский журнал о рекламном текстиле) и European Sourcing (европейская база данных промпродукции из Франции) роуд-шоу началось с успешного представления в Милане 15 января этого года. Бесплатные перевозки из выставочного комплекса в Милане, где в это же время проходила выставка промпродукции, до гостиницы Melià, где 16 компаний представляли свою продукцию, способствовали тому, чтобы посетители этих мероприятий получили наибольшую пользу от посещения Милана в эти дни. Помимо выставочных стендов в гостинице были организованы семинары и мастер-классы в течение всего дня, а вечером посетителей ждал приём в непринуждённой обстановке, где можно было продолжить знакомство с участниками роуд-шоу и поделиться своими идеями.

Состоявшееся в Милане мероприятие является первым в серии подобных выставок, намеченных к проведению в разных городах Италии в течение всего года. 12 февраля состоялась следующая выставка в Риме, а в марте компании представили свою продукцию в Катании. Расписание дальнейших выставок таково:



9 апреля – Турин
7 мая – Анкона
4 июня – Бари
2 июля – Падуа
10 сентября – Флоренция
8 октября – Милан

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Создаётся впечатление, что на фоне увядания глобальных международных выставок маленькие передвижные шоу приобретают всё большую популярность. Дистрибьюторам становится лень или нет денег ездить на крупные выставки далеко от дома? Или поставщики хотят постучать в дверь каждого офиса, где торгуют промпродукцией?

www.promoshowparma.com



GILDAN ПОДАРИЛ 3,5 МИЛЛИОНА ДОЛЛАРОВ ГОНДУРАСУ

Канадский производитель текстильных изделий Gildan подарил 3,5 миллиона долларов на социальные проекты Гондураса. Деньги переданы правительству страны для осуществления мероприятий в областях здравоохранения, образования и улучшения жилищных условий северных районов Гондураса. Первоначально этой суммой правительство Гондураса наградило компанию Gildan за активное участие в программе трудоустройства «We live better with a job» (Мы живём лучше с работой).

По данным компании лишь в течение 2014 года Gildan создал более семи тысяч новых рабочих мест в Гондурасе, являясь одним из крупнейших работодателей



региона. Возвращённые стране деньги, которые планируется использовать на проекты реального повышения уровня жизни, помогут создать лучшие условия труда, в том числе и для работников компании. Часть подаренных денег была направлена на организацию рекламной кампании осуществляемых проектов с участием Первой леди Гондураса Аны Гарсии де Хернандес.

КОММЕНТАРИЙ МАПП: Gildan ещё раз доказал правильность российской мудрости: «Лучше колымить на Гондурасе, чем гондурасить на Колыме». И заодно показал всем нам, как можно заниматься благотворительностью, рекламировать свои высокие идеалы с помощью первых лиц страны, не потратив при этом ни копейки. Пардон, ни цента.

www.gildan.com

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;
- Остопус 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 .

 **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.

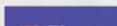
Организаторы выставки (TAITRA) приглашают участников МАПП посетить мероприятие по бонусной программе.

 **Hong Kong International Home Textiles and Furnishings Fair**
香港國際家用紡織品展
20-23 April 2015
Hong Kong Convention and Exhibition Centre

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.

 **Hong Kong Fashion Week for Spring/Summer**
香港時裝節春夏系列

С 6 ПО 9 ИЮЛЯ 2015 Г.

ПРОЙДЕТ ГОНКОНГСКАЯ НЕДЕЛЯ МОДЫ ВЕСНА/ЛЕТО. КРОМЕ КОЛЛЕКЦИЙ ОДЕЖДЫ, ТЕКСТИЛЯ И ОБУВИ НА ВЫСТАВКЕ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ ТКАНИ И ФУРНИТУРА.

Место проведения: Hong Kong Convention & Exhibition Centre
Программа бесплатного размещения в отеле на 3 ночи

Новые участники МАПП



Основная цель Ассоциации МАПП – знакомить людей друг с другом, устанавливать деловые связи между компаниями нашей компактной, но богатой на яркие индивидуальности отрасли. Поэтому начиная с этого номера мы добавляем рубрику, где будем регулярно знакомить наших читателей не только с новыми участниками МАПП, но и с компаниями, которые оказывают нам свое доверие вот уже не один год. Мы благодарим наших партнеров, которые пришли в МАПП в разные периоды времени. Наша информационная политика и гибкие пакеты услуг гарантируют, что каждый участник рынка получит право голоса. Адаптируясь к условиям современного бизнеса, мы делаем все возможное, чтобы наши сервисы были доступны и эффективны, независимо от уровня инвестиций. Больше актуальных и выгодных знакомств: теперь не только на www.iarr.ru, но и на страницах «Профессионала РСБ»!



DRAGON GIFTS – российская производственная компания, профессионально занимающаяся производством и поставками промосувениров, подарков, лицензионных товаров и сувениров по индивидуальному дизайну из Китая и Кореи. Dragon Gifts входит в состав группы компаний Gain Dragon Group.

2000. История компании началась в 2000 году, когда одно из подразделений Gain Dragon Group стало офисом продаж для большинства китайских производителей, которые не имели возможности выйти на российский рынок.

2005. Отдел, специализирующийся на поставках промосувениров и бизнес-подарков из Китая, превратился в отдельную компанию под названием Dragon Gifts.

2010. Открыто представительство Dragon Gifts в России, в городе Екатеринбурге.

2013. Открыто представительство Dragon Gifts в Европе. Технический офис компании расположился в Швейцарии, г. Лугано.

2014. Компания Dragon Gifts получила статус одобренного в Европе поставщика рекламной продукции, став членом международной организации PSI.

Производство своих сувениров нам доверяют известные мировые и российские компании, такие как L'OREAL, РЖД, Уральские Авиалинии, СКБ-Контур, Трансаэро, Сочи Парк, DHL, Сбербанк, Нестле, Юнилевер, Билайн, Мегафон, НТВ, Камеди клуб и многие другие!

8- 800- 200 86 30
www.dragon-gifts.ru
info@dragon-gifts.ru
order@dragon-gifts.ru



ДИЗАЙНЦЕНТР

КОМПАНИЯ

«ДИЗАЙНЦЕНТР» была создана в 2000 году и зарекомендовала себя как надежный партнёр в сфере рекламно-сувенирного бизнеса. Наши знания, опыт, наработанные технологии и индивидуальный подход призваны воплощать в жизнь самые смелые и креативные идеи.

КОМПАНИЯ

«ДИЗАЙНЦЕНТР» СЕГОДНЯ — ЭТО:

- современное производство рекламно-сувенирной продукции полного цикла;
- самые последние тенденции в мире сублимационной, шелкотрафаретной, тампонной и цифровой печати;
- интересные и необычные сувениры и подарки к любому празднику и на все случаи жизни;
- самая открытая и дружелюбная компания для клиентов, которые могут всегда положиться на нас. Мы не подведем!

Мы нанесем Ваш логотип или эмблему, воспроизведем корпоративный стиль на различные предметы из пластмассы, стекла, керамики, ткани, металла, кожи и дерева. Наше предприятие готово предложить Вам большой выбор подарков и сувениров, подходящих к любому случаю и доступных любому бюджету. Спектр производимой нами продукции достаточно многообразен — от значков, ручек, зажималок, брелоков — до эксклюзивных VIP подарков.

г. Курск, ул. Суворовская, 37
 Тел. (4712)51-21-00, 51-12-85
www.dizaincentr.ru
info@dizaincentr.ru



АССОЦИАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ДЛЯ ЛЮБЫХ БЮДЖЕТОВ

IDEAS LAB. GIFTS – креативно-производственная компания, современная лаборатория подарков и полное собрание лучших идей мира. Динамичный мониторинг дизайнерских трендов, технологичных новинок и подарочных образов – наша основа.

Так, мы превосхищаем желания наших клиентов.

Используя инновации в области материалов и технологий, мы модернизируем производственную базу, дружим и тесно сотрудничаем с лучшими производствами России, Китая и Европы.

Так, мы производим абсолютно любые вещи: функциональные и интерьерные сувениры, сложную электронику, а также корпоративную символику и предметы высокого ювелирного искусства.

Мы уверены: подарки любого статуса должны быть одушевленными – иметь уникальную идею, тонкий стиль и отражать корпоративный образ.

Мы знаем, как производить действительно классные вещи в рамках любого бюджета.

Кстати, мы дружны с любым материалом, но часто советуем теплоту дерева, блеск металла и кристальную чистоту стекла. Ведь эти качества приятны каждому из нас!

IDEAS Laboratory Gifts. ВСЕ НАЧИНАЕТСЯ С ИДЕИ, УЛЫБКИ И ВКУСНОГО КОФЕ!
Звоните: +7 (499) 749-2359.
Заходите: www.ideas-gift.com



«КОРПОРАЦИЯ УДАЧИ»

– компания, которая профессионально занимается выпуском печенья с предсказаниями (Fortune Cookies) в России. Мы изготавливаем печенье-сувенир индивидуально под каждого клиента с разработкой логотипа, бренда и пожеланиями внутри.

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

В наличии есть 10 тыс. стандартных универсальных предсказаний. Все они позитивные и подходят к любой ситуации. Кроме этого, у нас есть:

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

Мы производим печенье только высокого качества, из высококачественного сырья, на современной роботизированной линии (США) 20 тысяч печений в час. Непрерывно контролируются все процессы выпечки с соблюдением всех стандартов на пищевую продукцию и безопасность.

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

Корпорация Удачи
+7 (499) 140-70-03
www.fc8.ru
fortuna12.00@mail.ru



РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СТУДИЯ «ОЛИМПИА»

является поставщиком оборудования, расходных материалов и сувенирной продукции для российских производителей интерьерной рекламы.

Собственная производственная база с современным оборудованием, знание новейших технологий и материалов обеспечивает конкурентное преимущество перед другими компаниями.

Большой выбор материалов и сувениров обеспечит готовыми решениями даже требовательного заказчика. Каждый заказ – это индивидуальный подход в разработке и производстве подарочной и рекламной сувенирной продукции. Работа с РПС «Олимпия» – это долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество.

Если в ваше рекламное агентство поступает интересный заказ по изготовлению подарочной продукции, но отсутствуют возможности по его технической реализации – не беда, нам всегда есть что предложить.

РПС «Олимпия» предлагает оптимальное соотношение приемлемой цены и высочайшего качества выполнения работ по лазерной резке, гравировке любых изделий и изготовлению дипломов, табличек, номерков, вывесок, шильдиков, печатей.

www.olympya.ru
+7 (499) 174-04-01,
(925)702-54-93
info@olympya.ru



АРТ-ДУЭТ NEZABUDKA-SILK

может разработать и изготовить цветочный аксессуар из кожи или шелка. Наши возможности поистине безграничны – шелк, кожа, лён, французское кружево – в умелых руках превращаются в цветочные броши, венки, изысканные комплекты.

В нашем арсенале есть ряд наработок, позволяющих изготовить целую партию шёлковых цветов-брошек, которые, сохраняя эксклюзивность ручной работы, будут практически идентичны друг другу, насколько это может быть при изготовлении вручную.

Предлагаем ряд интересных решений для сотрудников компаний. Для рекламных и представительских целей мы предоставляем в аренду наши эксклюзивные аксессуары для дополнения образа участников презентационных кампаний.

- Вы делаете запрос (модель, количество, сроки, бюджет, размер и т.д.)
- Компания разрабатывает несколько образцов и объёмно-являет возможные цены и сроки
- Вы выбираете образец, оплачиваете заказ

www.Nezabudka-silk.ru
Nezabudka-silk@yandex.ru
телефоны для связи:
+7 (916) 654-03-08 Ольга
+7 (910)452-98-09 Наталья



ООО «ОХОТНИКИ ЗА СУВЕНИРАМИ» предлагает рекламные сувениры и корпоративные подарки оптом с нанесением логотипа со склада в Москве и под поставку. Мы предлагаем воспользоваться нашим опытом, креативностью и выбрать оригинальные сувениры для рекламных акций и других маркетинговых мероприятий.

Ежедневно мы находим самые нужные вам сувениры со всех уголков света! Наши западные агенты собирают новинки, проводят переговоры с поставщиками, обеспечивают самые лучшие закупочные цены и быструю доставку. Все мировые тренды в области сувенирной продукции доступны для Вас в ежедневно обновляемом разделе: «Идеи, которые работают!» <http://www.g-h.ru/idea/>

Образцы – под Честное слово! Мы верим Вам и предоставляем без залога необходимые Вам образцы до 5 рабочих дней.

Верстка и дизайн – за наш счет... Выполняем все необходимые работы по адаптации ваших логотипов и рекламных надписей для нанесения. Несем все затраты самостоятельно...

Охотники за сувенирами
+7 (495) 240-83-20
www.g-h.ru
info@g-h.ru



ОСНКИТОUCH – компания, занимающаяся графическим дизайном и имидж-консультированием.

Наши специалисты персонализируют и создадут очки, полностью соответствующие запросам заказчика.

Добро пожаловать в наш мир, где реализуются ваши желания!

OchkiTouch предлагают Вам высокую узнаваемость. Произведите впечатление своими мероприятиями, продвижением, PR.

У Вас есть возможность создать продукт в цветах своего бренда, который будет представлять вашу компанию.

Ochkitouch – это тот рекламный концепт, который поможет развитию Вашей компании.

Для Ваших мероприятий внутри помещений и на открытом воздухе выберите очень яркий высококлассный и оригинальный продукт: отражение Вашего бренда.

Мы предлагаем эксклюзивное и разработанное исключительно в соответствии с пожеланиями заказчика брендинговое решение, которое запомнится.

Все очки сертифицированы и собираются в Москве. 100% видимость.

ОСНКИТОUCH
+7 (495) 920-06-69
www.ОСНКИТОUCH.ru
info@ОСНКИТОUCH.ru



Главной целью **КОМПАНИИ FANCY** является комплекс услуг в области рекламной сувенирной продукции и полиграфии – ОТ ИДЕИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ!

Мы – универсальная компания в сувенирном бизнесе с тщательно подобранным и хорошо развитым портфолио из новейшей продукции на рынке.

Самый широкий ассортимент модных товаров со склада в Москве, индивидуальный подход к каждому клиенту, полиграфические услуги плюс инновационные и интересные маркетинговые решения, разработанные для удовлетворения всех потребностей всех наших клиентов.

Мы сделаем Ваш бизнес более эффективным и успешным!

Наши преимущества:

1. Команда опытных профессионалов отслеживает потребности и новинки сувенирного рынка.
2. Чёткое позиционирование и правильный ассортимент продуктов и услуг.
3. Профессиональные маркетинговые материалы.
4. Удобный «продающий» сайт с качественными товарами, где представлено более 40 000 наименований сувенирной продукции.
5. Индивидуальные поставки из Европы или Китая.
6. Креативный потенциал – профессиональные дизайнеры.

Компания Фенси
+7(495) 661-57-40
info@fancy-group.ru
www.fancy-group.ru

ФутболкаОпт

КОМПАНИЯ «ФУТБОЛ-КАОПТ» является оптовым поставщиком текстильной продукции на рынки России и СНГ.

Одним из приоритетных направлений является производство изделий, предназначенных для рекламных целей, а именно футболок, толстовок, поло и др., которые подходят для различных видов нанесения печати и вышивки.

Вся продукция изготовлена в Узбекистане и на стадии производства проходит тщательный контроль качества. Главная цель нашей компании – довести до наших заказчиков изделия высокого качества по доступным ценам.

Нас уже выбрали сотни компаний, рекламных агентств и студий, занимающихся печатью на текстильной продукции. И мы будем рады Вас видеть в числе наших партнеров!

ФутболкаОпт
+7(916) 210-27-12
+7(499) 343-07-73
www.FUTBOLKAOPT.RU
opt@futbolkaopt.ru



Участники Клуба скидочек МАПП

Скидки действительны для всех категорий участников МАПП

25%

LEDD Company



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

Для участников МАПП скидка на категории товара:

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

www.ledd.su

15-20%

Компания ООО «Стильная упаковка»



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



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»)

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



10%



Image Media Events

Организатор конференций, семинаров, тренингов в Москве и регионах России.

20%

Типография ручное время



Оперативная цифровая печать на

современных машинах (всегда в наличии огромный выбор дизайнерских бумаг и конвертов), переплетный цех (удостоверения, папки, меню, книги, VIP-упаковка), многопроходное тиснение любой сложности (совмещение до 10 цветов, а также конгрев и блинт). Для участников МАПП 20% скидка на изготовленные визитки, 10% скидка на всю остальную полиграфию. www.rv24.ru

20%

ЗАО «Компания А-Верс»



Только для участников МАПП! Скидка от оптового прайс-листа на блокноты, ежедневники и деловые аксессуары ТМ BRUNNEN, а также 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 изданий 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-кутюр» и массового производства в целях продвижения различных торговых марок: цветы, бабочки, украшения на ремни, броши, ободки, браслеты. Есть возможность нанесения логотипа компании или просто прикрепленной этикетки с логотипом.

*при заказе от 100 000 руб.



20%



УФ-печати на любых носителях



УФ-печать – способ нанесения изображения на поверхность стекла, при котором чернила переходят в твердое состояние, не впитываются в стекло, а остаются на поверхности.

Полученный рисунок не выгорает на солнце, не растворяется в воде и устойчив к растворителям и перепадам температур.

Мы оказываем услуги по нанесению УФ-печати на любых носителях, таких как металл, стекло, пластик, флешки и чехлы для смартфонов. Не являются исключением и те материалы, которые чувствительны к нагреву: резина, кожа, дерево.

Цветная ультрафиолетовая печать позволит вам реализовать рекламные проекты любой сложности. В сочетании с лазерной гравировкой внутри стекла УФ-печать дает неограниченные возможности при изготовлении ваших оригинальных идей. 3DWorks воплотит любую фантазию в реальность.

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

Пляжные сумки из силикона – яркое и экологичное решение для летнего продвижения!



Силикон – экологически чистый, гигиеничный и нетоксичный материал. Очень гибкий и способный принимать любые формы, он не деформируется при эксплуатации.

Сумки из силикона не впитывают запахи, легко моются и выдерживают дождь и жару. А благодаря особенностям производства цветное решение сумки может быть самых разных оттенков, в том числе и по Вашим фирменным пантонам!

Силиконовые сумки могут быть произведены по индивидуальному дизайну! Брендирование осуществляется методом шелкографии, эмбоссирования или деbossирования.

Dragon Gifts – море сувениров без границ и расстояний!
Тел.: 8 800 200 86 30,
E-mail: order@dragon-gifts.ru, Сайт: www.dragon-gifts.ru

Подушка для отдыха



Наша неожиданная новинка в этом месяце – подушка для отдыха на рабочем месте. Мы считаем, что это прекрасный подарок для всех, кто работает в офисе. И это отнюдь не призывает лениться и не работать, как может показаться. Наоборот. Ученые доказали, что короткий обеденный сон (10–15 минут) влияет на активность во второй половине дня, а значит повышает работоспособность. Помните, что на рабочем месте мы проводим 45 часов в неделю. Найдите несколько минут для правильного отдыха и сверните горы!
BRIGHT CONCEPT IMEX LTD,
+7 (495) 955 90 81
info@bright-concept.com,
www.bright-m.com

Адресные папки на все случаи жизни



Предлагаем широкий ассортимент адресных папок формата А4 знаменитого бренда "Antonio Veronesi". Папка А4 состоит из двух элегантных обложек размером 240 x 316 мм в покрытиях: Rich, Premium и Sevilla. Вы можете выбрать подходящий вариант, выполненный в строгих классических тонах: черный, белый, коричневый, бордовый и синий.

Также мы предлагаем адресные и поздравительные папки из бумвинила, баладека, кьюдека и балакрона, наносим тиснение золотом и серебром:

- даты – 10, 15, 20, 30, 40, 45, 50, 55, 60, 65, 70, 75, 80, 85, 90, 100 (как правило, все даты идут совместно с виньеткой);
- надписи – "Поздравляю", "Поздравляем", "С юбилеем", "Юбиляру", "Поздравляем С юбилеем", "С днем рождения", «На подпись», "На доклад", "Диплом", "Выпускнику", "Выпускнику детского сада", "Почетная грамота" и др.

Хорошим приложением к адресной папке является красиво оформленный цветной вкладыш формата А3 на мелованной или матовой бумаге.

ОфисЛига ТСК,
Ссылка: Адресные папки А4.
+7 (495) 642-86-77, www.ligasuvenirov.ru,
www.officeliga.ru

Современные часы с символикой



Собственные производственные мощности позволяют нам в сжатые сроки изготовить любые часы с логотипом в соответствии с требованиями заказчика, и поскольку весь процесс изготовления часов и само нанесение символики происходит на нашем производстве, мы можем предложить вам не только изготовление стандартных тиражей на базе наших моделей. У вас есть возможность создать часы на заказ. Вы можете изменить практически все – начиная от цвета ремня и заканчивая элементами оформления циферблата.

Мы работаем с любыми тиражами от 10 штук, для оптовых партий – особые условия по стоимости.

Свое применение часы с логотипом могут найти в любой сфере современной жизни!

Часовая компания «Восток-тайм»,
+(495) 640-25-02, +7 (84342) 5-65-25,
5-65-35
7 (495) 640-25-02, 640-25-02
www.vostok-time.ru

МАГИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ, ПАРЯЩИЕ В ВОЗДУХЕ!



ЛЕВИТРОНЫ

Левитроны неповторимы. Это и завораживающий подарок, и необычный инструмент для презентаций. Уникальный гаджет притягивает взгляды и создан удивлять.

Игрушки с элементами антигравитации – научные разработки, а их конструкция – иллюстрация магических аспектов мира, подтверждение существования чудес и отрицание невозможного.

Классические левитроны представлены в виде глобусов с картами Земли или других планет.

IDEAS выходит за рамки классики. Теперь летающими предметами могут стать любые образы, связанные с деятельностью компании или любой другой тематикой.

Коллекция IDEAS Levitation – на www.ideas-gift.com и по запросу.
IDEAS Laboratory Gifts. +7 (495) 749-23-59.
www.ideas-gift.com

Спортивная форма на заказ



Если ваша компания часто выезжает на тимбилдинги или другие корпоративные мероприятия, либо если вы устраиваете товарищеские матчи между сотрудниками, партнерами или клиентами компании, то без корпоративной спортивной формы просто не обойтись! Вы можете заказать футбольную форму с фамилией и номером для команд и индивидуальных заказчиков.

В нашем ассортименте представлены футбольная форма с фамилией, баскетбольная и хоккейная форма Москва. Изображение на одежде может быть любым: вы можете разместить на ней логотип, слоган компании либо просто использовать набор корпоративных цветов.

Профлаг, +7(495) 775-85-13, 225-76-99
www.proflag.ru, info@proflag.ru

Будь в форме!



Предлагаем вашему вниманию функциональные формы для льда, купить которые можно прямо сейчас. Готовые льдинки всегда легко достаются из силиконовой формы, не повреждаются и сохраняют оригинальную форму. Широкие возможности современного производства позволяют делать гибкие и пластичные формочки практически любых цветов и размеров.

Силиконовые формы для льда и кондитерских изделий – это идеальное решение для предпринимателей, которые хотят сделать оригинальные продукты, чтобы привлечь внимание своих клиентов и заявить о себе на рынке!

Мы производим только качественный товар из экологически чистого материала, который не вредит здоровью. Если вы хотите сделать индивидуальный заказ – обращайтесь к нам, и мы постараемся воплотить все ваши замыслы в жизнь.

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

ЭКОЧЕЛОВЕЧКИ-ГОРШОЧКИ

ПОДАРОК КОЛЛЕГАМ И БЛИЗКИМ

РАЗНООБРАЗИЕ ВИДОВ

ПРОИЗВОДСТВО НА ЗАКАЗ

БЕЛЫЕ ИЛИ С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ



8(495)648-8-456
ecocheloveki.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

В 2015 году отмечается годовщина Победы советского народа в Великой Отечественной войне



День Победы – самый главный праздник для тех, кто пережил эту войну. В этот день принято поздравлять ветеранов, подаривших нашей стране жизнь без войны, дарить им внимание, обращаться с благодарностью.

Именно к этому празднику компания ООО «Стильная упаковка» разработала и создала абсолютно новую коллекцию подарков, включающую сувениры, различные аксессуары, футляры, подарочные наборы и многое другое.

Полную коллекцию вы можете посмотреть на нашем сайте www.profsuvenir.ru
Стильная упаковка, +7(495)775-86-83
www.profsuvenir.ru, www.upakstil.ru

Аксессуары из шёлка



Аксессуары из шёлка 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 прикрепленной 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

«Восток-Дизайн» – производство часов и сувениров



Компания «Восток-Дизайн» является надежным партнером, производителем и поставщиком часовой и сувенирной продукции на рынках России и стран СНГ.

Опыт, полученный более чем за 15 лет работы на рынке, позволяет нам гарантировать высокое качество продукции.

По-настоящему большой ассортимент типовых продуктов, возможность создания уникальных экземпляров и современная производственная платформа позволяют нам удовлетворить абсолютно любой запрос.

Сегодня мы совершенствуем не только конечный продукт, но и технологию производства, чтобы сохранять доступные цены на свою продукцию, не теряя самого важного в производстве часов и сувениров – качества!

Восток-Дизайн, +7 (495) 950-56-57
www.vostok-design.ru,
info@vostok-design.com

«Золотое Кольцо России»



Золотое кольцо России – туристический маршрут, проходящих по древним русским городам, в которых сохранились уникальные памятники истории и культуры России. Столица Золотого Кольца – город Ярославль, города принадлежат к пяти областям: Московской, Владимирской, Ивановской, Костромской и Ярославской.

Российское производство, гальванопластика, флокирование, фианиты, стекло, багет.
Ростр, +7 (8342) 23-18-25, 48-24-45
vitaliy@newrostr.ru, www.newrostr.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 (81738) 259-12
office@sevchern.ru
www.sevchern.ru

Упаковочная бумага ТМ «STEWО»



ЗАО «Компания А-Верс» представляет новинки подарочной упаковки от швейцарской ТМ «STEWО», коллекция Весна-Лето. Ассортимент упаковочной бумаги ТМ «STEWО» радует глаз самого

взыскательного потребителя, а подарок, упакованный в эту бумагу, приобретает дополнительную окраску и стильность. Качество упаковочной бумаги позволяет особо бережливым покупателям использовать ее повторно. Сложно описать красоту, ее нужно увидеть.

Подарочная упаковка уже на складе в Москве.

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

ОБВОРОЖИТЕЛЬНАЯ СИМВОЛИКА КОМПАНИИ И СОБЫТИЙ!



Запечатлейте Ваш бренд в сияющем металле, воодушевите его долговечностью!

Корпоративная символика из металлов – драгоценных и недрагоценных сплавов.

- Корпоративные значки
- Запонки, пусеты и другие аксессуары
- Сувениры, брелоки и бизнес-подарки
- Медали и монеты
- Что-то еще? Мы только рады.

Индивидуальный дизайн с включением корпоративной символики и образов деятельности.

Специализированное производство и технологии последнего поколения. Высочайшее качество полировки, фактуры, эмали и гальванического покрытия.

Высокое ювелирное мастерство и лучшие корпоративные цены. Вы будете в восторге!

Коллекция IDEAS Jewellery symbols – на www.ideas-gift.com и по запросу.
IDEAS Laboratory Gifts. +7 (495) 749-23-59.
www.ideas-gift.com.



Стильная упаковка

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

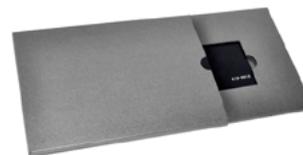
Производство упаковки под банковские карты и подарочные сертификаты на заказ

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

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 ТАЛКОМАГНЕЗИТОМ!

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

Рекламные коустеры



Рекламно-производственная компания ТТС – российский производитель самоклеящихся бумажных блоков типа Post-it – пополнила свою коллекцию рядом новых оригинальных изделий. Одно из них – бумажные рекламные коустеры (бумажные листики-подставки для чайных или кофейных кружек, использованного чайного пакетика). Бумажный блок размером 9,5 x 9,5 см состоит из 30 листов, имеющих клеевую полосу на обороте. Каждый клейкий лист блока оформляется по индивидуальному дизайну заказчика.

Новая продукция будет интересна любой компании, заинтересованной в недорогой, но запоминающейся рекламной продукции. 000 «РПК ТТС», +7(495)710-74-22 info@ttservice.ru, www.ttservice.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.

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.

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

РПК Декарт, +7 (495) 556-81-11, +7 (495) 556-10-94

www.dekartprint.ru, info@dekartprint.ru, suvenir@dekartprint.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

ПАКЕТЫ И КОРОБКИ



Мы изготовим пакеты, коробки и упаковку любой сложности быстро, качественно и в соответствии с вашими требованиями. А также предложим готовые решения для высококачественной дизайнерской упаковки.

В наличии на складе коробки, пакеты и тубы, выполненные в едином стиле. Вы всегда сможете найти у нас упаковку, которая придаст вашему подарку дополнительную привлекательность.

Экон-Пресс, +7 (499) 270-58-74
www.econ-press.ru, mail@econ-m.ru

ПОДНИМИТЕ СВОЙ БРЕНД НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ!



Российская компания "Очкитач" представляет новый и оригинальный способ для продвижения вашего бренда, для празднования личного и специального ивента: дни рождения, свадьбы, показы мод, вечеринки, концерты, промовыставки, корпоративные мероприятия и т.п. Возможно все! Только дайте волю своему воображению, своему настроению, своим желаниям.

Очкитач, +7 (495) 920- 06- 69
www.ochkitouch.ru, Info@ochkitouch.ru

Пляжные полотенца с логотипом!



Компания Атриум-Дизайн предлагает большой ассортимент пляжных полотенец различных цветов. Совсем

скоро наступит ЛЕТО, и пора задуматься о пляжных полотенцах с нанесением логотипа. Также предлагаем махровые халаты, махровые тапочки, подарочные полотенца. Вся продукция высокого качества! На все изделия делаем нанесение: вышивка на полотенце, вискоза по бордюру, трансферная печать.

Атриум-Дизайн, +7 (499) 317-35-77
www.polotence.net, atrium04@inbox.ru

Цифровая печать, Переплет, Тиснение



Уважаемые партнеры, Вас приветствует типография «Ручное Время»!

Мы существуем на рынке полиграфических услуг с 2002 года, имеем необходимый парк оборудования для производства качественной полиграфии в самые короткие сроки и по конкурентоспособным ценам.

Среди стандартных услуг – оперативная цифровая печать на самых современных машинах (всегда в наличии огромный выбор дизайнерских бумаг и конвертов), переплетный цех (удостоверения, папки, меню, книги, vip-упаковка), многопроходное тиснение любой сложности (совмещенно до 10 цветов, а также конгрев и блинт).

Мы поможем создать и поддерживать высокий статус и профессиональный имидж Вашей компании.

Типография «Ручное Время»
+7 (495) 589 7033, +7 (495) 960 60 80
www.rv24.ru, 5085574@mail.ru

Изготовление табличек и вывесок



Любая компания, как известно, начинается с вывески. Первое впечатление на человека, желающего воспользоваться услугами компании, оказывают таблички или вывески. Именно они являются не только источником информации, но и носителем фирменного стиля.

Мы изготавливаем таблички, используя следующие материалы:

- Двухслойный пластик Rowmark и IPI
- Латунированная сталь
- Анодированный алюминий и Alumamark
- Дерево и шпон
- Акрил
- Специальные заготовки
- Бумажные носители, дизайнерская бумага

- Сублимационный материал
- Комбинированные таблички с накладками из пластика, металла, компози- тов, декор, символика
- На материалах заказчика

Рекламно-производственная студия «Олимпия»
+7 (499) 174-04-01 * +7 (925) 702 5493,
olimpia.laser@gmail.com
www.olympya.ru

Панно с применением сусального золота



предлагает эксклюзивные панно с применением сусального золота.

Сусальное золото – тончайшие, обычно доли микрона, пленки золота, наклеиваемые на изделие в декоративных целях – так официально трактуется в словарях и энциклопедиях этот необыкновенный материал.

Картины, гравюры, изображения на сусальном золоте сами по себе уже являются изысканным подарком. Изделия, выполненные в данной технике, лягут в основу создания золотой коллекции Вашего города или предприятия.

Современные технологии позволяют наносить изображение непосредственно на листы сусального золота, тем самым сохраняя первозданную текстуру материала, а музейное антибликовое стекло позволяет увидеть естественный блеск и сияние благородного металла. Панно, обрамлённое в высококачественный багет, станет великолепным подарком, подчеркивающим Ваш утончённый вкус.

www.dizaincentr.ru
г. Курск, ул. Суворовская, 37
Тел. (4712)51-21-00, 51-12-85
info@dizaincentr.ru

ЕВРОТЕКС ПЛЮС



«EUROTEX BD» – это более 15-ти лет успешной работы, широкий ассортимент продукции, низкие цены и гарантированное высокое качество. Наша фирма занимается производством трикотажа из 100% хлопка, а главным преимуществом является оперативность выполнения работ и наличие собственного производства. Фабрика находится в Бангладеш. Есть склад в Москве. Футболки, бейсболки, поло, козырьки, толстовки и т.д.. Насыщенная цветовая палитра Вас приятно удивит.

ЕВРОТЕКС ПЛЮС
Тел./факс: +7 495 448-01-41
+7 499 737-89-82
+7 966 381-67-27
www.eurotex.me
eurotex1@mail.ru

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



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

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

Промотекстиль – открас по Pantone от 500 штук!



Мы производим изделия из полотна выкрашенного по Pantone заказчика уже при тираже от 500 штук: футболки, рубашки-поло и толстовки. Изготовим для вас уникальную модель с прокрасом элементов изделия (ворот, манжеты, планка, карман и др.)! Срок поставки изделий 45 дней. Более точные сроки поставки и цены просчитываются индивидуально в самые кратчайшие сроки.

На сайте www.leela.ru есть возможность скачать и отправить заполненный конструктор изделия или просто нам позвонить!
Leela Sales Promotion, +7(495) 229-11-94
info@leela.ru, www.leela.ru



ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ

ВТОРАЯ ПРЕМИЯ МАПП – 2015

Для российских производителей бизнес-сувенирной продукции

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ

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

ЗАЯВКА. Успейте до 10 августа отправить заявку: заполненную анкету (www.iapp.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.

СРОКИ: 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 приема 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 потребительских 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, оттенить 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.

5. ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО

В этой категории предполагается оценивать более дорогую подарочную продукцию, прежде всего, по тем критериям, которые соответствуют словам названия категории: творческая первичность решения изделия, соответствие качества исполнения цене изделия и совместимость с принципами корпоративных подарков. Мастерство дизайнера, использование инновационных или, наоборот, традиционных технологических решений, уникальность изделия, а также зрелая история рекламной кампании – вот те основные вопросы, ответы на которые будет искать жюри в продукции этой категории.

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ ЦЕРЕМОНИИ

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



В ПЕРВАЯ ПРЕМИЯ 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.

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



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

28-29 мая
г. Москва

общероссийский журнал
**УПРАВЛЕНИЕ
МАГАЗИНОМ**
представляет

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ
ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ МАГАЗИНА - 2015

Мероприятие предназначено для:
- владельцев и директоров магазинов и розничных сетей малого и среднего формата

ПОКУПАЙТЕ БИЛЕТЫ ПРЯМО СЕЙЧАС!

(495) 540-52-76

conference@image-media.ru

www.conference.image-media.ru/kupm2015

БЕЛГОРОДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА

БЕЛЭКСПОЦЕНТР

**20 мая 22
2015**

**XI БЕЛГОРОДСКИЙ
ФЕСТИВАЛЬ
РЕКЛАМЫ & ДИЗАЙНА**

XIV межрегиональная
специализированная выставка

РЕКЛАМА И ДИЗАЙН. ПОЛИГРАФИЯ

Т./ф. (4722) 58-29-40, 58-29-65, 58-29-41
E-mail: belexpo@mail.ru; www.belexpocentr.ru
г. Белгород, ул. Победы, 147-а

Международная Выставка по Рекламе, Полиграфии, Технологиям и материалам.

**28-30
Мая
2015**

Алматы, Казахстан Выставочный Центр «Атакент»

www.reklamexpo.kz

Организатор
Central Asia Trade Exhibitions

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

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

**28-30
Мая
2015**

Алматы, Казахстан Выставочный Центр «Атакент»

www.officeexpo.kz

Организатор
Central Asia Trade Exhibitions

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

IPSA

POWERED BY > PSI

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!

Крупнейший в Восточной Европе
Международный Выставочный проект

ПОДАРКИ

Салон:

**ПОДАРКИ, БИЗНЕС СУВЕНИРЫ,
ЭЛИТНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ**


Новый Год
Expo 2015

ВСЕЬ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



**Россия, Москва
ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР»**

**ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2015
22–25 сентября 2015**

БОЛЕЕ 30000 ПОСЕТИТЕЛЕЙ И 500 КОМПАНИЙ-УЧАСТНИКОВ!

ПОДАРКИ ЭКСПО

Под патронатом Правительства Москвы.

При поддержке: Московской торгово-промышленной палаты

Ассоциации Производителей и Поставщиков Подарков, Посуды и Бижутерии

Тел.: (495) 729-31-38, 972-48-31, 972-46-38

expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com

ранспор
лама, экраны, виде
я полиграфия, расходные мат
ирокоформатное печатное оборуд
вание, web-дизайн, фотосесс

р е к л а м а

обильные конструкции, оформление
мест продаж, рекламные услуги
ление рекламная печать, реклам
боты, pos-материалы, биз
стильная печать, интернет-рек
рекламные кампании onli
етинг, корпоративные подарки, г
нда, рекламная фото
дская реклама, наружная реклама
топечатать, web-дизайн



**Р Е К
Л А М А
22-25.09
2 0 1 5**



**23-я международная
специализированная
выставка**

ЭКСПОЦЕНТР

Организатор: ЗАО «Экспоцентр»

При поддержке Ассоциации
коммуникационных агентств
России (АКАР)

Под патронатом
Торгово-промышленной палаты РФ



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

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 ·



+7 (812) 240 40 40

N.UJNIKOVA@EXPOFORUM.RU

WWW.TRENDS.EXPOFORUM.RU

16+



генеральный
медиапартнер

ТЕЛЕКАНАЛ
Санкт-Петербург
topspb.tv

ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

реклама
12–15.04
2016
ЦДХ

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ



www.design-reklama.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK



АЛЕКСАНДР НИКИТИН,
главный по подарочкам, Главсюрприз

Ambiente. Время молотить, время заколачивать



Человеку свойственно сомневаться, если это не мой компаньон - Ольга. Мысль о поездке на выставку Ambiente во Франкфурт возникла и была утверждена еще летом 2014-го. Начало февраля никогда не ассоциировалось с завалами в работе, а летний курс еще не демонстрировал всех фигур высшего пилотажа. Но чем ближе была поездка, тем чаще возникал вопрос: точно надо? А тут еще наш приятель, поставляющий одежду редких марок, пригласил на вечеринку по случаю тотальной распродажи. Закрывается – грустно подумали мы. Но Евгений был бодр и весел. Закроются те, кто боится и возит ерунду. А качество всегда купят. В общем, если у Вас есть вкус и совесть... Мы переглянулись... в этом месте в кино был бы монтаж, а нас бы пригласили на посадку.

“Ambiente”! А-балдеть! Размеры выставочного комплекса во Франкфурте впечатляют. Город в городе. Величие моменту придавал еще и невероятных размеров монумент - Человек с Молотком. Статуя механическая. За минуту Человек вздымает молоток над головой и обрушивает его вниз. Время молотить! – подумали мы и рванули «в поля».

Предчувствие, что пройти всю “Ambiente” не удастся, появилось в тот момент, когда по территории выставки нас повез автобус. Вспомнилась фраза из «Кота в сапогах». А чьи это поля? Маркиза Барабаса. А эти? А чьи это павильоны? Амбиенте. А эти? Амбиенте. А вон те? Амбиенте. А уходящие за горизонт? Да-да-да...

32 зала. Прощайте ноги. Здравствуй взрыв мозга.

Билет на выставку - 75 евро. На двоих – 150. По новому курсу... мммм. Впрочем, можно попасть и безвозмездно. Нужно получить ваучер от кого-то из участников. Нам помогла Валентина Шеиндлина из Tognana. Пользуясь случаем - Grazie.

Подарки и посуда, кожгалантерея и одежда. Товары для дома и интерьера, кухни и ванной, сада и огорода, кафе и ресторана. Аксессуары для возлиания и воскуривания, соседствующие с товарами для красоты и здоровья... Уф...

Все четко, грамотно, практично. Однако, не без смешных казусов. В первый день мы прибыли поздно, прямо из аэропорта. В попытке сдать вещи пришлось пройти 5 гардеробных. Но, несмотря на наличие пустых мест, одежду не брали. Машина, - грустно объяснила проблему гардеробщица и указала на маленький агрегат. Он не печатает номерки. Аааа... поняли мы. Кризис в Европе. Закончились бумага и краска. Истина оказалась проще: номерки не пластиковые, а бумажные. И машинка печатает в день только один номерок на каждый крючок. К нашему приходу уже все напечатали, но кто-то успел свою одежду забрать. В этот момент двое японцев протянули свои номерки. О, повесьте наши на их место! – мы заплатим. Торжество российской смекалки длилось недолго. Извините, мы не сможем взять деньги. Раз мы не печатаем номерок, они не пройдут в системе. Коррупционный сговор на 4 евро явно не складывался)). Мы повесили пальто на ручки чемоданов и двинулись в зал.

Ощущение кризиса окончательно испарилось минут через 5 вместе с пузырьками шампанского, щедро разливаемого на каждом втором стенде посуды. Дополнительную веру в завтрашний день придала русская речь, которая в отличие



от PSI-Дюссельдорф во Франкфурте была слышна отчетливо. Видимо, в ритейле дела лучше.

Единственное, что роднило Франкфурт с Дюссельдорфом – стенд Проекта 111. Как показалось, их бренд F.O.R представлял Россию в гордом одиночестве. На наш взгляд другие производители напрасно

дают фору F.O.Ry. Эти ребята умеют отрываться. Во всех смыслах. Все, кто читает эти строки – догоняйте. И если в этом году был представлен американский павильон, почему бы в недалеком будущем не появиться российскому?

Кстати, об американцах. Во Франкфурте у нас была запланирована встреча с амери-

входе каждому посетителю выдали красную метку. Листок формата А5 убористого текста. Общий смысл: попытка купить и даже получить в подарок (!) какие-либо экспонаты со стендов строго карается. Мера пресечения: конфискация на выходе. В качестве альтернативы предлагалось закупиться сувенирами в официальных киосках выставки. Не исключено, что таким образом организаторы пытались «сделать им кассу»))).

Но не случайно русское «Охота пуще неволи» созвучно немецкому (шиллеровскому) *Des Menschen Wille, das ist sein Glück* – Желание человека – есть его счастье. Подстегиваемые желанием китайских и индийских экспонентов улететь налегке, посетители всех рас и вероисповеданий в едином порыве к счастью рванулись за красные флажки... И, видимо, поток волков был так велик, что охотники сочли за благо их не заметить. По крайней мере на наших глазах ни один обладатель пухлого чехоманчика или грозди пакетов не пострадал.

На выходе нас ждал верный Человек с Молотком. На секунду показалось, что он убыстрил движения. Время заколачивать! – подумали мы. По совести и со вкусом, – пронеслось в голове. И найденные и придуманные на выставке идеи мысленно устремились к клиентам. А ноги повели закрывать последний пункт программы – франкфуртские сосиски.

Аааммм!биенте оставил массу впечатлений. Делиться ими – есть наше счастье. Продолжение следует.

P.S. Мнение редакции может не совпадать с позицией авторов, но взаимную симпатию отрицать бессмысленно.

Главсюрприз,
+7 (495) 626-49-00
www.glavsurprise.ru



“GlavSurprise” company in an expressive manner shares its impressions on “Ambiente” trade-show in Frankfurt. The fair has striking sizes (32 halls) and gathered a fitting range of products: gifts and tableware, leather goods and clothing, household and interior design, kitchen and bathroom, garden, cafes and restaurants, and more. European wholesale companies have dominated the trade-show, but there were many participants from India, China and other Far Eastern countries too. The trip had several vivid incidents, but nevertheless the “Ambiente” had made the grade.



канским производителем, подыскивающим российского партнера. Обмен рукопожатиями и улыбками. Дежурный вопрос *how is business in Russia now?* – натолкнулся на заготовленный ответ: «Как вы знаете из речи мистера Обамы, экономика России в руинах...» Секундное замешательство в рядах наших партнеров сменилось искренним смехом. «Серьезно? Он так сказал? Да, он может... хе-хе. А реально как дела?» Политического диспута не получилось, и мы перешли к обсуждению сотрудничества. Как только это выльется во что-то осязаемое – Профессионал узнает первым)).

Выставка устроена примерно так. 60% площадей занимают крупные и средние европейские оптовые компании. 10% мелкие. 5% европейские производители. 20% производственно-торговые компании из Индии, Китая и других стран, попадающих под определение Far East. На их небольших стендах вперемешку можно найти многое из того, что очень красиво расставлено на больших европейских стендах в соседних павильонах. С кем работать, зависит от предполагаемого объема закупаемого товара и возможностей самостоятельно отслеживать качество его производства. Дотошный читатель и выпускники матфака заметили, что осталось еще 5%. Их занимают компании, которые приехали на выставку «расторговаться». Бижутерия, галантерея, даже мебель. У одной из них нам приглянулся столик в шоу-рум. Я не хвастаюсь, просто Ольга просила как-то ненавязчиво ей напомнить, чтоб заказала.

На фоне этого распродажного пира утро последнего дня началось удивительно. На





АЛЬБИНА ПЭН,
директор компании Dragon Gifts

Dragon gifts:

итоги работы в весенней Европе

Две последние недели марта дружная команда Dragon Gifts демонстрировала европейскому рекламному сообществу самые интересные и актуальные новинки в мире сувенирной продукции.

Деловое путешествие началось с участия в международной выставке рекламной продукции PSI PROMOTION WORLD-2015, которая, начиная с 2007 года, ежегодно проходит в Ганновере (Германия).

В этом году она проходила с 17 по 19 марта параллельно международной выставке CeBIT, демонстрирующей инновационные IT-технологии для бизнеса, участники и посетители которой, а это более 200 000 человек – представители самых разных компаний, которые, по мнению организаторов, должны были увеличить количество целевых посетителей PSI PROMOTION WORLD.



Экспоненты оценивают эксперимент организаторов весьма неоднозначно. С одной стороны – это хорошая попытка свести основных игроков рекламного рынка с конечными клиентами, а с другой – заинтересованных лиц с CeBIT было не так уж и много.

В PSI PROMOTION WORLD-2015 принимали участие 96 компаний, что на 5% меньше, чем в прошлом году. За 3 выставочных дня количество посетителей было порядка 9 800 человек, что на 4% меньше, чем в 2014 г. В основном это были немецкие рекламные агентства (60%), гости и экспоненты с CeBIT (25%). Остальные 15% - студенты, которые собирали статистические данные и «попрошайки» – как правило, это пожилые люди, собирающие сувениры просто так – для себя!

Кто-то ходил по выставке и спрашивал на каждом стенде – «Где купить сотовый телефон подешевле!!!» Видимо ошибся не только номером павильона, но и выставкой в целом...



Наша компания на европейском рынке делает первые шаги, поэтому для нас в целом выставка прошла весьма успешно!



Наш стенд всегда был полон гостей, в отличие от многих других компаний, которые откровенно скучали. Одна из причин, на наш взгляд, это большая конкуренция ввиду того, что товар у всех однотипный и однообразный!

Даже те компании, которые занимаются производством широкого ассортимента сувениров, не сочли нужным показать на выставке все свои возможности, продумать концепцию, заинтересовать и привлечь клиентов на свой стенд, ограничившись лишь каталогами для посетителей.

Поскольку выставка проводилась параллельно с CeBIT, акцент в нашем ассортименте был сделан на спецпроект i-gifts.ru, специализирующийся на сувенирах и аксессуарах для смартфонов и планшетов. Мы привезли большое количество power bank в разных дизайнах, сумочек, подставок, чехлов и держателей. Не без гордости хочется отметить, что такого многообразия в одном месте не видели даже экспоненты и посетители выставки CeBIT!



Было очень приятно встретить на выставке и уже знакомые лица – ряд компаний, сотрудничество с которыми началось после выставки в Дюссельдорфе, специально приехали на PSI PROMOTION WORLD, чтобы посмотреть наши новинки. Было интересное знакомство с российским рекламным агентством из Краснодара! Руководитель компании приехал на выставку, чтобы найти интересные идеи, увидеть что-то новое! И конечно был рад увидеть нас и нашу продукцию!



Особое внимание посетителей привлекали такие товары: ежедневник с power bank, ручки с миниатюрной встроенной флешкой, корпус для смартфона, выполненный по форме бокала вина, наушники на молнии, автомобильная зарядка в виде розы и, конечно, наш фирменный промосувенир – держатель для смартфона с полноцветным нанесением.

Во время выставки проводился третий отраслевой конкурс First Choice Award. Гости выставки в течение двух дней выбирали 10-ку лучших сувениров для продвижения своей компании. Победителями стали традиционные для Европы керамические кружки, ручки,



шапка с Bluetooth, power bank - кредитная карта.

Мы выставляли на конкурс power bank с 3D-изображением в подарочной упаковке, где power bank и упаковка – единое дизайнерское решение, а сам power bank – часть упаковки. Несмотря на то, что наш товар не набрал нужного количества голосов, по отзывам организаторов, к данному рекламному концепту посетители проявляли большой интерес, и это главное!

После закрытия PSI PROMOTION WORLD наша компания присоединилась к команде профессионалов – представителей крупных рекламных агентств, дистрибьюторов и поставщиков рекламнo-сувенирной продукции для презентации своих новинок в «передвижном» формате – One Day Road Show Europe.

Организаторами выступили польская компания RemaDays и издатель Gifts Journal, GJC InterMedia Sp., которые на протяжении двух лет проводили One DayRoad Show на территории Польши, собрав при этом множество положительных отзывов.



В 2015 году организаторы решили выйти за пределы Польши и дать возможность компаниям, заинтересованным в повышении продаж, презентовать свои товары на новых для них рынках.

Road Show началось 23 марта в Будапеште, 24 марта мы уже были в Братиславе, 25 марта – в Вене и 26 марта – в Праге. Двери выставки были открыты для всех желающих с 10:00 до 16:00, а в 17:00 автобус с участниками уже выезжал в следующую страну!

Выставка проходила в конференц-залах отелей, в которых все участники, как правило, и останавливались на ночь. Отели уровня 4 звезды, с удачным расположением. Всем участникам в течение выставочного дня предлагались кофе, чай, вода и легкие закуски, а организато-

ры радовали каждое утро коробкой шоколадных конфет, давая заряд бодрости на целый день!

Наша компания впервые принимала участие в «выставке одного дня», и было интересно посмотреть, как это работает. Понимая, что наш ассортимент и новинки не уместятся на стандартном столе участника, мы изготовили картонную полку-пазл размером 3*2,5 метра, на которой мы представили свои основные направления сувенирной продукции.



Основной костяк участников – это около 30 польских дистрибьюторов крупных европейских компаний и поставщиков рекламной продукции из Турции и Китая с кепками, футболками, ручками, кружками, полотенцами, пакетами и сумками. В Будапеште их было 29, в Братиславе – 33, Вене – 40, в Праге – 34. Пока они конкурировали между собой, мы собирали лавры, потому что каждый пришедший на выставку увидел на нашем стенде не только огромное разнообразие товаров, но и те же ручки, полотенца, кепки, кружки по цене китайских производителей и отличного качества, соответствующего всем европейским стандартам!



Конечно, многие из посетителей, как и участники шоу, работали или работают напрямую с Китаем. Но почти все, подходя к нам, «сетовали» на то, что китайцы не порядочно ведут бизнес, на проблемы с качеством товаров, срывы сроков и т.д.

Когда представители компаний узнавали, что у нас не просто пред-

ставительство в Китае, а мы живем и работаем в Китае, производим товары по ценам производителя, лично контролируем и осуществляем доставку в любую точку мира, они мгновенно вручали нам образцы своих основных товаров для



производства и оперативной поставки в Европу!

Языкового барьера в рамках One Day Road Show Europe у нас не было: английский, немецкий, немного венгерский и русский, близкие и знакомые на слух для всех братьев-славян, помогли нам общаться с потенциальными клиентами.

Больше всего посетителей отмечалось в Братиславе, более 100 человек. В Вене и в Праге порядка 90, а в Будапеште было около 70, что, скорее всего, связано с введением новых налогов на сувенирную продукцию.

Работа на One Day Road Show Europe-2015 завершена, это был отличный «экспириенс», и сама поездка через пол-Европы – это просто увлекательно и эмоционально интересно! Культура, еда, люди, особенно, когда ты живешь в Китае...

В Венгрии мы прокатились по Дунаю, посетили знаменитые купальни с горячими источниками! В Братиславе отведали вкусный фасольный суп с копченостями, в Вене выпили венский кофе и скушали знаменитый шоколадный торт sacher. А в Праге, глядя на знаменитые астрономические часы на стене здания Староместского муниципалитета, я предалась приятным воспоминаниям, ведь именно в этой ратуше 8 лет назад была моя свадьба.

Уставшие, но счастливые мы разъехались – кто-то в Швейцарию, где находится европейское представительство компании, а мы в вечнозеленый Китай!
С наилучшими пожеланиями,
Альбина Пэн.
8-800-200 86 30
www.dragon-gifts.ru
info@dragon-gifts.ru

5 вопросов МАПП профессионалу



ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВА,
директор выставки IPSA
Reed Exhibitions (Russia)



Прежде чем начать задавать вопросы, позвольте ещё раз поблагодарить Вас за отлично организованную выставку IPSA, прошедшую в марте. Выставка уже давно является главным событием суверенного года России, она достигает этого высокого звания без каких-либо натяжек. Все мы, участники и посетители выставки, смогли ещё раз убедиться в том, какую важную роль в любом деле играет профессионализм. Спасибо Вам за это, если не от всей отрасли, от имени которой мы не имеем права выступать, но, по крайней мере, от участников и сотрудников ассоциации МАПП.

1. Для нашей отрасли вы — человек новый. Расскажите, пожалуйста, чем вы занимались раньше и почему согласились возглавить именно этот проект.

У меня опыт работы в области маркетинга более 15 лет. Также профессиональное образование MBA со специализацией Управление маркетингом. Ранее я работала в крупных иностранных и российских компаниях, таких как HILTI, Cordiant. Последняя моя должность – Начальник отдела маркетинга B2B. Я отлично понимаю потребности корпоративного заказчика сувенирной и промпродукции и рекламного агентства. Также у меня есть опыт работы в выставочном бизнесе, ранее я работала в компании Reed Exhibitions, которая является организатором IPSA. Я согласилась возглавить проект, поскольку IPSA является B2B площадкой для взаимодействия рекламных агентств, конечных корпоративных заказчиков и производителей промпродукции, и я надеюсь, что мой опыт позволит лучше понять их потребности и сделать взаимное сотрудничество наиболее эффективным.

2. Конечно, у Вас ещё не могло накопиться большого опыта общения с участниками отрасли, с её ключевыми фигурами. И всё-таки, каковы Ваши первые впечатления от нас? Мы Вам нравимся?

Каждая компания отрасли, ее руководство и сотрудники обладают собственной яркой индивидуальностью. То, что мне нравится и что объединяет все компании отрасли – это несомненно творческие, креативные люди с нестандартным мышлением. Это можно заметить по самой выставке – на-

сколько она яркая и самобытная – и это, несомненно, заслуга наших участников! Большинство компаний, представленных в отрасли – от лидеров до самых небольших бизнесов – это не крупные мегакорпорации, а как правило, частные бизнесы, возглавляемые людьми, часто являющимися их владельцами и душой болеющие за свои компании. Их смелость и присущий отрасли предпринимательский дух, несомненно, вызывают у меня огромное уважение.

Каждая компания отрасли, ее руководство и сотрудники обладают собственной яркой индивидуальностью. То, что мне нравится и что объединяет все компании отрасли – это несомненно творческие, креативные люди с нестандартным мышлением. Это можно заметить по самой выставке – насколько она яркая и самобытная – и это, несомненно, заслуга наших участников!

3. Мы уверены, что в отрасли найдутся люди, которые не относятся так же восторженно к выставке IPSA, как мы. Расскажите о том, как вы будете совершенствовать выставку, какие новые идеи собираетесь претворять уже на ближайших мероприятиях.

Надеюсь, благодаря проводимой нами работе, скептически настроенные люди в будущем изменят свое мнение и станут приверженцами выставки. Люди, восторженно относящиеся к выставке, несомненно, вдохновляют нас и придают сил для дальнейшей работы. Но, в то же время, и люди, высказывающие критические замечания и настроенные скептически – ценный источник идей и инноваций для совершенствования проекта. Мы, команда проекта IPSA и руководство Reed Exhibitions, с огромным интересом и вниманием изучаем и по-

ложительные, и отрицательные отзывы как со стороны экспонентов, так и со стороны посетителей, и стараемся превратить их в конкретные действия по совершенствованию проекта.

Мы стремимся сделать IPSA лучшей площадкой для общения всех участников рынка промпродукции – корпоративных заказчиков, рекламных агентств, производителей и дистрибуторов рекламно-сувенирной продукции. Для этого уже на прошедшей выставке IPSA весна 2015 мы реализовали следующие шаги:

Расширили и улучшили качество посетительской аудитории корпоративных заказчиков. В этом году мы направили дополнительные усилия на приглашение на выставку руководителей маркетинга и маркетологов из отраслей, являющихся самыми крупными потребителями промпродукции: FMCG, retail, потребительская электроника, фармацевтическая отрасль, алкоголь, телекомм и другие. Это компании, которые и в условиях сокращения бюджета из-за кризиса все еще тратят значительные средства на промоакции и продвижение, неотъемлемой частью которых является промпродукция. Естественно, мы не обошли вниманием и наших традиционных посетителей – представителей нефтегазовой отрасли, строительства, авиации и других.

Мы планируем продолжить эту работу и к следующей выставке IPSA Осень 2015. Особое внимание мы уделяем также расширению географии наших посетителей, как с точки зрения привлечения компаний из регионов, так и с точки зрения увеличения количества международных участников. Для повышения международного статуса выставки мы расширяем сотрудничество с нашей партнерской выставкой PSI (Германия), организатором которой, как и в случае с IPSA, является компания Reed Exhibitions.

Также мы улучшили содержание конференционной части выставки, чтобы сделать ее максимально интересной для главного сегмента наших посетителей – рекламных агентств. В первый день конференции мы предоставили слово представителям крупнейших корпоративных заказчиков промпродукции: компаниям “Michelin”, “М-Видео”, “Альфа-Банк”, “STADA” и других, которые представили свои доклады на тему “Рекламная и промпродукция как часть комплексной маркетинговой стратегии компании”. Второй день был посвящен общению между представителями ассоциаций: МАПП, РОРАI, представителями производителей промпродукции и рекламными агентствами.

Мы планируем продолжить работу по усилению конференционной части, чтобы сделать IPSA лучшей площадкой для общения всех участников отрасли, обсуждения задач, стоящих перед отраслью и путей их решения. Для этого мы также планируем привлекать ведущих отраслевых экспертов. Уверена, уже на IPSA Осень 2015 вы сможете это увидеть и оценить!

Online каталог выставки с удобным поиском позволяет повысить эффективность общения между участниками и посетителями.

4. На выставке IPSA весна 2015 была развернута отдельная экспозиция, где были представлены отечественные производители сувенирной продукции. Не могли бы Вы отдельно об этом рассказать?

В непростой экономической ситуации 2015 года мы решили оказать дополнительную поддержку российским производителям сувенирной продукции, организовав павильон “Made in Russia”. Для участия в экспозиции мы пригласили компании, имеющие собственное производство в России. В экспозиции

В непростой экономической ситуации 2015 года мы решили оказать дополнительную поддержку российским производителям сувенирной продукции, организовав павильон “Made in Russia”. Для участия в экспозиции мы пригласили компании, имеющие собственное производство в России. В экспозиции приняли участие в том числе небольшие компании с ограниченным маркетинговым бюджетом. Специально для них в рамках общего павильона мы сделали стенды небольшого размера.

приняли участие в том числе небольшие компании с ограниченным маркетинговым бюджетом. Специально для них в рамках общего павильона мы сделали стенды небольшого размера. Это дало им возможность найти на выставке новых заказчиков, расширить свой бизнес и в будущем, надеемся, принять участие в выставке в более крупном формате. Мы планируем продолжить эту работу на IPSA Осень 2015, особенно в отношении небольших компаний, которые только делают первые шаги на непростом пути предпринимательства. Экспозиция “Made in Russia” вызвала большой интерес у посетителей выставки, которые в условиях нестабильного курса валют также заинтересованы в поисках поставщиков, не зависящих от изменения конъюнктуры рынка.

5. У Вас наверняка уже появились какие-то мысли и пожелания, которые Вы хотели бы высказать участникам бизнес-сувенирной отрасли, экспонентам и посетителям Вашей выставки. Поделитесь ими, пожалуйста.

Свое пожелание к участникам отрасли мы выразили в лозунге весенней и осенней выставок IPSA в 2015 году: “It’s promo time!”, а по-русски “ВРЕМЯ ПРОДВИЖЕНИЯ!” Этим мы хотели бы выразить свою позицию и пригласить вас – наших партнеров – участников промидустрии к ней присоединиться. Давайте активно двигаться вперед, чаще общаться, обмениваться актуальными идеями по совершенствованию бизнеса. Только так мы сможем достойно пережить непростые времена и стать еще лучше и продуктивнее. Ждем Вас всех на IPSA Осень 2015! С наилучшими пожеланиями,

Елена Алексеева и команда IPSA.

www.ipsa.ru



IPSA trade-show executive manager Elena Alexeeva shares her impressions after the last business session. According to her, the uniqueness of the trade-show it created by its participants, their courage and entrepreneurship of the industry are reputable. This year IPSA sought for marketing specialists among largest promotional products consumers: FMCG, retail, pharmaceuticals, alcohol, and telecommunications companies. Conference program was designed to be the most interesting for advertising agencies. And “Made in Russia” pavilion was organized to provide additional support for Russian promotional products manufacturers.

ПОСТАВЬ НА КАЧЕСТВО

VIP II – это новая коллекция эксклюзивных USB-накопителей, в которой были применены до сих пор не встречающиеся на рынке технические решения. Сочетание разных пород экзотического дерева, металла и полудрагоценных камней делает данную коллекцию оригинальной и современной.

Дополнительным преимуществом является применение авторской системы „one click”, благодаря которой коннектор USB-накопителя выдвигается из корпуса после нажатия кнопки.

Коллекция VIP II, как и ранее представленные продукты, является произведением ручной работы, в процессе изготовления которой были применены материалы наивысшего качества:

- Полудрагоценные камни: балтийский янтарь, польский полосатый кремль
- Экзотические породы дерева: палисандр, венге, падук
- Механизм „OneClick” – покрытый серебром

Возможность нанесения лазерной гравировки на дерево, на задней и боковой части корпуса.

*В коллекции используются качественные чипы, объемом памяти до 128 GB.

*USB-накопители доступны в стандарте USB 2.0 и USB 3.0.

Удачных покупок и продаж, коллектив LEDDCompany

КАТАЛОГ 2015.
Сделано в Польше.
+7 (495) 646-09-8
www.ledd.su
info@ledd.su



LEDDCompany presents a new exclusive USB-drives collection VIP II. The

combination of metal, semiprecious stones and different types of exotic wood makes it original and modern. Authoring „one click” system makes the USB-drive's computer connection as easy as pressing a button.


ZANA DESIGN
VIP II
USB 3.0



VIP II Wood Palisander L



VIP II Wood Latina



VIP II Wood Milano



VIP II Amber Palisander



VIP II Amber Oak Creamy



VIP II Amber Milano



VIP II Baltic Palisander



VIP II Baltic Zebrano



VIP II Baltic Milano



VIP II Flint Palisander



VIP II Flint Zebrano



VIP II Flint Heban

Память в сердцах, напоминание – в USB-сувенирах

Семидесятая годовщина Победы в Великой Отечественной войне – дата, заслуживающая особого внимания. Идут годы, тают ряды ветеранов, отстающих право на жизнь для миллионов людей, но растет число их потомков, внуков и правнуков, которые скажут: «Я помню, я горжусь!» Победа увековечена во многих памятниках и художественных произведениях, и сегмент рекламно-сувенирной продукции также не может оставить ее без внимания. Специально к 9 мая LEDD Company представляет серию уникальных USB-накопителей от польского производителя ZaNa Design.



Будучи официальным представителем продукции ZaNa Design на территории России, коллектив LEDD Company со всей ответственностью и вниманием принял активное участие в разработке дизайнов в честь 70-й годовщины Великой Победы.

В серии представлены USB-накопители с памятными надписями: «70 лет Победы», «70 лет Великой Победы», «1945 – 2015», «Я помню, я горжусь». Изделия могут быть дополнительно персонализированы логотипом или слоганом дарителя.

Георгиевская лента – один из центральных символов победы. Этот мотив перешел на USB-накопители из коллекции VIP Amber, инкрустированные двумя полосками балтийского янтаря в стилистике памятного знака. На оборотной стороне накопителя предусмотрено место для персонализации. Например, современные технологии дают возможность сделать собственную инкрустацию. Чтобы оценить внешний вид будущего изделия, дизайнер подготовит бесплатную визуализацию с учетом всех декоративных и презентационных элементов.

Проходят годы, многое забывается, но Победу в Великой Отечественной войне будут помнить и чтить в веках. Сохранить

бесценные крупницы нашей истории и передать трепетное чувство благодарности нашим предкам за подвиг, нашим близким за тепло и уют, нашим партнерам верность слову и поддержку в канун Юбилея помогут предметы из специальной серии USB-накопителей.

Пользуясь случаем, команда LEDD Company поздравляет всех с праздником! Вместе мы сохраним и сбережем подвиг 1945-го.

LEDD Company
www.ledd.su
www.usb2b.ru
info@ledd.su
 (495) 646-09-08



LEDD Company heartily congratulates fellow citizen on Victory Day and presents to the special commemorative series of USB-drives. It was developed in strong collaboration with ZaNa Design company (Poland). The series includes USB-drives with greeting inscriptions in memory of the 70th anniversary of The Victory and St. George ribbon style VIP-collection inlaid with amber.



Футболка

как рекламный носитель:

продолжение темы

Производитель – Поставщик – Корпоративный заказчик

Два года назад состоялся первый «Круглый стол»* по футболкам в нашем журнале. Прошло время, и мы решили продолжить обсуждение, так как, с нашей точки зрения, смысл выбранного нами формата состоит в возможности дальнейшего осмысления и дополнения изложенных фактов, а значит публикация должна иметь продолжение. Это особенно актуально теперь, когда страна переживает очень интересный момент в своем развитии. Тема рекламного текстиля, как и нашей предыдущей темы рекламной ручки, остается одной из самых популярных в отрасли, а тем более в преддверии весенне-летнего сезона. Мы надеемся, что продолжение обмена мнениями на выбранную тему будет полезным для всех участников нашего рынка.

Футболка как рекламный носитель:

Производитель



РОМАН МКРТЧЯН,
генеральный директор (учредитель)
«Лила Сэйлз Промоушн», Москва



ГЕОРГИЙ КАШИБАДЗЕ,
генеральный директор «ФутболкаОпт»,
Москва



МАРИНА ЛЕХМУС,
продакт-менеджер ООО "Проект 111",
Санкт-Петербург



ЮЛИЯ ГРАДОБЫК,
региональный менеджер по Восточной
Европе и СНГ, Fruit of the Loom и Russell,
Германия



ОЛЕГ ВИШНЕВСКИЙ,
директор по Восточной и Центральной
Европе компании SOL'S, Франция



ИГОРЬ БАШКОВ,
менеджер по продажам Stedman
в Восточной Европе и СНГ, Киев

МАПП: Расскажите, пожалуйста, о вашей торговой марке, бренде. Сколько лет вы работаете на российском рынке?

Роман Мкртычян: На российском рынке работаем более 20 лет. Начинали с производства не только промопродукции, но и одежды под торговой маркой «Leela's Fashion». Позднее торговая марка изменилась на LEEEA. Продукция, имеющая эту торговую марку, соответствует требованиям Oeko-Tex® Standard 100 Европейского Союза и удовлетворяет потребности нашего рынка в премиум-классе. Позднее появилась продукция под брендами Capital Light, Capital Heavy, Stretch, которая производится в Узбекистане. Данная продукция также производится только из лучшего сырья, но она дешевле и покрывает потребности рынка в секторе промо.

Юлия Градобык: Среди множества выбора в нынешнее время, когда останавливаешь свой взор на чем-то, важно понимать, что являешься частью чего-то большего – Истории! Потому мне очень приятно рассказывать о брендах, которые я представляю, а именно - Fruit of the Loom и Russell.

Fruit of the Loom - один из наиболее узнаваемых текстильных брендов на рынке. Бренд, который знают, любят и которому доверяют люди во всем мире. На рынке России компания Fruit of the Loom представлена более 10 лет. На мировом уровне этот бренд более 160 лет остается эталоном в производстве текстиля. Детальнее о нашем бренде вы можете узнать у нас на сайте. Могут лишь добавить, что когда кто-то присоединяется к этой команде профессионалов и добавляет еще свои силы, возникает ощущение, будто сразу приобретаешь опыт 160 лет на рынке текстиля. Бренд имеет богатую историю, и его узнают везде.

Russell – бренд, которому более 110 лет. Девизом Russell есть идея о том, что в своем деле нужно всегда быть первыми и лучшими. Именно поэтому Russell имеет столь широкий ассортимент, который всегда отличается инновационными технологиями.

Компания Fruit of the Loom одна из немногих имеет свою фабрику. Будучи одним из крупнейших в мире вертикально интегрированных производителей, мы полностью контролируем производственный процесс – от начала и до конца.

Георгий Кашибадзе: Компания «ФутболкаОпт» является оптовым поставщиком текстильной продукции на рынки России и СНГ с 2009 года. Производство организовано в Узбекистане. Торговая марка – CLASSIC.

Игорь Башков: Торговой марке Stedman в прошлом году исполнилось 60 лет. На российском рынке продукция представлена более 10 лет. На сегодняшний день каталог Stedman включает 94 модели различных футболок, рубашек поло, свитеров и флисовых курток. Дистрибьютором нашей продукции является компания «Пента Краун» (Москва).

Марина Лехмус: Проект 111 на рынке уже 21 год, а Тиболка существует с 2010 года. Эту футболку мы создавали специально для проморынка, основными критериями стали качество нанесения, долговечность носки и, конечно, адекватная цена.

Олег Вишневецкий: На российском рынке мы работаем уже больше десяти лет, что является, как мне кажется, достаточно большим сроком. За это время нам удалось многого достичь, познакомиться с удивительными и уникальными людьми (ведь именно конкретные и неповторимые люди создают рынок - мы часто об этом забываем!), суметь привлечь к себе российских покупателей, завоевать их доверие.

МАПП: Назовите 5 основных преимуществ вашей футболки.

Георгий Кашибадзе:

- 1 – Соответствие качества ГОСТу;
- 2 – Активное крашение;

3 – Стабильность качества пряжи;

4 – Стабильность качества пошива;

5 – Оптимальное соотношение цена-качество

Олег Вишневецкий: Я не люблю, если честно, такие формулировки вопросов, так как они загоняют нас в какие-то заранее заданные (не нами) рамки, сужая и обедняя коммерческую аргументацию. Наш бренд безусловно имеет в своем ассортименте большую гамму футболок, но мне не хотелось бы все сводить только к этой проблематике. С недавнего времени мы позиционируем нашу марку как мультиспециалиста в области промоодежды, предлагающего разнообразные решения в сфере массовых промоакций, мира моды, спортивных мероприятий, корпоративной униформы и т.д. Футболки, безусловно, остаются очень важной частью нашего ассортимента, но проводить знак равенства между этой отдельной гаммой продуктов и нашей маркой я бы не стал.

Марина Лехмус: Наша Тиболка 160 – пожалуй, единственная футболка на проморынке, сертифицированная по ГОСТ. Во всяком случае, я других Гостовских футболок не встречала. Она прошла тестирование в ЦНИИШП на плотность, растяжимость, устойчивость окраски. Швы с двойной отстрочкой, резинка ворота с эластаном, полотно тонкое, но плотное, не рыхлое, гладкая поверхность, на которой хорошо печатать – думаю, преимуществ больше пяти. Главным я считаю постоянное качество и большие остатки на складе.

Игорь Башков: Мы продаем не только футболки, поэтому скажу о преимуществах нашей торговой марки:

- Высокое стабильное качество по конкурентной цене. В нашем ассортименте есть одежда и базового уровня, и такая, что способная конкурировать с известными розничными брендами.

- Постоянно пополняемый склад в Москве у нашего дистрибьютора;

- Большие складские запасы (более 10 млн единиц) в Европе в комплексе с быстрой логистикой нашего дистрибьютора позволяют в кратчайшие сроки доставить товар, которого нет в текущий момент на складе в Москве. Логистика от европейского склада до московского склада занимает примерно 2 недели.

- Широкий ассортимент и не только футболки. Футболки составляют менее 40% нашего оборота. Многие изделия уникальны – это и спортивная коллекция Active Dry, и вязаные флисовые куртки, и двойные флисы (уникальная технология соединения двух видов тканей, например, Teddy Fleece), ну и конечно же различные футболки (из органического хлопка, из фасонной узелковой пряжи, цветные меланжевые и другие).

Роман Мкртычян:

1. Долговечность в носке.

2. Стабильность метрических параметров после многократных стирок.

3. Оптимальная мягкость полотна при невысокой ворсистости и, как результат, низкий расход краски при нанесении.

4. Стойкость и безвредность красителей.

5. Стабильно безукоризненный отшив.

Юлия Градобык:

1) У нас есть футболка на любой вкус плотностью от 135 до 205 г/м².

2) Наши футболки созданы специально для печати.

3) Высокая износостойкость каждой футболки.

4) Повторение цветов из года в год. Более того, наша палитра цветов соответствует корпоративным цветам (в системе Pantone) большинства крупных клиентов.

5) Наличие своей собственной фабрики и трех складов в разных странах дает возможность в краткие сроки удовлетворить большие запросы.



МАПП: За последние два года с момента первой публикации «Круглого стола» по рекламному текстилю ситуация в стране сильно изменилась. Как эти изменения коснулись вашей компании? А вашей продукции?

Игорь Башков: Наши обороты растут каждый год благодаря конкурентной продукции, новым продуктам, которые мы представляем каждый год, приемлемым ценам и отличной работе дистрибьютора.

Роман Мкртычян: Изменения, которые произошли на валютном рынке в 2014 году, коснулись всех сфер деловой активности. Безусловно отрицательно отразились и на уровне продаж нашей продукции.

Олег Вишнеvский: Замедление рынка безусловно уже чувствуется, но мне не хотелось бы поддаваться пессимистическим настроениям. Я сам родом из России и поэтому достаточно хорошо знаю и верю в российского клиента, который даже в самые непростые моменты умеет находить выход из затруднительных положений. Любой кризис обладает очистительной силой: выживают только наиболее сильные и стойкие игроки, и в этом безусловно есть положительный момент.

Георгий Кашибадзе: Возрос спрос на продукцию нашей компании, увеличился ассортимент производимой продукции – рынок рекламного текстиля развивается.

Марина Лехмус: За последние два года наши объемы по собственному бренду существенно выросли. Мы расширили цветовую гамму Тиболки, увеличили размерный ряд до 4XL, выпустили футболку поло под собственным брендом Unit.

Неплохо идут и продажи французского бренда SOL'S, который мы поставляем из Европы. В последнее время мы расширили предложение одежды этого бренда по цветам и размерам – 22 цвета и размеры от XS до 3XL. Заметно растет спрос на футболки поло, причем не только на базовые модели. Клиенты становятся более требовательными, стандартной белой футболкой уже никого не удивить.

В прошлом году мы стали эксклюзивным представителем бренда James Harvest Sportswear – шведского премиум-бренда промоодежды в стиле American college.

МАПП: В конце 2000-х российские власти заметно подняли таможенные пошлины на ввозимые текстильные изделия. Как развивается ситуация сегодня? Есть ли подвижки к лучшему?

Роман Мкртычян: Таможенные пошлины с одной стороны приводят к повышению себестоимости импортной текстильной продукции, но с другой стороны дают возможность укрепить местным производителям и поднять качество своей продукции, которое на настоящий момент достаточно невысокое.

Георгий Кашибадзе: Нас не касаются таможенные пошлины – мы производим в СНГ.

Игорь Башков: Мы не заметили изменений. Мы получаем регулярные заказы. За более детальной информацией вы можете обратиться к нашему дистрибьютору.

Марина Лехмус: Насколько я знаю, с прошлого года обсуждается идея запрета импорта всего текстиля или отдельных категорий. Так что об улучшении ситуации речи не идет.

МАПП: Хлопок является фондовым сырьем. Это значит, что стоимость ваших изделий сильно зависит от конъюнктуры фондового рынка, которая не всегда соответствует колебаниям спроса и предложения на готовые изделия. Вы замечаете это? Вам это мешает работать?

Роман Мкртычян: Стоимость продукции зависит не только от биржевых цен на хлопок, но и от ряда других факторов, которые

могут влиять на повышение себестоимости значительно сильнее. Любое повышение себестоимости продукции мешает работе, т.к. снижает и без того невысокую маржинальность.

Игорь Башков: Цена хлопка конечно же имеет значение. Но этот фактор работает для всех одинаково и кроме того является не единственным, влияющим на цену. К примеру в этом году всем производителям одежды пришлось повысить цены из-за существенного повышения курса доллара к другим валютам, так как текстильное производство находится в Азии, и расчеты осуществляются в долларах.

Георгий Кашибадзе: На рынке пряжи и полотна – колебания не так резки, как на фондовом рынке. Цены меняются очень инертно: как вверх, так и вниз.

Марина Лехмус: Честно говоря, в последнее время курс валюты влияет гораздо сильнее. Хлопок ведь в России не растет.

Олег Вишнеvский: Да, мы безусловно замечаем это, это существенно и периодически сказывается на колебаниях нашего ценообразования.

Олег Вишнеvский: Замедление рынка безусловно уже чувствуется, но мне не хотелось бы поддаваться пессимистическим настроениям. Я сам родом из России и поэтому достаточно хорошо знаю и верю в российского клиента, который даже в самые непростые моменты умеет находить выход из затруднительных положений. Любой кризис обладает очистительной силой: выживают только наиболее сильные и стойкие игроки, и в этом безусловно есть положительный момент.

МАПП: Качество футболок - не эфемерные фразы, а конкретные технические параметры: длина волокон хлопка, метод производства и удельная плотность ткани, состав красителей, качество и обработка швов и т.п. Требуются ли от участников купли-продажи этих изделий знания обо всех этих параметрах? Или достаточно знать цены? Влияет ли знание о принципах качества футболок на продажи?

Марина Лехмус: Конечно, не всегда продавец и покупатель знают все параметры. Мы стараемся по мере сил вести образовательную деятельность в рассылках, в ходе «Школы маркетинга подарков», на сайте. Какие-то вещи, как плотность, цвет, качество швов очевидны, а какие-то параметры нужно знать, чтобы обратиться на них внимание покупателя и объяснить, чем более дорогая футболка лучше.

Олег Вишнеvский: Конечно влияет. На рынке, переполненном предложением, необходимо четко и грамотно понимать преимущества своей продукции, ее сильные и слабые стороны. Зачастую мы забываем, что конечная цена напрямую зависит от указанных вами факторов. Именно поэтому любой профессионал своего дела должен четко понимать основные технические параметры своей продукции; это, как мне кажется, касается любого рынка.

Роман Мкртычян: Думаю, что покупатель должен точно знать, какого класса продукция ему нужна - премиум или промо. А каждый производитель сам должен позаботиться о качестве своей продукции, в конечном счете именно к этому же бренду вернется

покупатель, если он был ею доволен. Покупателю не нужно знать многих технических параметров полотна, достаточно знать сортность хлопка и плотность.

Игорь Башков: К сожалению часто бывает так, что и продавец, и покупатель не разбираются в технических характеристиках. Часто встречается подмена понятий, например, многие пишут, что их футболки сделаны из гребенной пряжи (самая высокая степень обработки), а это не соответствует действительности. Поэтому совет простой – сравнивайте не характеристики, а живые образцы. Так вы сами почувствуете, насколько вязка плотная, насколько полотно ворсистое, насколько ткань мягкая.

Георгий Кашибадзе: Знания никогда не мешают, а, наоборот, помогают продажам.

Знать цены и не знать, по каким параметрам они складываются – непрофессионально.

Отличное знание своего товара способствует увеличению клиентской базы. Порой сами клиенты оперируют фразой: “Нам нужна хорошая недорогая футболка...” Но на деле не знают основных параметров хорошего качества, и чем оно отличается от некачественного образца. Соответственно, обязанностью сотрудника является умелое доведение до сведения клиента основных параметров качества.

Юлия Градобык: Я считаю, что человек, чем бы он ни занимался, должен выполнять свою работу качественно и просто обязан знать свое дело и свой продукт. Это позволяет максимально четко определить потребность клиента и избежать многих недоразумений в будущем. Ведь это не занимает много времени, например, задать вопрос: «Для каких целей Вам нужна футболка?», но это моментально решает ряд нюансов нашей сферы.

МАПП: Из всех производимых в мире футболок лишь 10% делаются специально "под нанесение". Естественно, что такие футболки немного дороже. Тем не менее, часто в целях экономии нанесения производятся на футболки для этого явно не предназначенные. Почему же такое в принципе возможно, ведь, по крайней мере, тот, кто нанесение производит, знает об этом? Жадность продающей стороны? Непрофессионализм покупателя и продавца?

Юлия Градобык: Я очень рада, что наши бренды Fruit of the Loom и Russell как раз относятся к этим 10% и производят текстиль специально под нанесение изображений. К сожалению, почему-то еще существует очень много случаев, когда люди, продвигая свою продукцию, пытаются повысить лояльность клиентов, узнаваемость бренда за счет подарков в виде футболок, почему-то думают, что можно этого достигнуть с помощью некачественного продукта. И да, это наша задача - представителей, менеджеров в сфере продаж - повышать осведомленность и знание клиентов.

Роман Мкртычян: Постановка вопроса, на мой взгляд, несколько спорная. Футболки, изготовленные под нанесение, должны иметь минимально допустимую плотность для получения на нем логотипа приемлемого качества. На рынке должны быть футболки, соответствующие разным ценовым категориям, а покупатель должен уметь выбирать то, что соответствует его потребностям по качеству и цене. Вопрос не в жадности продавца, а в том, что зачастую покупатель не понимает, что неверно сравнивать по цене продукцию, которая не является качественной, с продукцией таковой, хотя по плотности они могут быть одинаковые. Иными словами, покупатель зачастую считает, что более плотная футболка должна стоить дороже, чем футболка, плотность которой меньше. Это, безусловно, не так, потому что не только плотность является параметром качества продукции.



LEOLA
SALES PROMOTION

Игорь Башков: Вопрос по моему мнению некорректный. В основном покупают текстиль для нанесения у специализированных компаний, если не брать случаи штучных заказов. Вряд ли у продавщицы на базаре будет 10 тыс. однотонных футболок красного цвета. Но даже текстиль для нанесения может сильно отличаться по качеству. Если футболка связана неплотно (легко определить, просмотрев ее на свет), она скорее всего сильно сядет после нескольких стирок; если футболка ворсистая, понадобится более толстый слой краски, чтобы этот ворс запечатать (что соответственно удорожает само нанесение).

Георгий Кашибадзе: К сожалению, я не располагаю статистической информацией о том, сколько футболок делается специально под нанесение. Это отдельное направление, в котором есть свои параметры качества и цены. Просто есть изделия, которые не соответствуют никаким стандартам ГОСТа, в связи с чем нанесение ложится плохо. Тем не менее, нанесение можно делать на всех футболках без исключения.

Марина Лехмус: Если нужна одноразовая футболка на мероприятие, большинство покупателей отдаст предпочтение самому дешевому варианту, и это понятно. Мы в этом сегменте не работаем.

Олег Вишневицкий: Мне тяжело ответить на этот вопрос, поскольку я не владею точной статистикой в этой области. Мне не хотелось бы обвинять или судить кого-то и наклеивать ярлыки, ведь это так просто!



Юлия Градобык: Мне очень нравится в таких случаях вспоминать компанию Apple, ведь все пытаются заменить ее, но увы, ни у кого пока не получается. Ведь есть спрос, и если компании внутри страны готовы (а главное – если могут) удовлетворить этот спрос, я уверена, что большая часть покупателей была бы готова перейти на отечественного производителя. Но, к сожалению, это фактически нереально в нынешних условиях рынка.

МАПП: Многие производители, в том числе и текстильных изделий, сертифицируют свои производства и изделия для подтверждения качества своей продукции и экологической безопасности производственных процессов. С вашей точки зрения, это важно? Заказчики обращают внимание на подобные сертификаты? Знают ли об их существовании в России? Ваши изделия обладают такой сертификацией? Почему?

Олег Вишневский: Да, все наши изделия прошли строжайшую европейскую сертификацию, в этом кстати наша сила и преимущество, которыми мы очень гордимся. К сожалению, как мне кажется, до недавнего времени российский клиент недостаточно интересовался данной проблематикой, сводя все к фактору цены. Постепенно данная тенденция меняется, и мы видим, что внимание к экологической безопасности текстиля, методам его производства и его происхождению становятся все важнее и важнее. В Европе без подобной сертификации вообще не может быть и речи о выходе на рынок. Помимо этого, чисто регламентационного и утилитарного момента, экологическая сертификация является составной - и очень важной - частью ДНК нашей марки, уделяющей колоссальное значение этической и природоохранной части своей миссии.

Роман Мкртычян: Любая производимая продукция должна соответствовать определенным стандартам, на это и существует сертификация. И это, безусловно, важно. Однако наличие сертификата качества не всегда является гарантией этого качества. Все наши изделия имеют соответствующие сертификаты, потому как этого требует законодательство страны импортера и производителя.

Марина Лехмус: Весь наш текстиль сертифицирован по стандартам таможенного союза (ЕАЭС), а европейские бренды – SOL'S и James Harvest – еще и по европейскому, OEKO-TEX. Сертификат – документ, подтверждающий качество изделия и профессионализм производителя.

Игорь Башков: Stedman является маркой с более чем 60-летней историей и отвечает требованиям всех международных стандартов как по качеству изделий, так и по экологии и условиям труда.

Георгий Кашибадзе: Это необходимое условие при производстве, экспорте и импорте – конечно важно. Производители и поставщики всегда имеют сертификаты, заказчики – нечасто требуют, только в случае проверок или требований со стороны потребителей.

Наша продукция всегда сертифицирована.

Юлия Градобык: Каждый предмет одежды, который производится компанией Fruit of the Loom, соответствует требованиям стандарта Oeko-TexStandard 100. Это гарантирует отсутствие в

одежде каких-либо веществ, наносящих вред человеку или окружающей среде. Также мы следуем кодексу поведения WRAP.

Подробнее о стандартах качества Fruit of the Loom можно узнать на нашем сайте, там этому посвящен специальный раздел.

К сожалению, на рынке России, Украины, Белоруссии нужна дополнительная сертификация, которая является ничем иным, как бюрократией наших государств. Поскольку подтверждать европейские сертификаты у нас – это абсурд.

МАПП: Сегодня актуальны разговоры об импортозамещении. Как вы относитесь к этому в вашем бизнесе? Считаете ли возможным, хотя бы в только в рамках рекламной отрасли, использование только российских текстильных изделий?

Роман Мкртычян: Использование текстильных изделий только российского производителя невозможно по многим причинам. В России нет сырья, нет необходимой инфраструктуры, достаточных производственных мощностей, нет подготовленного рабочего персонала.

Георгий Кашибадзе: Согласен, разговоры актуальны. В некоторых случаях дело продвинулось даже дальше разговоров. Частично и мы производим некоторые партии в России, но о полном импортозамещении говорить пока рано.

Игорь Башков: Думаю, для нашей отрасли вопрос не актуален по двум причинам: хлопок в России не растет, и даже если завозить ткань и шить, то стоимость рабочей силы в России гораздо выше, чем в Юго-Восточной Азии, где в основном находятся текстильные фабрики.

Юлия Градобык: Мне очень нравится в таких случаях вспоминать компанию Apple, ведь все пытаются заменить ее, но увы, ни у кого пока не получается. Ведь есть спрос, и если компании внутри страны готовы (а главное – если могут) удовлетворить этот спрос, я уверена, что большая часть покупателей была бы готова перейти на отечественного производителя. Но, к сожалению, это фактически нереально в нынешних условиях рынка.

Олег Вишневский: Мне сложно ответить на этот вопрос, так как я не обладаю достаточным количеством информации, чтобы ответить на него.

Марина Лехмус: Думаю, любое искусственное ограничение выбора к добру не приведет. Импортозамещение идет, развиваются российские производители, появляются запросы на товар с лейблом «Сделано в России». Но полное замещение в условиях глобального рынка возможно в одном случае – закрытии границы.

МАПП: За последний год рубль упал в цене по сравнению с долларом вдвое. Это не могло не сказаться на ценах на ваши изделия. К какому решению этой проблемы пришли в вашей компании? Повысили цены вдвое? Уменьшили норму прибыли? Нашли какие-то другие решения?

Георгий Кашибадзе: Цену в два раза поднять – не потянет рынок, что и случилось.

Убрали прибыль вообще – для поддержки производства. Дождались начала снижения цен на сырье, что ожидалось. Но максимально продержались – соотношение «производство-сбыт» на данном этапе важнее.

Роман Мкртычян: Повысить цены эквивалентно повышению курса доллара нереально. Конечно уменьшена норма прибыли.

Игорь Башков: Наша продукция поставляется с европейского склада, и цены выставляются в евро. Мы, как и многие другие поставщики, вынуждены были поднять цены в евро в этом году из-за падения курса евро к доллару. Ценообразованием в рублях занимается дистрибьютор.

Марина Лехмус: Конечно, мы вынуждены повышать цены, но стараемся сдерживать их рост, насколько можем.

МАПП: Россия вступает в сезон наибольшего спроса на текстильные изделия. Чего вы ждете от наступающего лета? Как оцениваете возможности своей компании? Обороты в этом году будут расти? Будут падать? Останутся без изменений?

Марина Лехмус: Думаю, рублевый оборот останется примерно на уровне прошлого года.

Игорь Башков: Мы ожидаем роста по двум причинам:

1) практически весь рекламный текстиль импортируется в Россию, и подорожание коснулось всех; 2) мы значительно расширили ассортимент в этом году, и новые модели очень позитивно восприняты рынком.

Роман Мкртычян: Сезон наибольшего спроса наступает, но изменился сам спрос. В связи с девальвацией рубля и повышением цен значительно уменьшилась покупательная способность участников рынка. В этих условиях наша компания делает упор на обеспечение конкурентности своих цен, повышение качества своей продукции и услуг и сокращение сроков исполнения заказов.

Олег Вишнеvский: Мне сложно ответить на этот вопрос. Самое главное, как мне кажется, – это выбор правильных и достойных партнеров, а они у нас в России имеются, поэтому мы с надеждой и оптимизмом смотрим на наступающий текстильный сезон!

Георгий Кашибадзе: Обороты упали до минимума в конце прошлого года. Сейчас рассчитываем на увеличение спроса. Рекламный текстиль – явление уже устоявшееся, и бесконечно падать спрос на него не будет. Все зависит от политики ценообразования производителя и профессиональной работы менеджеров.

МАПП: Давайте помечтаем: если бы президент страны завтра предложил вам реальную государственную помощь в обмен на организацию в России производства изделий, которыми вы сейчас торгуете, вы бы согласились? Каковы были бы ваши условия, в случае согласия? Если же нет, то почему?

Роман Мкртычян: Если бы предложил Президент страны, то я бы согласился. Условием была бы господдержка, которая включает в себя весь ряд ключевых моментов, необходимых для развития производства.

Игорь Башков: Как я отметил ранее – не актуально для нашей отрасли, так как хлопок в России не растет, и рабочая сила стоит гораздо дороже, чем в Юго-Восточной Азии.

Георгий Кашибадзе: Освободил бы на 5 лет от любых налогов и проверок под жестким контролем производства – закуп сырья, потребление валюты, наличие реального производства, а не ширмы.

Марина Лехмус: Мы за свободную конкуренцию и за международное разделение труда, а не за искусственные конструкции. И предпочитаем не мечтать, а работать.

МАПП: Вопрос для российских производителей: Насколько легко конкурировать с текстильной промышленностью Китая, Индии, Бангладеш и Узбекистана? В чём преимущества российского производства и в чём недостатки?

Георгий Кашибадзе: 1. Китай, Индия, Бангладеш – это одно. Узбекистан – другое. Разница по таможенным условиям поставок. России надо развивать текстиль неразрывно и в тесном сотрудничестве с Узбекистаном. Производство в России – самое отсталое по сравнению даже с Белоруссией, где сохранили наследие СССР, а Узбекистан – с нуля отстроил и дальше строит передовую текстильную отрасль после 90-х. Так что России надо говорить



не о конкуренции, а о сотрудничестве с сырьепроизводящими странами.

2. В России есть мощная бюрократическая машина, тормозящая на всех этапах рост любого производства. За счет чего Россия и сама остается сырьевой страной за последние 25 лет. Это уже большая политика, где ни вы, ни я не способны что-то поменять.

МАПП: Вопрос для российских производителей: Существуют ли в России современные технологии изготовления материалов для рекламного текстиля? Красители? Оборудование? Откуда сырьё?

Георгий Кашибадзе: Технологии существуют, но все, в основном, заимствовано. Красители, оборудование и сырьё – импортное.

МАПП: Тенденция последних месяцев - сворачивание деятельности некоторых зарубежных компаний на территории России. Коснулись ли вашей компании какие-либо ограничения и как вы к ним относитесь?

Георгий Кашибадзе: Нет, не коснулись. Нормально отношусь – мир всегда меняется.

Олег Вишнеvский: Нет, не коснулись. Мы верим в российский рынок, любим его и надеемся только на самое лучшее и хорошее.

Игорь Башков: Мы продолжаем работать и планируем увеличить бизнес в России.



Футболка как рекламный носитель:

Поставщик



НАТАЛЬЯ ВАСИНА,
категорийный менеджер по группе
“текстиль” Happy Gifts Group, Москва



ОЛЬГА МАРГОЛИНА,
маркетолог Oasis, Москва

МАПП: Какие торговые марки или бренды рекламного текстиля представлены в вашей компании? Насколько подвержен изменениям ваш выбор производителей?

Наталья Васина: На сегодняшний день дистрибьюторский портфель компании представлен 4 брендами: французским брендом модной одежды SOL'S, итальянским JRC – стиль fashion to business, легендарным американским брендом Fruit of the Loom и нашей собственной торговой маркой Start. Мы – компания, которая движется по пути расширения и привлекательности ассортиментного ряда. Наш главный принцип формирования ассортимента текстильных изделий – качество продукции, его широта и охват всех ценовых сегментов. Сегодня мы можем предложить своему клиенту огромный выбор фасонов, размеров и цветов. Бренды, представленные в нашем каталоге, имеют разные показатели эффективности, что позволяет нам сделать конкурентное предложение потребителю с точки зрения глубины складского запаса, ширины ассортимента и, конечно же, цены.

Ольга Марголина: Мы представляем в России эксклюзивно три бренда: US Basic, Slazenger, Elevate. Этот текстиль выпускается мировым лидером в области промоиндустрии Polyconcept. У каждой из марок собственная уникальная концепция. Если US Basic – базовая, недорогая, но очень качественная коллекция одежды для промоакций, бренд Slazenger, который выпускается почти 140 лет, и более ста из них спонсирует Wimbledon, символизирует классический винтажный стиль, то Elevate представляет современную одежду высочайшего качества для людей, ведущих активный образ жизни. Текстилем наша компания занимается с 2009 года, до этого времени «Круг», кажется, не продал ни одной футболки.

Марина Лехмус: Уже более 10 лет мы представляем французский бренд SOL'S в России, а в 2014 году добавили в свой ассортимент James Harvest Sportswear – одежда из Швеции премиум-класса. Сейчас наш портфель брендов включает все ценовые категории промоодежды.

МАПП: За последние два года с момента первой публикации «Круглого стола» по рекламному текстилю ситуация в стране сильно изменилась. Как отразились эти изменения на объеме продаж текстиля в вашей компании?

Ольга Марголина: Каких-то глобальных изменений на рынке мы не почувствовали. У нас в начале 2013 года появился новый бренд Elevate, коллекция которого активно развивается год от года. Также мы ощущаем растущий спрос на более дорогие футболки. Клиенты, на наш взгляд, становятся более требовательными и капризными.

Наталья Васина: На наш взгляд, рынок промоиндустрии в России в целом является развивающимся и растущим и, в частности, это касается промотекстиля. Покупатель становится более разборчивым, более требовательным, что, в свою очередь, запускает новый виток развития рынка, который приводит к росту. Разнообразие ассортимента позволяет нам охватить полный спектр потребительских предпочтений и завоевать высокий уровень лояльности клиентов.

МАПП: В конце 2000-х российские власти заметно подняли таможенные пошлины на ввозимые текстильные изделия. Как развивается ситуация сегодня? Есть ли подвижки к лучшему?

Наталья Васина: Высокие таможенные пошлины, безусловно, ложатся тяжелым бременем на импортеров продукта и, в конечном счете, на покупателя. Сегодня мы не видим каких-либо принципиальных изменений к лучшему, особенно в условиях, когда мы все больше говорим об импортозамещении.

Ольга Марголина: Мы не почувствовали существенного улучшения ситуации от вступления нашей страны в ВТО. Возможные выгоды от снижения пошлин нивелируются введением новых правил, инструкций или распоряжений, которые с завидной периодичностью появляются на таможне. К примеру, теперь сертификаты на детскую одежду нужно получать на каждую партию. Это стоит и больших денег, и серьезных усилий наших специалистов по импортной логистике.

МАПП: Хлопок является фондовым сырьём. Это значит, что стоимость ваших изделий сильно зависит от конъюнктуры фондового рынка, которая не всегда соответствует колебаниям спроса и предложения на готовые изделия. Вы замечаете это? Вам это мешает работать?

Ольга Марголина: Цены на сырье, как правило, определяются после сбора очередного урожая в августе-сентябре. Это плановая ситуация, к которой все производители и поставщики текстиля привыкли за годы работы. Кроме того, насколько я помню, таких скачков, как в 2011 году, когда цена на хлопок выросла за год почти в полтора раза, больше не наблюдается. Последние годы цены на футболки достаточно стабильны.

МАПП: Качество футболок – не эфемерные фразы, а конкретные технические параметры: длина волокон хлопка, метод производства и удельная плотность ткани, состав красителей, качество и обработка швов и т.п. Требуются ли от

Рубашки-поло со склада в Санкт-Петербурге



ООО «Остров Сокровищ»
Зеленов пер., 7а
194944, С.-Петербург
info@1gifts.biz
тел.:
921 9319052
911 0065739



450 Р
НДС включен

Stedman®



350 Р
НДС включен

участников купли-продажи этих изделий знания обо всех этих параметрах? Или достаточно знать цены? Влияет ли знание о принципах качества футболок на продажи?

Наталья Васина: Мы придерживаемся принципа: знаний много не бывает. Знание цен является необходимым, но недостаточным условием для компетентного анализа рынка рекламного текстиля. Оперировать только ценами недостаточно. Технические знания, относящиеся к области производства изделия, позволяют каждому участнику рынка сравнивать и анализировать рыночные предложения с максимальной долей достоверности. Отсутствие компетенции приводит к поверхностному анализу и часто, как следствие, к непреднамеренному демпингу и снижению эффективности продаж в целом. Мы в своих тренингах, проводимых нами ежегодно, как например One Day Harry, стараемся уделить время для технической информации о продуктах. Возможно, не всегда уместно оперировать только техническими показателями, но детальные знания продукта всегда лучше, чем их отсутствие.

Ольга Марголина: Текстиль – это очень сложная товарная группа. Даже у нашей компании, которая работает с готовыми европейскими и американскими брендами, не получается просто брать и привозить готовый товар. К сожалению, приходится владеть обширными познаниями в технологии, чтобы ориентироваться на рынке и быть уверенным в том, что предлагаешь клиентам.

МАПП: Из всех производимых в мире футболок лишь 10% делаются специально "под нанесение". Естественно, что такие футболки немного дороже. Тем не менее, часто в целях экономии нанесения производятся на футболки для этого явно не предназначенные. Почему же такое в принципе возможно, ведь, по крайней мере, тот, кто нанесение производит, знает об этом? Жадность продающей стороны? Непрофессионализм покупателя и продавца?

Ольга Марголина: Мы никогда не сталкивались с дешевым и некачественным текстилем в нашей работе. Поэтому нам сложно отвечать на этот вопрос. Мы готовы продавать или высококачественный промотекстиль, предназначенный для нанесения, или никакой. Но на любом рынке существуют дешевые аналоги низкого качества, которые находят своего потребителя. И я лично не вижу в этом ничего дурного. Важно, чтоб клиентов не вводили в заблуждение, заявляя более высокую плотность, или иные характеристики футболки.

МАПП: Многие производители, в том числе и текстильных изделий, сертифицируют свои производства и изделия для подтверждения качества своей продукции и экологической безопасности производственных процессов. С вашей точки зрения, это важно? Заказчики обращают внимание на подобные сертификаты? Знают ли об их существовании в России? Ваши изделия обладают такой сертификацией? Почему?

Наталья Васина: Документы, подтверждающие качество и безопасность изделий, являются важной составляющей при принятии решения о покупке. К сожалению, в случае с российским рынком зачастую цена является определяющим фактором. Уникальность технологий и материалов часто недооценены. Зарубежные рынки, где промощность имеет более долгий период развития, концентрируются на уникальности продуктов, их безопасности и экологичности, что обязательно подкрепляется соответствующими сертификатами. Несмотря на то, что потребители российских промощностей придают этому факту меньшее значение, рано или поздно, на наш взгляд, ситуация будет меняться. Качество наших брендов подтверждено документами и сертификатами.



Ольга Марголина: Все фабрики, на которых производится наш текстиль, прошли серьезный аудит по соблюдению социальных и экологических норм. Без таких сертификатов серьезные мировые бренды не могут работать ни в одной развитой стране мира. Сегодня в бизнесе как никогда важны проблемы социальной ответственности. Крупнейшие компании-рекламодатели не станут размещать свой логотип, ценность которого может составлять миллионы долларов, на футболке, которая была произведена на фабрике, где работают неграмотные десятилетние дети, лишены будущего. Если такой факт станет известен общественности, этот бренд может потерять огромную долю своей капитализации, на что, разумеется, ни одна из ведущих мировых корпораций пойти не может. Поэтому наличие сертификатов и результатов проведенного аудита является сегодня базовым требованием у глобальных компаний, неважно, где расположен их офис - в Америке, Австралии, Азии или России. Требования российских компаний, безусловно, не столь жесткие. Но наиболее крупные из них тоже начинают уделять большое внимание репутации бренда, которому отдают свой выбор.

МАПП: За последний год рубль упал в цене по сравнению с долларом вдвое. Это не могло не сказаться на ценах на ваши изделия. К какому решению этой проблемы пришли в вашей компании? Повысили цены вдвое? Уменьшили норму прибыли? Нашли какие-то другие решения?

Наталья Васина: Пока рано говорить о том, какие инструменты из предложенных могут оказаться верными. На рынке еще есть старые складские запасы, и зачастую розничные цены, которые мы видим сейчас, сформированы на базе старой себестоимости. Рынку необходимо время, чтобы адаптировать свое сознание к новым ценам. Скорее всего, он избавится от мелких игроков, так как придется балансировать на грани эффективности. Текстиль никогда не был сверхдоходным продуктом, а в кризисной ситуации тем более. Но наша компания, обладая богатым опытом и знаниями, внимательно изучив сложившуюся ситуацию на рынке, в максимально сжатые сроки адаптировала предлагаемый ассортимент текстиля к новым условиям.

Наши партнеры по-прежнему смогут найти в нашем ежегодном предложении сбалансированный по цене и качеству промотекстиль. Например, покупая футболку Original Full Cut T всего за 185 рублей, наш потребитель получает качественный промопродукт от известнейшего американского производителя компании Froot of The Loom. Это продукт, который 100% создан для задач решаемых промоиндустрией.

Ольга Марголина: Мы, конечно, подняли цены. Футболки – низкомаржинальный товар, где заработать больше 10-15% просто невозможно. Но наши дилеры ждут от нас более привлекательных цен. В связи с этим уже в ближайший месяц мы выйдем с новым, более привлекательным ценовым предложением по футболкам, чем US Basic. Кризис заставляет всех принимать, возможно, нестандартные решения, действовать быстро и на опережение ситуации, чтобы не потерять своих позиций. Поэтому «Oasis» планирует в ближайшие год-два существенно расширить коллекцию текстиля, который мы представляем в России.

МАПП: В советские годы в России было огромное количество текстильных предприятий. Тем не менее, большинство рекламного текстиля сегодня ввозится в Россию из-за границы. Откуда везёт свои изделия ваша компания? Почему? Если ваши изделия не российского производства, то появлялась ли у вас мысль наладить производство подобных изделий здесь?

Ольга Марголина: Почти все поставщики у нас сегодня находятся в Бангладеш и Китае. Но в Бангладеш в последние годы достаточно нестабильная политическая ситуация, а в Китае постоянно наблюдается рост уровня зарплат. Потому в ближайшее время мы планируем существенно расширить географию поставщиков: это будут страны и Латинской Америки, и производители из Африки и, конечно, другие, более стабильные и дешевые страны Юго-Восточной Азии, как то Индонезия, Шри-Ланка, Вьетнам, Камбоджа. Мы выбираем фабрику не по географическому принципу, а уровню производственной базы, менеджмента и ценообразования. Российские фабрики по всем этим показателям, к сожалению, существенно проигрывают даже производителям из Африки. Или просто мы не смогли найти те компании, с которыми могли бы начать успешное долгосрочное сотрудничество.

Наталья Васина: Да, действительно, на постсоветском пространстве и сейчас есть большое количество фабрик и предприятий, способных производить готовые промоизделия. Если вы более внимательно изучите формирование себестоимости производимой продукции, то увидите, что производственный цикл текстильных изделий очень непродолжительный. Наши фабрики и предприятия занимаются в основном пошивом изделий из готового полотна, что не позволяет нам говорить о гибком регулировании себестоимости и, как следствие, слабом регулировании розничной цены. В то время как предприятия, имеющие вертикально интегрированное производство, большинство которых находится в Южно-Азиатском регионе, способны аккумулировать существенные запасы хлопка, перерабатывать его, вязать пряжу, ткать полотно и отшивать готовые изделия в рамках одного производственного цикла. Это является ответом на вопрос, почему мы сотрудничаем с иностранными компаниями и импортируем текстиль. Производство на территории РФ, безусловно, возможно, но в данной ситуации неприменимо к условиям существующего рынка. Небольшие тиражи и эксклюзивные модели с успехом производятся на территории РФ на многих фабриках. Мы как торговая компания считаем необходимым концентрироваться на оптимизации ассортимента предложения, поддержании необходимых и достаточных складских запасов с приоритетом на розничную цену для заказчика. На наш взгляд, существующая ситуация не позволяет говорить об эффективности производства промотекстильных изделий на территории РФ.

МАПП: Сегодня актуальны разговоры об импортозамещении. Как вы относитесь к этому? Считаете ли возможным, хотя бы в рамках рекламной отрасли, использование только российских текстильных изделий?

Наталья Васина: Да, идеи импортозамещения всегда актуальны, когда наступает сложный период в экономике. Нет ничего невозможного в том, чтобы производить в России, но, к сожалению, для этого недостаточно одного желания. По нашему мнению, этот вопрос относится к разряду экономических, или даже политических, так как напрямую зависит от того, какой бизнес-климат будет создан вокруг вновь созданного предприятия. Уверены, желающих начать производство достаточно, осталось лишь только привести в соответствие внешние условия, которые бы способствовали развитию и процветанию этой отрасли.

Ольга Марголина: По-моему, совершенно популистское заявление. Когда сырье, красители и даже швейные машинки поставляются из-за рубежа, как можно говорить о производстве товара в России? Да, конечно, стоимость рабочей силы упала. Но все равно она не достигла того уровня, чтобы это существенно сказалось на разнице в цене изделий. Мы, ради интереса, прорабатывали

года три назад стоимость пошива футболки в России. Оказалось, что ивановские швеи оценивают свою работу в один доллар за изделие. На тот период пошив футболки на фабрике в Бангладеш стоил 13 центов. Поэтому падение национальной валюты в два раза ситуацию кардинально не изменит, как мне кажется. По крайней мере, не в ближайшие два-три года.

МАПП: Давайте помечтаем: если бы президент страны завтра предложил вам реальную государственную помощь в обмен на организацию в России производства изделий, которыми вы сейчас торгуете, вы бы согласились? Каковы были бы ваши условия, в случае согласия? Если же нет, то почему?

Наталья Васина: Мы не занимались глубоким изучением возможностей производства и не ставили перед собой такую задачу. Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо изучить ситуацию более детально с экспертами рынка.

Ольга Марголина: Сложно принимать то, с чем не сталкивался никогда в жизни. За двадцать лет наша компания ни разу не получила «государственной помощи». Мы всегда рассчитывали только на свои силы, в этом был и есть залог нашего успеха. Мы планируем и дальше развиваться за счет собственных ресурсов, не прибегая ни к чьей поддержке и протекции.

МАПП: Россия вступает в сезон наибольшего спроса на текстильные изделия. Чего вы ждете от наступающего лета? Как оцениваете возможности своей компании? Обороты в этом году будут расти? Будут падать? Останутся без изменений?

Наталья Васина: Наши прогнозы весьма оптимистичны. Опираясь на статистику I-го квартала 2015 года, мы допускаем, что показатели эффективности в высокий сезон не ухудшатся. Возможно развитие событий, при которых спрос на промотекстиль будет расти.

Ольга Марголина: Мы ждем хороших продаж. Надеемся увеличить объем примерно на 50-60% с учетом расширения линейки,

возможностей по нанесению и нового качества сервиса. Но все планы мы строим, конечно, в рублях. Если вести расчеты в штуках, то прогнозы отнюдь не радужные.

МАПП: На ваш взгляд, существуют ли в России современные технологии изготовления материалов для рекламного текстиля? Красители? Оборудование? Откуда сырьё?

Наталья Васина: Данная тема нами недостаточно изучена. Мы допускаем, что высокая предпринимательская активность и желание развивать новые технологии на российском рынке обеспечат появление новейших материалов и способов их применения. Регулярно получая информацию из открытых источников (таких как выставки и профессиональные издания), мы видим, что все вышеперечисленное доступно к покупке и не имеет ограничений к импорту.

МАПП: Тенденция последних месяцев - сворачивание деятельности некоторых зарубежных компаний на территории России. Коснулись ли вашей компании какие-либо ограничения в поставках рекламного текстиля и как вы к ним относитесь?

Наталья Васина: Все наши поставщики являются проверенными партнерами на протяжении многих лет. Мы имеем долгосрочные контракты и обязательства друг перед другом. Любые кризисные явления являются дополнительной проверкой сторон. Мы рады, что нам никогда не приходилось сожалеть о выборе бизнес-партнеров.

Ольга Марголина: Наши партнеры нас очень поддержали в этой непростой ситуации. На этот год мы получили от всех более привлекательные условия сотрудничества в плане цен, минимальных тиражей и условий оплаты. Мы ощущаем прямо противоположную тенденцию: интерес к нам со стороны вендоров усилился с наступлением кризиса, и возможности «Oasis» только расширились.

Футболка как рекламный носитель:

Корпоративный заказчик

Специалист по организации выставок, авиакомпания

Руководитель отдела маркетинговых коммуникаций, кровельная компания

Специалист по PR и рекламе, магазин натуральных продуктов

Ведущий менеджер дирекции маркетинга, рекламы и PR, выставочный центр

МАПП: Как часто вы заказываете рекламный текстиль, а именно футболки, и для каких целей?

Авиакомпания: Как правило, 1 раз в год, возможны дополнительные заказы на специальные мероприятия.

Кровельная компания: Футболки заказываем под акцию, мотивационную программу, проект с дилером. Обычно рекламный текстиль заказываем 1-2 раза в год и это не всегда футболки.

Магазин: Мы заказываем форму для продавцов, логистов и промо, но это бывает раз в три года.

Выставочный центр: Нечасто. В качестве сувениров – редко, т.к. в основном b2b-аудитория – не молодежь. Если заказываем, то для реализации как промотоваров в сувенирных магазинах, а также для выставок b2c.

МАПП: За последний год рубль упал в цене по сравнению с долларом вдвое. Это не могло не сказаться на ценах рекламного текстиля в том числе. К какому решению этой проблемы пришли в вашей компании?

Авиакомпания: Текстиль не является основной составляющей нашей сувенирной продукции, поэтому на нашей компании это сказывается несильно, но в выборе поставщика основными критериями были и остаются показатели качества и, конечно, цены.

Кровельная компания: Мы всегда очень взвешенно подходим к выбору рекламных носителей, подарков и атрибутов акций и т.п., поэтому если выбор пал на заказ футболки, будем заказывать, пытаясь выбрать оптимальное предложение на текущий момент по соотношению цена-качество.



Магазин: Мы заказали текстиль еще до обвала рубля.

Выставочный центр: Как раз на текстиль цены повлияли несильно. Но мы в любом случае работаем с российскими поставщиками.

МАПП: Многие производители, в том числе и текстильных изделий, сертифицируют свои производства и изделия для подтверждения качества своей продукции и экологической безопасности производственных процессов. С вашей точки зрения, это важно? В вашей компании обращают внимание на подобные сертификаты? Знают ли об их существовании?

Авиакомпания: Наша компания уделяет много внимания экологии окружающей среды, поэтому мы обращаем внимание на этот показатель, он важен, но он не является главным критерием в выборе.

Кровельная компания: Если честно, мы не знали о таких сертификатах или по крайней мере точно не запрашивали у поставщиков.

Магазин: Нет, не обращают и вряд ли знают.

Выставочный центр: Всегда приятно иметь дело с социально-ответственными компаниями – это значит, людей интересует не только прибыль. У таких компаний и подход к работе другой, более ответственный. Но если есть другие плюсы, такие как креатив, эксклюзивность, оперативность, клиентоориентированность – это зачастую более важные факторы.

МАПП: Сегодня актуальны разговоры об импортозамещении. Как вы относитесь к этому? Считаете ли возможным, хотя бы в рамках рекламной отрасли, использование только российских текстильных изделий?

Авиакомпания: Ввиду того что офисы компании расположены по всему миру, говорить о полном импортозамещении не приходится, но на российском рынке мы не против поддерживать российских производителей, опять-таки если нас устраивает цена и качество изделий.

Кровельная компания: Так как мы сами отечественные производители, мы только за!

Магазин: Да, если качество будет хорошим. При импортозамещении качество должно быть на уровне.

Выставочный центр: Мы поддерживаем политику импортозамещения, хотя дешевле, чем в Китае, наши вряд ли получится делать. Однако в текстильной отрасли – вполне возможно!

МАПП: Хотели бы вы работать напрямую с производителем и почему? Или вы отдаете предпочтение рекламным компаниям, оказывающим полный комплекс услуг?

Авиакомпания: В вопросе заказа сувенирной продукции мы работаем с поставщиками напрямую, потому что знаем потребности и особенности своей компании. К рекламным компаниям тоже обращаемся в некоторых случаях для комплексной подготовки спецпроектов.

Кровельная компания: В нашем случае все зависит лишь от того, будет ли производитель работать с нашими небольшими заказами (50-100 шт.)

Магазин: Выбираем полный комплекс услуг.

Выставочный центр: Стремимся работать с производителем, т.к. меньше третьих лиц – меньше риска ошибки и «испорченного телефона». И к тому же цена всегда ниже.

МАПП: Довольны ли вы качеством работы рекламных агентств, поставщиков? Часто ли вы меняете компанию, предоставляющую вам рекламные услуги?

Авиакомпания: Закупки проводятся на тендерной основе, в каждом отдельном случае, но если нас устраивает работа поставщика, мы работаем с ним на постоянной основе, для нас очень важны долгосрочные партнерские отношения с нашими коллегами, это очень облегчает работу обеим сторонам.

Кровельная компания: Так как в нашем случае это скорее разовые заказы, каждый раз подбираем оптимальный вариант; естественно, в-первую очередь пытаемся обратиться в ту компанию, с которой уже работали, но конечный выбор все же за оптимальным предложением.

Магазин: Недовольны, постоянно путают цвета ткани, нитки, размеры и т.д. Приходится периодически искать новые агентства.

Выставочный центр: Теми, с кем работаем давно – довольны. Но и новые агентства стремимся открывать для себя. С некоторыми сразу прощаемся после первых запросов – уровень сервиса не привлекает. А с некоторыми начинаем дружить и работать. За год появилось 2-3 новых поставщика, с двумя-тремя расстались.

ВОПРОС от Марины Лехмус, продакт-менеджер

ООО "Проект 111": Каков ваш рейтинг критериев при выборе футболок: цена, качество, наличие на складе?

Авиакомпания: 1.Цена. 2. Качество

Кровельная компания: Пожалуй, банальное цена-качество.

Магазин: Качество-цена-наличие на складе.

Выставочный центр: Первые – это цена, качество печати, оперативность и клиентоориентированность. Вторые – это креатив и дизайнерские решения, качество текстиля. Для нас чаще всего важна низкая цена, но при этом нормальное качество. Однако если это бизнес-сувениры для партнеров компании – важнее всего идея и ее воплощение.

МАПП: Продолжая разговор о качестве, назовите ситуацию, когда качеством, в частности, футболок, можно было бы пренебречь. Если, конечно, считаете, что такие ситуации возможны в принципе.

Авиакомпания: Такие ситуации невозможны, качество любой сувенирной продукции, в том числе футболок, – это лицо компании. Качество здесь играет самую важную роль.

Кровельная компания: Все, что мы делаем для наших клиентов, мы стараемся делать на должном уровне. И даже закупая футболки, я бы не позволила себе пренебречь качеством.

Магазин: Качество должно быть всегда хорошим. Особенно это важно для формы продавцов.

Выставочный центр: Возможно, на разовых уличных промоакциях.

Редакция МАПП благодарит всех участников за интересные и содержательные ответы, за внимание к выбранной теме.

Материал будет опубликован 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 / Verhnyaya 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
- plv — Павлово, Россия / Pavlovo, Russia
- krk — Курск, Россия / Kursk, Russia

Автоосвежители

Air-fresheners
mos www.zomer.ru

Автосувениры

Car accessories



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

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

Тел. +7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su



- mos www.dragon-gifts.ru
- mos www.erebusgroup.ru
- spb www.finndesign.ru
- rst www.fuska.ru
- mos www.ideas-gift.com
- hel www.leondirect.net
- mos www.usb2b.ru

Аксессуары для телефонов

- mobile phone accessories
- mos www.dragon-gifts.ru
 - mos www.erebusgroup.ru
 - spb www.finndesign.ru
 - rst www.fuska.ru
 - mos www.ideas-gift.com
 - 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
- mos www.ideas-gift.com
- hel www.leondirect.net
- spb www.scale-gifts.ru

Бейджи

Badge



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

Бейсболки

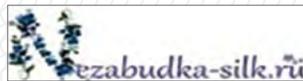
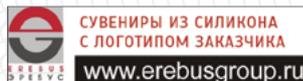
Baseball caps



- mos www.aero-pak.ru
- mos www.eurotex.me
- mos www.footballki.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.g-h.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.glavsurprise.ru
- mos www.ideas-gift.com
- mos www.nashasemia.ru
- srk www.newrostr.ru
- mos www.OCHKITOUCH.ru
- zls www.oruzheink.ru
- mos www.profsuvenir.ru
- 83171 www.pzhm.ru
- spb www.scale-gifts.ru

Бирдекели Coasters

- mos www.ideas-gift.com

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

Блоки для заметок самоклеящиеся Memo notes

- mos www.ideas-gift.com

Блокноты Block-notes

- mos www.brunnen.ru
- mos www.ideas-gift.com



Брелоки Key-holders

IDEAS Lab. Gifts
ideas-gift.com

- 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

Букэндзы Bookends

- mos www.ideas-gift.com

Бумажная посуда с нанесением Paper tableware with drawing см. Посуда бумажная с нанесением Paper tableware with drawing

Визитницы

Visiting card folders



- mos www.acar-group.ru
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.elitegift.ru
- mos www.giftsaquarell.ru
- mos www.ideas-gift.com
- mos www.souvenirs.ru

Винные и курительные принадлежности

Wine and smoking accessories



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

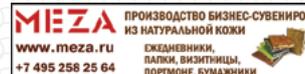
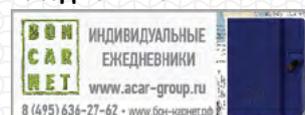
Гаджеты Gadgets

IDEAS Lab. Gifts
ideas-gift.com

- mos www.dragon-gifts.ru
- mos www.g-h.ru

Деревянные сувениры Wooden souvenirs см. Сувениры из дерева

Ежедневники Diaries





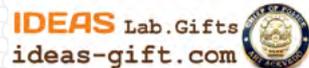
mos www.aero-pak.ru
 mos www.brunnen.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.g-h.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net
 mos www.mt-souvenir.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.souvenirs.ru
 mos www.usb2b.ru

Зажигалки Lighters

mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com



Значки Pins



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

Зонты Umbrellas



mos www.aero-pak.ru
 mos www.g-h.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.shnurz.ru
 mos www.souvenirs.ru
 mos www.zomer.ru

Игры настольные Board games

mos www.ideas-gift.com

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.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com

Календари настольные Desktop calendars

mos www.ideas-gift.com

Канцелярия для офиса Stationery

mos www.owers.ru
 mos www.brunnen.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.ideas-gift.com

Карандаши Pencils

mos www.ideas-gift.com

Клипсы для денег Money holders

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

Ключницы Key wallets

spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 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
 mos www.ideas-gift.com

Книжки записные Phone-books

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

Коврики для компьютерных «мышек», производство Mouse pads manufacturing

spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net
 mos www.usb2b.ru

Кожаные изделия leather products

mos www.ideas-gift.com
 mos www.profsuvenir.ru

Копилки Moneyboxes

mos www.ideas-gift.com

Кружки Mugs

mos www.300ml.ru
 mos www.aero-pak.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.g-h.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com
 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
 mos www.ideas-gift.com

Куртки, ветровки Jackets, wind-breakers

mos www.di-promo.ru
 mos www.eurotex.me
 mos www.futbolkaru.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.zomer.ru

Левитроны Levitrones

mos www.ideas-gift.com

Магниты (сувенирные) Magnets



mos www.aero-pak.ru
 krs www.dizaincentr.ru
 mos www.erebusgroup.ru
 spb www.finndesign.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net

Монетницы Coin tray

mos www.noex.ru



«Мышки» компьютерные, ручная роспись Hand-crafted computer mice

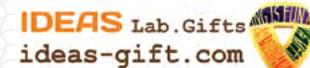
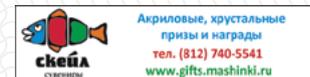
spb www.finndesign.ru
 hel www.leondirect.net

Наборы для пикника Picnic sets

mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net
 srk www.newrostr.ru
 plv www.pzhm.ru



Награды, медали Awards, medals



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

Новогодние сувениры Christmas souvenirs



krs www.dizaincentr.ru
 mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.g-h.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.oruzheynik.ru

Одежда для промоакций Promo-textiles



4712 www.dizaincentr.ru
 mos www.eurotex.me
 mos www.footbolki.ru
 mos www.futbolkaopt.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.OCHKITOUCH.ru

Оловянные сувениры Tin souvenirs

mos www.ideas-gift.com

Органайзеры настольные Organizers desktop

mos www.ideas-gift.com

Очки с логотипом Sunglasses with logo



Открытки Postcards

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

Пазлы

Puzzle
mos www.ideas-gift.com

Пакеты бумажные ламинированные

Laminated paper bags
mos www.300ml.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru



ПАКЕТЫ КОРОБКИ
БУМАЖНЫЕ И П/Э (ECON-PRESS)
www.econ-press.ru e-mail: info@econ-m.ru
8-925-517-52-14 • 8-499-270-58-74

**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
mos www.ideas-gift.com
hel www.leondirect.net
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Печенье с предсказаниями

Fortune cookies

**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

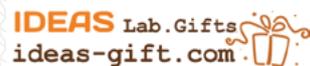
Plaids



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

Подарки, оптовые поставки

Wholesale gifts



krs www.dizaincentr.ru
mos www.futbolkaopt.ru
mos www.g-h.ru
mos www.OCHKITOUCH.ru
plv www.pzhm.ru

Подарки, розничная торговля

Retail selling gifts

krs www.dizaincentr.ru
mos www.futbolkaopt.ru

Подставки для письменных принадлежностей

Pen holders

spb www.finndesign.ru
mos www.ideas-gift.com
hel www.leondirect.net

Подставки под кружки

Coasters

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

Подстаканники

Glass holder

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 кожзамениителя

Synthetic material brief cases

mos www.acar-group.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

Портфели из кожи

Leather brief cases

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

Портфолио Portfolios

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

Посуда Tableware

mos www.300ml.ru
mos www.aero-pak.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.g-h.ru
mos www.giftsquarell.ru
mos www.ideas-gift.com
hel www.leondirect.net
plv www.pzhm.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

Посуда бумажная с нанесением

Paper tableware with drawing

**Рамка номерного знака**

Car-plate frames

mos www.mails.u

Рубашки-поло

Polo-shirts



mos www.di-promo.ru
mos www.eurotex.me
mos www.footbolki.ru
mos www.futbolkaopt.ru
mos www.ideas-gift.com
mos www.leela.ru
mos www.nashasemia.ru

**Ручки шариковые**

Ball-point pens



mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.mt-souvenir.ru
 mos www.pen.su
 mos www.usb2b.ru

НЕДОРОГИЕ пластмассовые ручки со склада в Петербурге



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

Ручки эксклюзивные

Exclusive pens

mos www.aero-pak.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com
 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

Светосувениры

Lights

mos www.ideas-gift.com

Свечи сувенирные

Candles

mos www.ideas-gift.com

Скатерти

table cloth

mos www.di-promo.ru

Спички

Matches

mos www.ideas-gift.com

Станции погодные

Weather station



mos www.ideas-gift.com

Сувениры из дерева

wooden souvenirs

mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.ideas-gift.com

Сувениры из керамики

Souvenirs from ceramics

mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.ideas-gift.com

Сувениры из пластика

Plastics souvenirs



mos www.erebusgroup.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.profsouvenir.ru

Сувениры из стекла

Glass souvenirs



mos www.3dworks.ru
 mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.ideas-gift.com

Сумки для ноутбуков

Folders for notebook-computers

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

Сумки из кожи

Leather bags

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

Сумки из текстиля

textile bags

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

Толстовки

Sweatshirts

mos www.aero-pak.ru
 mos www.argus-tekstil.ru
 mos www.di-promo.ru
 mos www.eurotex.me

mos www.footballki.ru
 mos www.futbolkaopt.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.promo24.ru



Упаковка подарочная и атрибуты к ней

Gift's boxes



mos www.ideas-gift.com
 srk www.newrostr.ru
 mos www.profsouvenir.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.usb2b.ru
 mos www.zomer.ru

Фарфор

Porcelain

mos www.elitegift.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net

Флаги и флэжки

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.profsouvenir.ru

Фляжки Flasks

spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net

Фонари

Torches

mos www.ideas-gift.com

Фотоальбомы

Photo albums

mos www.antonioveronesi.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.elitegift.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net

Фоторамки

Photo frame

mos www.erebusgroup.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.usb2b.ru

Футболки

t-shirts

mos www.aero-pak.ru
 mos www.di-promo.ru
 mos www.eurotex.me
 mos www.footballki.ru
 mos www.g-h.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 spb www.mirtex.info
 mos www.nashasemia.ru
 spb www.scale-gifts.ru



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
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com
 hel www.leondirect.net
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.shnurz.ru
 csp www.vostok-time.ru
 mos www.zomer.ru

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



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

Шарфы, галстуки, платки

Ties and scarfs
 spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 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
 mos www.ideas-gift.com
 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

IDEAS Lab. Gifts
ideas-gift.com

plv www.pzhm.ru

USB – аксессуары

USB accessories
 mos www.3dworks.ru
 mos www.3venta.ru
 mos www.dragon-gifts.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.g-h.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

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

sales@3venta.com

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

www.digifts.ru



www.digifts.ru

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

VIP-подарки

VIP gifts

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

Antonio Veronesi
 Тел. (495) 642-86-77; (499) 476-2454
www.antonioveronesi.ru

ГЛАВ ПОС ПРОМ КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ
 (495) 640-0616; (812) 640-0616
WWW.GLAVPOSPROM.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
 mos www.ideas-gift.com
 spb www.kamni-viski.ru
 mos www.mt-souvenir.ru
 srk www.newrostr.ru
 mos www.nezabudka-silk.ru
 mos www.OCHKITOUCH.ru
 zls www.oruzheynik.ru
 mos www.profsuvenir.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 csp www.vostok-time.ru

АЛФАВИТНЫЙ КЛАССИФИКАТОР РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Ассоциативный маркетинг

mos www.ideas-gift.com

Вышивка на изделиях embroidery

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

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

Гравировка лазерная

Laser engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



fdm
www.finndesign.ru

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

Гравировка механическая

Mechanical engraving

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



fdm
www.finndesign.ru

mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.eribusgroup.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
 mos www.ideas-gift.com

Дипломы

mos www.olympya.ru

Клише, изготовление

Producing of clishe

rst www.fuska.ru
 mos www.OCHKITOUCH.ru

Конверты (печать на конвертах)

Envelopes

mos www.rv24.ru

Коробки подарочные, производство от 1-й штуки

gift box producing

mos www.profsuvenir.ru
 mos www.rv24.ru

Наклейки полноцветные, производство

Sticker printing



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

Оборудование гравировально-фрезерное 3D

mos www.olympya.ru

Оборудование для лазерной гравировки

equipment for laser engraving

mos www.olympya.ru

Организация и проведение промошн-акций

Promotion actions

mos www.futbolkaopt.ru

Переплетные работы

Binding

mos www.profsuvenir.ru
 mos www.rv24.ru

Персонализация

mos www.OCHKITOUCH.ru
 mos www.rv24.ru

Печать на очках

mos www.OCHKITOUCH.ru

Печать на пластике

Printing on plastic

mos www.3dworks.ru

Печать на стекле

Printing on glass

mos www.3dworks.ru

Печать на ткани, светоотражающая

light-reflecting printing on fabrics

mos www.futbolkaopt.ru

Печать цифровая, полноцветная

mos www.futbolkaopt.ru
 mos www.rv24.ru

Печать широкоформатная

large-format printing



mos www.futbolkaopt.ru

Пластик листовой

mos www.olympya.ru

Плоттеры режущие

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

Полиграфия – все виды услуг

Printing service

mos www.1000vizitok.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.rv24.ru

Постпечатная обработка

mos www.rv24.ru

РА полного цикла

advertising agency

mos www.adalet.ru
 mos www.dekartprint.ru
 mos www.ideas-gift.com
 spb www.scale-gifts.ru

Расходные материалы для гравировки и сублимации**Реклама в СМИ**

Advertising agent

mos mas-pressa.ru

Реклама наружная

Outdoor advertising

mos www.dekartprint.ru

Реклама световая

mos www.dekartprint.ru

Ризография

mos www.dekartprint.ru

Ручные работы Handworks

mos www.2kkorzina.ru
 mos www.nezabudka-silk.ru
 mos www.profsuvenir.ru

Сверхтонкие источники света

Superthin light sources

mos www.ideas-gift.com

Слепое тиснение, конгревное

Blind stamping, kongrevny

mos www.activtime.ru
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.giftsquarell.ru
 mos www.rv24.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.footbolki.ru

Типография

Printing house



mos www.rv24.ru

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
 mos www.rv24.ru

Трикотаж, производство

textile industry

mos www.di-promo.ru
 mos www.eurotex.me
 mos www.futbolkaopt.ru
 mos www.ideas-gift.com

Фирменный стиль, разработка

Development of firm style

mos www.adalet.ru
 mos www.di-promo.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.OCHKITOUCH.ru

Шелкография

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

Шильды

mos www.olympya.ru

Р.О.С. Материалы P.O.S. files

spb www.flagshtok.ru

WEB-дизайн

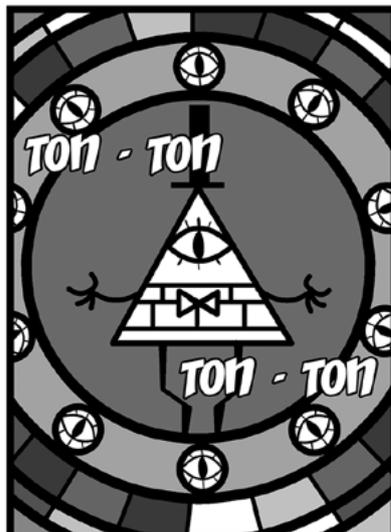
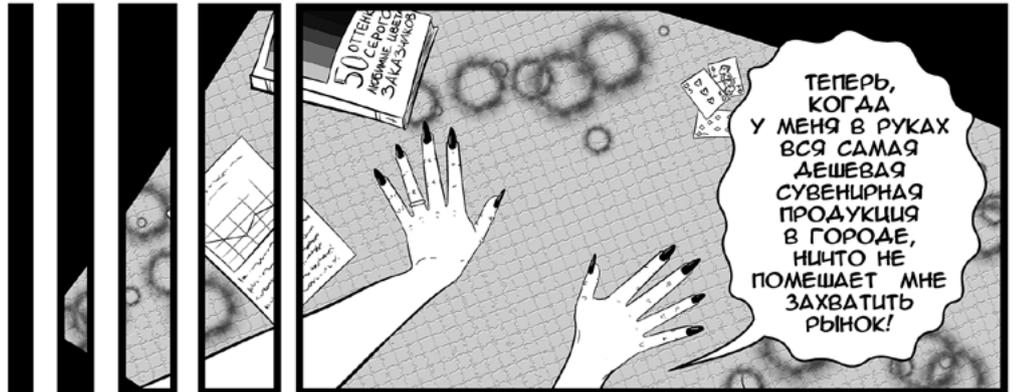
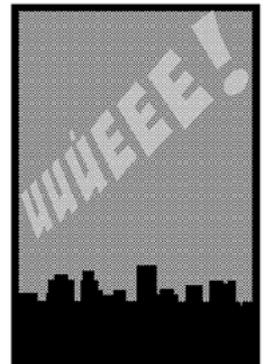
web-design

mos www.dfu.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 эмальями.



ПРОДОЛЖЕНИЕ СЛЕДУЕТ

*«Из всех пороков пьянство более других
несовместимо с величием духа»
Вальтер Скотт*

НЕ ПЕЙ ВИНА, ГЕРТРУДА

На тему, которую я избрал для этой статьи, написано так много, что представляется почти невозможным сказать что-то новое. Тем не менее, начну всё же со ставшего теперь почти обязательным атрибутом любой медиа предупреждения.

Автор предупреждает: статья содержит мнения и аргументы, способные расстроить читателя и разрушить некоторые иллюзии его жизни.

Наверное, никто не станет спорить с тем фактом, что алкоголь – яд. Он разрушает человека изнутри, достаточно медленно, но с тем большей уверенностью в конечном результате. Ещё в 70-е годы текст ГОСТа, касающийся этилового спирта, содержал фразу: «относится к сильнодействующим наркотикам, вызывающим сначала возбуждение, а затем паралич нервной системы». К 90-м это определение исчезло из документа, из чего можно заключить, что: либо мнение, высказанное ранее оказалось ошибочным, либо паралич нервной системы распространился так широко, что стал нормой жизни. Судя по тому, какое количество алкоголя употребляется сегодня в мире, и в России не в последнюю очередь, второй вариант выглядит наиболее правдоподобным. Алкоголь не является российской национальной проблемой, хотя почему-то именно о русском пьянстве рассказывают анекдоты. Россия даже не занимает первых мест в мире по количеству выпиваемого алкоголя, хотя в России, как и в большинстве северных стран, где борьбу с алкоголизмом принято вести с помощью повышения цен и ужесточения системы продаж, алкоголь, кроме всего прочего, является проблемой социальной.

«Матери пьют, дети пьют, церкви пустеют, отцы разбойничают... Спросите лишь одну медицину: какое может родиться поколение от таких пьяниц?» - писал Достоевский в 1877 году, когда в России производилось чуть более литра алкоголя на душу населения. Сегодня его производится в 20 раз больше, несмотря на общеизвестный факт, что употребление более 8 литров в пересчёте на чистый спирт на душу населения ведёт к деградации и вымиранию нации. Хоть и мрачную зарисовку сделал

Фёдор Михайлович, но, как обычно, в его словах есть место для оптимизма: в то время в России ещё можно было спросить «медицину»! И она бы ответила. В наше время я постоянно читаю и, в особенности, слышу от людей, что врачи в России не только не запрещают употребление алкоголя, но, наоборот, раздают разнообразные советы на тему сколько пить и чего. Я, конечно, не медик, и моё представление о разрушении внутренних органов алкоголем можно считать дилетантским, но как же быть с фактом, что алкоголь – сильнодействующий наркотик? Имеет ли право врач рекомендовать своим пациентам или даже просто знакомым употребление наркотиков? Пусть даже и легально и свободно продающихся. Многие яды и наркотики использовались и продолжают использоваться в медицине. Например, до изобретения пенициллина сифилис лечили мышьяком. Все знали об опасности передозировки, но тем не менее выбирали из зол меньшее. «Героин» также был изобретён как обезболивающее средство и если не используется под этим именем (само название является торговой маркой компании Bayer) в целях анестезии сегодня, то только в силу его дурной репутации. Тем не менее, опиум и сейчас является самым действенным обезболивающим веществом. Но ведь хватает же врачам ума не рекомендовать друзьям мышьяк и героин?

Компания британских исследователей задалась целью определить 20 наиболее опасных наркотиков. В методику подсчёта вошли многие составляющие, в том числе оценивалась быстрота возникновения зависимости и смертность по причинам, связанным с употреблением. Так вот, алкоголь занял почётное пятое место, сразу же вслед за героином, кокаином и ещё парой сильнодействующих веществ. И это несмотря на то, что время возникновения устойчивой зависимости от алкоголя чрезвычайно велико по сравнению даже с

лёгкими наркотиками, такими, например, как табак (11 место в этой же классификации), не говоря уже о «победителях». Тем не менее, это не вызывает удивления. Алкоголь сегодня является самой распространённой причиной смертности в планетарных масштабах.

Проблема, наверное, не стояла бы так остро, если бы алкоголь просто убивал. В конце концов, у каждого есть право распоряжаться своей жизнью по собственному усмотрению. Но, к сожалению, он не только убивает употребляющего его, но и калечит следующие поколения, а в северных странах и России ещё разоряет и разрушает семьи. Большинство ментальных проблем современного поколения, проблемы обучаемости, поведенческие отклонения так или иначе связаны с употреблением алкоголя нисходящего поколения. И я не имею в виду какие-то маргинальные случаи - семьи алкоголиков, социально и морально разложившихся и неспособных растить собственное потомство. Алкоголь отравляет каждого его употребляющего каждый раз, когда он попадает внутрь человеческого организма. Один из замечательных людей России, академик Углов, активный борец за трезвость писал: «Наш мозг - это наше богатство и неповторимость. Наверное, поэтому алкоголь приносит ему самое сильное разрушение, несёт для него главную опасность... У лиц, употребляющих спиртные напитки, выявляются ранние склеивания эритроцитов - красных кровяных шариков. Если подобная картина имеет место в каких-то грубых тканях, например, в мышцах, то это может пройти незаметно. Но в мозге, где склеивание сильнее, так как там концентрация алкоголя выше, оно может привести и как правило приводит к тяжёлым последствиям: в мельчайших капиллярах, подводящих кровь к отдельным мозговым клеткам, диаметр сосуда приближается к диаметру эритроцита. И при склеивании

эритроциты закрывают просветы капилляров. Снабжение мозговой клетки кислородом прекращается. Такое кислородное голодание, если оно продолжается 5 — 10 минут, приводит к омертвлению, то есть необратимой утрате мозговой клетки...» Замечательная личность, несколько раз попавший в «Книгу Гиннеса» и как самый старый практикующий хирург (оперировал в возрасте старше 90 лет), и как хирург с наибольшим в мире стажем, и как человек, оперировавший в преклонном возрасте без очков (вылечил «старческое» зрение упражнениями), Фёдор Григорьевич во многих источниках в интернете называется «маргинальным академиком» именно за его отношение к алкоголю. Алкоголь, как видим, разрушает не только физическое тело человека, но и его душу, подменяя ценности. Что, собственно, и имел в виду Вальтер Скотт, процитированный в эпиграфе. Академик Углов продолжает: «Вскрытия «умеренно» пьющих людей показали, что в их мозге обнаруживаются целые «кладбища» из погибших корковых клеток... Изменения... возникают уже после нескольких лет употребления алкоголя. Обследования двадцати пьющих людей показали уменьшение у них объёма мозга, или, как говорят, «сморщенный мозг»».

Разрушение духовного мира – гораздо более опасное следствие алкоголя, чем даже те ужасы, которые описаны выше. Разрушение мировоззрения, потеря целостной картины окружающей реальности, иллюзорное мировосприятие и подмена качественных ценностей количественными являются также следствиями употребления яда под названием алкоголь.

Пока ещё не совсем поздно, предлагаю задуматься, что оставит поголовно пьющее поколение своим потомкам? Не вполне здоровую психику, нарушения функций организма и полную бездуховность? Таким ли мы хотим видеть будущего гражданина России? Или сквозь призму бокала будущее уже неразличимо?



Компания британских исследователей задалась целью определить 20 наиболее опасных наркотиков. В методичку подсчёта вошли многие составляющие, в том числе оценивалась быстрота возникновения зависимости и смертность по причинам, связанным с употреблением. Так вот, алкоголь занял почётное пятое место, сразу же вслед за героином, кокаином и ещё парой сильнейших веществ.



Отраслевые выставки

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

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
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
ЖАР-ПТИЦА 2015	Москва, ВВЦ	22-26.04.2015	www.nkhp.ru
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
PWA EXPO	Хельсинки, Финляндия	26-27.08.2015	www.pwa.se
IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ	Москва, Крокус Экспо	08-10.09.2015	www.ipsa.ru
CHRISTMAS TIME. 100 ДНЕЙ ДО НОВОГО ГОДА	Москва, ЦДХ	08-11.09.2015	www.christmastime.ru
СКРЕПКА ЭКСПО POWERED BY PAPERWORLD	Москва, Крокус Экспо	15-17.09.2015	www.skrepkaexpo.ru
ПОДАРКИ – НОВЫЙ ГОД ЭКСПО	Москва, Гостиный двор	22-25.09.2015	www.gifts-expo.com
РЕКЛАМА-2015	Москва, Экспоцентр	22-25.09.2015	www.reklama-expo.ru
РЕКЛАМА. ИНФОРМАЦИЯ. ДИЗАЙН. ОФОРМЛЕНИЕ. (РИДО)	Санкт-Петербург, Экспофорум	14-16.10.2015	www.trends.lenexpo.ru



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
escopad

Благотворительный блокнот из обрезков.
ID-8cyq-kvba-bujt-obv2-wbx5

Экологическая и социальная ответственность и предпринимательства.
Sustainability and social entrepreneurship authorised mark.

ИЩИТЕ

LIBERTY

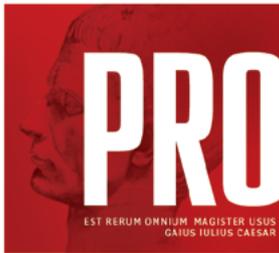


LIBERTY: СВОБОДА ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ

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

Больше информации: www.senator-pen.ru

senator®
Extramoreordinary. Since 1920.



№64 || АПРЕЛЬ 2015 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



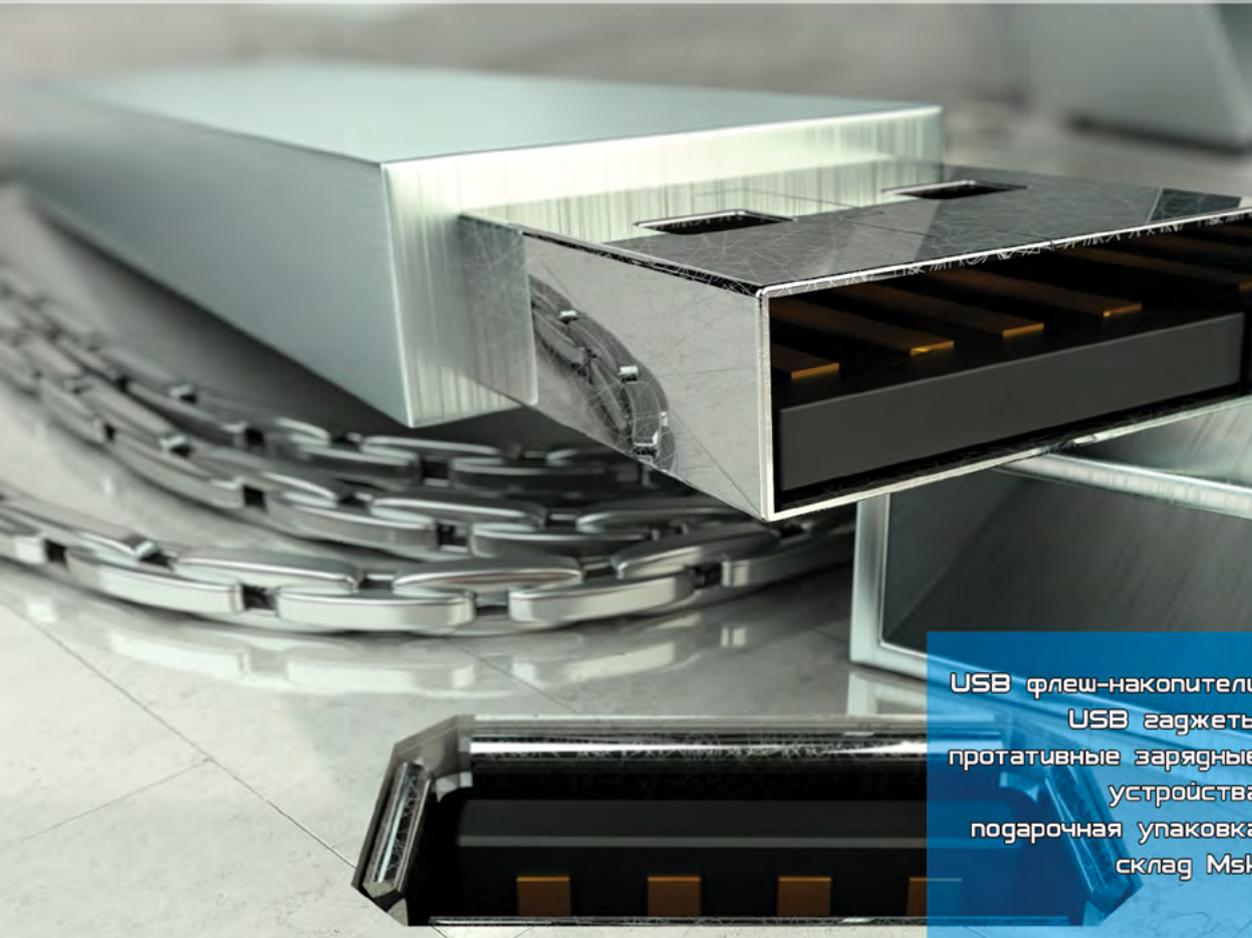
triventa
...a desire for novelty

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.

8-10 СЕНТЯБРЯ 2015 Г.

IFSA
POWERED BY **PSI**

МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
2 ПАВИЛЬОН, 8 ЗАЛ

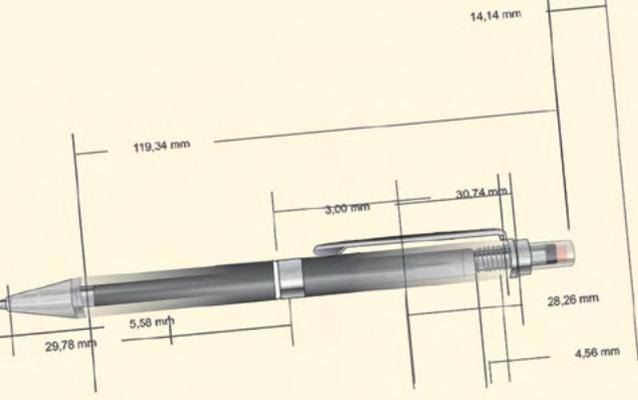
Футболка
Круглый стол
МАПП
С. 36



**Участники
Клуба
скидок МАПП**

Скидки действительны для всех
категорий участников МАПП

стр. 12



www.sailhas.ru



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

