



№67 || МАРТ 2016 ■ ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



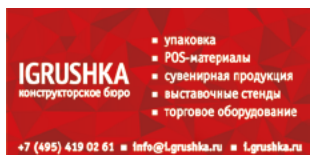
15-17 марта 2016 г.



МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
2 ПАВИЛЬОН, 6 ЗАЛ

ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ

С 1 МАРТА 2016 Г. ОТКРЫТ
ПРИЁМ ЗАЯВОК НА УЧАСТИЕ





Адъютант

www.adjutant.ru

Индивидуальные ежедневники и деловая галантерея



IFSA
POWERED BY **PSI**

Стенд А01

— ТРЕТЬЯ —
ПРЕМИЯ
МАПП
— 2016 —

ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ
РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

ПОДРОБНОСТИ

www.iapp.ru



Meza

Ваша деловая стиль



www.meza.ru
meza@aha.ru

+7 (495) 258 25 64
+7 (495) 656 09 54

ФУТБОЛКИ, БЕЙСБОЛКИ, ПОЛО - ОПТОМ



☆☆☆☆☆
EURO TEX^{BD}

WWW.EUROTEx.ME
EUROTEx1@MAIL.RU
4480141@MAIL.RU
+7 (495) 448-01-41
+7 (499) 737-89-82
+7 (966)-381-67-27



ЕСТЬ МНЕНИЕ

6

КЛИЕНТ ВСЕГДА НЕ ПРАВ!

НОВОСТИ

8

Международные новости

МАПП

10

Знакомьтесь, участники МАПП

12

Лента бизнес-сувенирных новостей

ВЫСТАВКИ

19

Российские выставки

29

Hong Kong Gifts & Premium Fair,
Гонконг

30

Партнерские программы для
участников МАПП, весна 2016:
Гонконг, Тайвань.

31

Три дня на PSI: Серия репор-
тажей – Александр Никитин,
Главсюрприз

МНЕНИЕ

32

5 вопросов МАПП
PROфессионалам: Татьяна Вла-
сова, типография "Власта-принт",
Александр Никитин, «Главсюр-
приз», Владимир Шарыпов,
СЕНАТОР в РФ





45

ТРЕТЬЯ ПРЕМИЯ МАПП
«ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ»
2016 ДЛЯ РОССИЙСКИХ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ
ПРОДУКЦИИ

35

Приглашаем к участию

38

ВТОРАЯ ПРЕМИЯ МАПП 2015.
КАК ЭТО БЫЛО

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

44

«LEDD Company» – Удерживаю-
щий коврик GECKO на приборную
панель автомобиля с вашим
логотипом



45

Типография «Власта-принт» –
Блокноты – это мы!

КЛАССИКИ МАПП

46

Классификатор сувенирной про-
дукции и рекламных услуг

СРЕДА ОБИТАНИЯ

52

«СПОРТЛОТО 82»

55

Антилогики 31

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

56

Календарь выставок

PROФЕССИОНАЛ
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№67 (март 2016 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

Специалисты проектов МАПП:

Мария Дроздова

Ксения Чекмарева

Журналисты

Александр Косачев

Арина Исмаилова

Дизайн, верстка

Константин Никулин

konstantiniuz@gmail.com

Корректор

Варвара Мочалова

Антилогики

Александр Косачев

Адрес редакции: 194044, Россия,
г. Санкт-Петербург,
Зеленков пер., д. 7А, оф. 202
Тел.: 8 (812) 318 18 92, 318 18 93
е-mail: info@iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка
по собственной базе данных. Россия, СНГ,
Европа, Азия, членам Ассоциации МАПП,
по базе данных в рекламные агентства,
поставщикам и производителям бизнес-
сувенирной продукции, в рекламно-про-
изводственные компании, на выставках,
по подписке.
Журнал в розничную продажу
не поступает.

Подписка оформляется через редакцию.

Типография «Офсет Принт М.»

Полиграфическое предприятие на терри-
тории выставочного комплекса ЦВК
«Экспоцентр»

Москва, Краснопресненская
набережная, 14

<http://www.expoцентр.ru/ru/about/affiliates/ofset/>

Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП.

Издание зарегистрировано Северо-За-
падным окружным межрегиональ-
ным территориальным управлением
Министерства РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых
коммуникаций.

Свидетельство ПИ № 2-6267
От 29 ноября 2002 г.

PROFI.IAPP.RU



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП



Клиент всегда не прав!

Коренным вопросом любой отрасли деятельности можно считать следующий: насколько наш продукт удовлетворяет конечных потребителей, и насколько удобны для них наши формы обслуживания. В этой связи можно рассуждать о различных аспектах деятельности компании. В предыдущих номерах наших журналов мы, в частности, сосредоточили своё (и наших читателей) внимание на вопросах качества. В последнем номере была опубликована статья Виолетты Тимченко, в которой автор выражала свою озабоченность снижением качества изделий, что может повлечь непоправимые последствия для всех участников бизнес-сувенирного рынка. Статья вызвала неоднозначные реакции, по её материалам состоялась дискуссия в «Фейсбуке», но, как это часто бывает, вопросы качества продукции и предоставляемой услуги в ней почти не обсуждались. Зато горячо обсуждались личные качества как автора статьи, так и журнала, и его издателей.

Возвращаясь к вопросу о качестве, я бы не стал ограничиваться только темой качества продукции. В конце концов, существуют международные, признанные в большинстве стран мира сертификаты ISO, которые гарантируют не только качество произведённой продукции, но, в первую очередь, качество самого производства, что на сегодняшний день является единственным реальным способом подтверждения в том числе и качества продукции. Производительность современных производств столь велика, что никакого тотального контроля качества изделий за разумные деньги представить себе на них невозможно. Тем не менее, решить вопрос о качестве поставляемой продукции весьма несложно – работая с сертифицированными производителями, и успех гарантирован. И если «стреляющий зонтик» оказался-таки в руках конечного потребителя, то виноваты в этом все, кто к нему приложил свои руки: производитель, который позволяет своим сотрудникам «подсовывать» неликвидный товар в международные поставки; поставщик местного рынка, который сначала выбрал такого производителя, сотрудники которого относятся к своей работе без

должной ответственности, а потом, по видимому, не разъяснил внятно своему посреднику, как тот должен поступать с закупаемой продукцией (приобретённой к тому же в количествах вполне доступных для тщательной проверки), и как он должен осуществлять рекламации и возврат некачественных экземпляров; посредник, который в силу описанных выше причин не должен был сдавать товар своему заказчику, не проверив его, а также априори должен был убедить заказчика не заказывать самую дешёвую продукцию; и, наконец, сам заказчик, решивший сэкономить на коллегах и приобрести неподходящую к случаю продукцию. Сам факт, что такое происходит или хотя бы даже произошло один раз, свидетельствует в том числе и о том, что качество взаимоотношений в сувенирном бизнесе не на высоте.

Я не подразумеваю под «качеством взаимоотношений» культуру общения вообще, а лишь ту её часть, которая непосредственно касается деловой части нашей жизни: переговоров с заказчиком, общения дилеров с представителями поставщика и т.п. Ведь именно от этого в конечном итоге зависит успех или неудача всего нашего бизнеса.

Я не подразумеваю под «качеством взаимоотношений» культуру общения вообще, а лишь ту её часть, которая непосредственно касается деловой части нашей жизни: переговоров с заказчиком, общения дилеров с представителями поставщика и т.п. Ведь именно от этого в конечном итоге зависит успех или неудача всего нашего бизнеса.

Для того чтобы успешно продавать, необходимо уметь вести переговоры. Эти навыки должны вырабатываться на различных семинарах и тренингах как внутри компаний, так и в партнёрском общении между поставщиками и их дистрибьюторами. На российском рынке действует немало компаний, которые предоставляют услуги профессионального обучения торгового персонала. В своё время и наша ассоциация МАПП также предлагала серию семинаров и тре-

нингов для менеджеров сувенирных компаний Санкт-Петербурга. Услуга действовала несколько лет, пока не отмерла сама собой в конце 2000-х. На это повлияли, с одной стороны, экономическая ситуация в стране, а с другой – постоянно уменьшающееся количество сувенирных компаний в городе. Один из питерских предпринимателей в ответ на предложение об обучении персонала ответил прямо: «Научились уже. Теперь пора работать». Кстати, работает он сейчас в Израиле. Несмотря на падение спроса на профессиональное обучение, его актуальность не становится меньше. Не побоюсь этих слов, но слишком много людей в сувенирном бизнесе не вполне понимают, как его нужно делать. Тем не менее, как только я пишу где-либо на темы профессионального обучения, я всегда оказываюсь в центре

волны критических комментариев: мол, все у нас обученные и всё умеют. Однако я часто принимаю участие в выставках, разговариваю с поставщиками и дилерами, и именно с торгующим персоналом, а не с директорами (которые как раз и думают, что все «у них» обучены), и могу утверждать, что хорошо знаю уровень их профессиональных знаний.

В последние годы на замену независимому профессиональному обучению в сувенирном бизнесе пришли выездные мероприятия крупных поставщиков, которые во многом и заменили повышение квалификации торгового персонала лекциями на тему «какие новинки появились на нашем каталоге, и как их продавать». Однако ничего общего с обучением такие мероприятия не имеют, во всяком случае они не создают в головах менеджеров объективного знания, лишь навыки ра-

боты с конкретной продукцией. Прошлой осенью, например, я участвовал в одной дискуссии, где наученная, видимо, вот таким образом дама утверждала про сайт одного из поставщиков, что он «самый лучший в Европе». Сам владелец этого сайта рассказывал мне, что «ни у кого из поставщиков НАШЕЙ ОТРАСЛИ в Европе нет такого сайта». Скорее всего, так и есть, я не проверял. Но вот в процессе обучения дама из дискуссии либо не то услышала, либо захотела понять как поняла, но стала утверждать, что «Европе вообще ещё далеко до таких технологий, которые использованы на сайте». Не в нашей отрасли, а вообще... Вот лишь маленький пример того, как воспринимается информация, пусть даже правильно поданная.

Когда бы дело ограничивалось сайтами – не беда. Но вот по выставкам ходят менеджеры и ищут дешёвую продукцию «под задачи заказчика». Какие у заказчика могут быть «задачи», которые выполняются с помощью дешёвого ширпотреба? «Заказчику нужно на раздачу» или «под акцию» – эти волшебные слова означают в России, что можно продавать и покупать всякий хлам, лишь бы он был недорогим. Я много раз видел тысячи людей, одетых в одинаковые футболки. Понятно – акция. Но ни разу не видел урн, наполненных этими футболками после окончания акции. Если кто-то видел, пришлите мне фотографию. В России ещё так недавно появились товары, что у граждан пока не выработалась привычка выбрасывать полученные в подарок вещи, даже если их предупредили, что вещь – одноразовая. Ни футболки, ни зонты, ни ручки, ни даже полиэтиленовые пакеты. Поэтому реакция на плохое качество обязательно будет. Её не услышит тот, кто платил за футболки, и уж тем более тот, кто их продавал, однако это не повод вставать в позу страуса и делать вид, что ничего и не произошло. Отношение к нашей продукции складывается у людей именно в процессе пользования ею, и если она плохая, то всем это понятно. А мы всё так и будем продолжать делать вид, что никак не возмём в толк, почему в нашем бизнесе такие низкие продажи!

Продав некачественный товар, на рекламацию поставщик отвечает: «А что вы хотите? Футболка стоит 200 рублей! Хотите качества – покупайте более дорогие изделия». И как объяснить ему, что хочется не только качества изделия, хотя и 200 рублей за откровенный брак тоже слишком много, но ещё и качества общения. Хочется ответственности поставщика за продаваемую им продукцию, а не только

«ответных ударов»: «слишком дешёвый товар покупаете», «слишком редко заказываете», «слишком маленькие заказы».

Пора уже снять пелену с глаз и понять, что нет таких «акций» или «раздач», где могла бы пригодиться ручка за 4 рубля. Я много раз бывал на заводе «Senator» и видел, как там печатались невероятные тиражи ручек с названиями лекарств или брендов автомобильных запчастей для немецких заказчиков. И это не потому, что немецкие дилеры не умеют купить китайских дешёвых ручек, а только по причине того, что каждая розданная ручка с

Продав некачественный товар, на рекламацию поставщик отвечает: «А что вы хотите? Футболка стоит 200 рублей! Хотите качества – покупайте более дорогие изделия». И как объяснить ему, что хочется не только качества изделия, хотя и 200 рублей за откровенный брак тоже слишком много, но ещё и качества общения. Хочется ответственности поставщика за продаваемую им продукцию, а не только «ответных ударов»: «слишком дешёвый товар покупаете», «слишком редко заказываете», «слишком маленькие заказы».

логотипом должна работать на заказчика, а не против. И здесь не может быть никаких компромиссов в отношении качества. Да, у «Senator» тоже есть недорогие изделия: пластмассовый корпус, тонкий стержень. Но их ручки не стыдно раздавать и ими не стыдно писать, ибо это всегда оригинальный дизайн и качественный пишущий узел.

До тех пор, пока на обучениях дилеров представители поставщиков будут рассказывать, что есть «задачи заказчиков», которые могут быть выполнены с помощью ручек «а-она-должна-ещё-и-писать?», или «стреляющих зонтиков», или «одно-разовых футболок», никакого прогресса в нашем бизнесе мы не увидим. Я не специалист по зонтикам, даже сам ими не пользуюсь – хожу между капель, но понимаю, что техническое изделие с жёсткими параметрами размеров и материалов изготовления может стоить дешевле аналогов только за счёт снижения качества. Зонтик, кстати, может производиться очень дешёвым, но для строго определённой цели: вышел на улицу – дождь, купил в киоске на углу зонтик, стоящий не больше стакана воды, раскрыл – если сломан, тут же обменял на другой, дошёл до метро и выбросил в урну. Вот для чего нужны дешёвые зонты, и вот на какой рынок они выпускаются. И если поставщики объ-

ясняют вам, что такие изделия можно использовать для каких-то там «акций» или «для решения задач заказчика», то они вас обманывают. И целью их обмана является продать как можно больше. А много в России можно продать только дешёвого товара. Это типичная идеология колхозного рынка. Никакого отношения к рекламному бизнесу она не имеет, потому что только полоумный может придумать рекламировать себя некачественными изделиями.

Выучив за границей красивые слова о «коммуникациях», которые создают наши

изделия, мы потерялись в джунглях наших собственных бизнес-коммуникаций. Наши изделия действительно «рассказывают» нашим заказчикам о нас, наших профессиональных качествах и наших настоящих устремлениях, и результатом этого рассказа является статистика продаж, которая далека от идеала. От качества общения внутри нашего бизнеса зависит в конечном счёте то, насколько наш товар будет востребован и в дальнейшем. И этому качеству надо учиться не у поставщиков, которые заботятся лишь о движении собственных складов, а у независимых экспертов.

Рассказывают, что фразу «Клиент всегда прав» придумали в «McDonald's» и развешивали её на внутренней стороне прилавков, чтобы только работники могли её читать. Должна ли была она мотивировать сотрудников на более качественное обслуживание или руководство компании таким образом пыталось снять с себя ответственность за торговлю явно не полезными для здоровья пищевыми продуктами – не берусь судить. В любом случае, по выражению управдома: «Это у них там...», а у нас в российском сувенирном бизнесе ПРАВ ВСЕГДА ПОСТАВЩИК. А клиент? А клиент всегда не прав и «виноват уж тем, что хочется мне кушать».



КОНКУРС «PSI FIRST AWARD» ПОДВЁЛ ИТОГИ

В третий раз в рамках выставки PSI проводился конкурс промопродукции «PSI FIRST Award». «Иновационная, многогранная и, прежде всего, новая» – так сказано в правилах участия в конкурсе о продукции, которая может быть представлена. Поясняя слово «новая», организаторы подчеркнули: «продукция, ранее не представлявшаяся, премьера которой состоится в рамках выставки PSI». В этом году оценивать представленную продукцию получили возможность посетители выставки. И вот результаты их голосования:

Первое место занял пластмассовый держатель для смартфона в машине «fixxo Universal» немецкой компании «fixxo Germany». На второй позиции оказался резервный аккумулятор (powerbank) производства компании «Vim Solution», также из Германии. Третье место досталось изделию из картона «солнцезащитные очки-открытка» компании «PLAYGRND Labs».

Комментарий МАПП: Несмотря на то что среди участников конкурса, а также среди посетителей больше половины были иностранцами, все три премии чудесным образом достались компаниям из Германии. К тому же, что «инновационного и многогранного» обнаружили устройства конкурса, отбравшие предметы для него, в держателе для смартфона или в резервном аккумуляторе? Под все эти критерии подходит лишь зацепившееся за третье место изделие.

www.psi-messe.com



КОЛЛЕКТИВНАЯ ИНИЦИАТИВА ЕВРОПЕЙСКИХ АССОЦИАЦИЙ

14 января 2016 года в рамках выставки PSI в Дюссельдорфе была представлена новая концепция общеевропейской «зонтичной» ассоциации. Представители национальных европейских ассоциаций «2frcs» (Франция), «Assorprom» (Италия), «VAPP» (Бельгия), «ВМРА» (Великобритания), «PPP» (Нидерланды), а также несколько представителей поставщиков и дистрибьюторов промопродукции собрались для обсуждения нового проекта. Позже к собранию присоединились члены правления уже существующей общеевропейской «зонтичной» ассоциации «ЕРРІ». Предложение об организации новой ассоциации с предварительным названием «Европейская организация медийных продуктов» (European Product Media Organisation) ЕРМО было разработано группой представителей европейской бизнес-сувенирной отрасли и выдвинуто на обсуждение представителями национальных ассоциаций.

Главными задачами новой инициативы её авторы видят лоббирование продукции отрасли в масштабах Европы, дальнейшее обучение персонала компаний отрасли, маркетинговые исследования, а также разработку работающей версии «Программы социальной ответственности бизнеса».

Необходимость создания новой общеевропейской ассоциации продиктована желанием прежде всего избежать ошибок прошлого и чётко определить источники финансирования организации, возложив основное бремя инвестиций на национальные ассоциации. Рассматривалось также предложение образования новой ассоциации на базе уже существующей ныне ассоциации ЕРРІ. Участники договорились продолжить консультации на февральском собрании. В свою очередь правление ассоциации ЕРРІ решило вынести вопрос об участии в новой инициативе на рассмотрение следующего общего собрания ассоциации.

Комментарий МАПП: Под «зонтиком» не спрячешься от кризиса, а образование всё новых и новых организаций поверх или сбоку старых не решит основного вопроса – финансового. Ошибки можно исправлять и в старых, проверенных структурах, зачем для этого открывать новые?

www.productmedia.eu



НОВАЯ СТРАТЕГИЯ PSI

Выступая на очередном ежегодном собрании Германской ассоциации презентационной продукции (GWW) в Берлине, директор выставки PSI Силке Франк (Silke Frank) представила новую концепцию выставки PSI в 2017 году, изначально предложенную рабочей комиссией по выставкам ассоциации GWW и направленную на то, чтобы расширить сегментную группу посетителей выставки PSI. Идея состоит в том, чтобы открыть доступ на выставку конечным заказчикам отрасли. Как известно, до сих пор на выставку PSI могли попасть только производители и дистрибьюторы бизнес-сувенирной отрасли, к тому же до последних лет только те из них, которые являются членами PSI.

Следуя новой концепции, планируется разрешить конечным потребителям промпродукции посещение последнего дня выставки. Для этого все посетители должны быть приглашены и зарегистрированы своими дистрибьюторами. Предполагается, что таким образом посетители будут идентифицироваться как клиенты своих дистрибьюторов, что будет отмечено как на их пропускных документах на выставку, так и цветом их карточки посетителя на самом мероприятии. В связи с этим решено перенести время проведения выставки с традиционных трёх последних дней рабочей недели на вторник-четверг, так что следующая выставка PSI состоится в Дюссельдорфе в период с 10 по 12 января 2017 года.

Комментарий МАПП: Новость вызывает двоякие чувства: с одной стороны, приятно наблюдать неустанную борьбу профессионалов за выставку в условиях общеевропейского кризиса, с другой – не всякий сделанный шаг обязательно ведёт к улучшению ситуации. Конечно, одним из методов борьбы с кризисом является сокращение звеньев цепочки поставок, однако, такие откровенные шаги за счёт тех, кого в первую очередь из этой цепочки выжмут, возможны только в такой прагматичной стране, как Германия.

www.psi-messe.com

«БОЛЬШЕ ЗА БОЛЬШЕЕ»

Под таким девизом представила новую схему благотворительных сборов средств британская бизнес-сувенирная компания «Outstanding Branding». Начиная с сентября 2015 года компания провела ряд акций по сбору средств для международной организации защиты детей «Save the Children». В ноябре, например, состоялась акция «Mo-vember», участникам которой, сотрудникам компании мужского пола, предлагалось отращивать в течение месяца усы. Владельцы наиболее впечатляющих, а также самых некрасивых усов награждались денежными призами, спонсорами которых стали поставщики и заказчики компании. Всего за полгода компании удалось собрать около 2000 евро, которые были переданы организации «Save the Children» в феврале.

«Save the Children» является одной из всемирно известных международных неправительственных организаций защиты прав детей. Я выбрал именно эту организацию потому, что будущее детей мира должно быть более безопасным. Ведь они те, кто придёт нам на замену», – рассказал финансовый директор компании Мухаммад Анваар (Muhammad Anwaar). «Я провёл много времени в Азии и знаю, что многие дети лишены элементарных жизненно необходимых вещей, не имея даже питьевой воды. Во время моей поездки по Ближнему Востоку я видел умирающих от голода детей. Вот причина, по которой я решил активно участвовать в благотворительных кампаниях по сбору средств, как только у меня появится такая возможность. И эта возможность появилась у меня благодаря компании «Outstanding Branding», за что я очень благодарен судьбе».

Комментарий МАПП: Даже когда благотворительность является частью маркетинга коммерческой структуры, она не теряет своего основного смысла – помочь нуждающимся. И даже сбор незначительной суммы может спасти кому-то жизнь. Ведь на 2000 евро можно купить у компании «Nestle» (крупнейшего торговца питьевой водой в регионе) несколько сотен литров питьевой воды в Африке, чем будут спасены жизни десятков, а может быть и сотен детей.

www.outstandingbranding.co.uk



Знакомьтесь:

МЫ ПРОДОЛЖАЕМ ВЕСТИ РУБРИКУ, ГДЕ БУДЕМ РЕГУЛЯРНО ЗНАКОМИТЬ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ НЕ ТОЛЬКО С НОВЫМИ УЧАСТНИКАМИ МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ, НО И С КОМПАНИЯМИ, КОТОРЫЕ ОКАЗЫВАЮТ НАМ СВОЕ ДОВЕРИЕ ВОТ УЖЕ НЕ ОДИН ГОД.

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ АССОЦИАЦИИ МАПП – ЗНАКОМИТЬ ЛЮДЕЙ ДРУГ С ДРУГОМ, УСТАНОВЛИВАТЬ ДЕЛОВЫЕ СВЯЗИ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ НАШЕЙ КОМПАКТНОЙ, НО БОГАТОЙ НА ЯРКИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ ОТРАСЛИ.

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.IAPP.RU, НО И НА СТРАНИЦАХ «ПРОФЕССИОНАЛА РСБ»!



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО FOCs GROUP

специализируется на рекламной и текстильной продукции.

С 2013 года введено направление *наружная реклама*. В рамках текстильного направления (www.colourtex.ru) с 2014 года заключены дистрибьюторские контракты с лучшими европейскими производителями текстильной продукции, такими как: James & Nicolson, Halfar, New Wave, JHK, Kariban и канадской Stormtech.

На сегодняшний день шоу-рум нашей компании насчитывает более 200 наименований текстильной продукции, не представленной на российском рынке.

Наша задача – всегда предоставлять новые решения для заказчиков. Именно поэтому мы решили познакомиться рекламную индустрию с новыми именами текстильных брендов.

FOCS Group – это люди, которые готовы создавать каждый день. Творческий и креативный настрой нашей команды позволяет предложить и дизайнерские разработки: создать каталог продукции, который отражает всю деятельность компании, разработать логотип или предложить концепцию сайта.

Мы хорошо себя зарекомендовали в наружной рекламе, специализируемся на медиапланировании, очень трепетно относимся к пожеланиям клиента и всегда готовы предложить варианты продвижения товаров/услуг.

000 «Фокс Групп»
www.focsag.ru
www.colourtex.ru
sales@colourtex.ru
 +7 (495) 212 90 11



РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО REMAR GROUP

REMAR Group занимается изготовлением презентационной и сувенирной продукцией уже более 10 лет. Компания была образована в Санкт-Петербурге в 2004 году. На сегодняшний день рекламная группа имеет ещё шесть представительств в российских городах. Помимо подготовки сувенирной продукции, компания специализируется на организации корпоративных и бизнес-мероприятий, B2B и промоакций, а также разработке креативных дизайн-концепций. Опытные специалисты компании работают с клиентами из самых разных сфер бизнеса, разрабатывают и реализуют множество успешных концептов эксклюзивных деловых подарков.

Индивидуальный подход к каждому клиенту позволяет достигать максимального результата и добиваться полного соответствия финального продукта ожиданиям заказчика. У каждого отдельного подарка или набора, разработанного и изготовленного компанией REMAR Group, есть своя идея, связанная с направлением деятельности организации.

Изготовление сувениров на заказ от компании REMAR Group – это гарантия уникальности продукции, высокого качества и успеха в достижении поставленных клиентом целей.

REMAR Group
www.remar.ru
 +7 (812) 309-88-40



БЮРО ПРОЕКТОВ «МОХИТО»

«Мохитто» – креативное рекламное бюро, успешно занимающееся сувенирной продукцией для бизнеса на протяжении без малого пяти лет.

На собственном производстве сотрудники компании обеспечивают полный спектр работ по изготовлению и брендированию сувениров: вырезают подарки из дерева, осуществляют нанесение логотипов, оригинально упаковывают подарочные наборы, собирают календари и бумажные пакеты. «Мохитто» предлагает комплексный подход к формированию заказа: от разработки идеи до малейших нюансов исполнения подарка. За время работы бюро доверяют ведущие компании из самых разных отраслей: недвижимости, страхования, медицины, энергетики и многих других. Наши двери всегда открыты для Вас!

Бюро проектов «Мохитто»
www.mojito-spb.ru/
reklama@mojito-spb.ru
 (812) 320-06-50, (812) 320-40-17

участники МАПП



ФЛЕШ ИМПЕРИЯ – ведущий производитель usb-флеш-накопителей с 2005 года. Отличительной особенностью компании стала «честная» ценовая политика низких цен при высоком качестве продукции. Компания имеет собственный склад готовой продукции в России и базу для брендирования продукции, налажено совместное российско-китайское производство в Китае (Г.Шеньчжень), выстроена надежная логистика.

В рамках компании реализованы два проекта:

ПромоКей (зарегистрированная ТМ) – проект, не имеющий аналогов в России, уникальный и инновационный, результатом которого явилась разработка нового рекламного бюджетного носителя – promokey, производством которого занимается компания.

ЛогоБанк, еще один успешный проект компании, цель которого – организация собственного производства в Китае внешних аккумуляторов (Power Bank) высочайшего качества, включая сборочное производство, нанесение логотипа, контроль качества, транспортировку готовой продукции. И, как результат, беспрецедентно самые низкие цены в России.

Неотъемлемой частью работы является обеспечение полного комплекса услуг для клиентов: консультации по выбору модели в соответствии с пожеланиями и требованиями заказчика, услуги отдела дизайна и проектирования, подбор дополнительных аксессуаров и организация доставки.

Флэш Империя
www.flash-imperia.ru
8(343)2000-991 Екатеринбург



КОМПАНИЯ "GIFTS & PROMOTION".

Компания "Gifts & Promotion" – акула в море рекламных сувениров. Являясь активным участником рынка рекламных сувениров с 2001 года, агентство "Gifts & Promotion" сотрудничает только с надежными и проверенными производителями и поставщиками сувенирной продукции. Оснащенное по последнему слову техники производство позволяет сделать нанесение на все виды предлагаемых в каталоге сувениров.

Нашими партнерами являются крупные фабрики России, Китая, Азии и Европы, что позволяет воплощать в жизнь самые неординарные и эксклюзивные пожелания Заказчика.

За 15 лет активного развития компании продуманы до мелочей и налажены все процессы от идеи до поставки товара на склад Заказчика, что позволяет гарантировать выполнение заказа в кратчайшие сроки и обеспечить индивидуальный подход к каждому клиенту.

За годы продуктивной работы мы успешно реализовали множество интересных проектов.

Взрастили и воспитали крепкую команду профессиональных менеджеров.

Собрали в нашем каталоге более 45 000 наименований сувенирной продукции.

Все это мы готовы предложить Вам, чтобы сделать выбор рекламных сувениров для Вас легким и комфортным, а главное – выгодным!

Гифтс энд Промотион
+7 (495) 788-41-80
info@giftspromo.ru
www.giftspromo.ru



КОМПАНИЯ ARTA GROUP

Мысль о создании компании возникла на маленькой прогулке вокруг церкви Санта-Мария-Делле-Грацие в Милане в далеком 1999-м году... Это там, где находится «Тайная вечеря». У меня еще было время до сеанса посещения, и я просто оглянулся вокруг. Напротив этой церкви располагается маленький магазинчик-цех, где тут же при тебе печатают на старинном станке открытку как напоминание о твоём визите. Раритетному магазинчику-цеху 250 лет, и он передается по династии, из поколения в поколение. Это стало точкой принятия решения. Прошло 17 лет. Сегодня ARTA Group – успешная компания с собственным производством, креативной студией и новейшим оборудованием выпуска 2015 года. Мы разрабатываем и производим:

- Книги, календари, буклеты, открытки.
- Деловые аксессуары: папки, ежедневники, планинги, кейсы для визиток и различных документов. В 2016 году мы выпустили новую коллекцию с новыми конструктивными решениями.
- Подарочные и сувенирные наборы.
- Упаковку премиум-класса.

И самое главное: у нас та удивительная атмосфера магазинчика напротив церкви Санта-Мария-Делле-Грацие, где всегда поймут, что вы хотите. И предложат, что нужно.

Обращайтесь ко мне напрямую:

www.arta-gifts.ru
www.arta-group.com
+7(495) 319-44-87
Silver@arta-group.com;
Искренне Ваш,
Сергей Серебряков

Суперпредложение по пакетам из спанбонда



Иногда можно поучаствовать в деле спасения окружающей среды прямо на рабочем месте, не тратя дополнительных времени и средств. Таким участием может быть использование экологической упаковки, в частности пакетов.

Мы регулярно проводим ряд мероприятий для того, чтобы экологические пакеты стали доступней! Только до конца апреля стандартные биоразлагаемые пакеты по цене обычных ПВД пакетов! А сейчас мы подготовили суперпредложение по пакетам из спанбонда.

Пакеты размером 40*50 из белого спанбонда с прорубной ручкой в ближайšie 2 месяца мы продаем с 20% скидкой.

На сегодняшний момент линейка экологических пакетов состоит из следующих продуктов:

1. Биоразлагаемые пакеты
2. Пакеты «Пэперматч»
3. Пакеты и сумки из спанбонда

АЭРОПОЛИГРАФИЯ
www.pakety-logotip.ru
 + 7 (495) 913-63-93
info@aero-pak.ru

Новые бейджи «Унисто-Х Лайн»



Необычные бейджи из прозрачного пластика, возможны в золотом или серебряном исполнении.



Выпуклая форма бейджа придает форме трехмерный эффект и определенную динамичность.

Крупная сменная вставка позволяет разместить много информации.

Бейдж может быть гальванизирован серебром или золотом, матовое или гляцевое исполнение. благородный и эксклюзивный внешний вид.

- размер: 69 x 31,5 мм;

- обратная сторона: на булавке (ювелирной или обычной), магните и металлических/пластиковых клипсах.

Цена зависит от тиража, вариантов крепления и логотипа.

Бейдж-Люкс
 +7 (495) 647-00-61
unisto@mail.ru
www.unistorus.ru

Новая коллекция от компании ARTA GROUP



Команда наших промышленных дизайнеров во главе с креативным руководителем и вдохновителем компании господином Сильвио Бертрелли разработала новую коллекцию деловых аксессуаров. Коллекцию отличает современный стиль, европейский дизайн, новые конструктивные решения, высококачественные материалы, эксклюзивные способы брендинга. Собственное производство размещается в Москве. В производстве используются традиционные и инновационные материалы производителей Швейцарии, США, Италии.
ARTA Group, +7 (495) 319- 44- 87
www.arta-gifts.ru ; www.arta-group.com
Silver@arta-group.com

Одноразовая зарядка для смартфонов



Два года назад китайский дизайнер Цзюнь Чжи Сянь придумал концепт картонной одноразовой батарейки. Он назвал его Mini Power. В набор входили несколько отрывных полосок разной емкости для заряда устройства на 2-6 часов работы. Концепт засветился на премии Reddot и был отмечен специальным призовым местом. Через полтора года зарядники стали доступны повсеместно.

На базе этой модели разработано несколько подобных. Например, вот эта — самая ходовая. Рассчитана на 2 часа подзарядки, упакована в полиэтиленовый пакет, фольгу или картонную коробочку. Размер 1,5 x 2 см. Стоимость вместе с доставкой и нанесением 1,8 долл. Более 100 моделей всех цветов!

Устройство позиционируется как одноразовое, но оно пригодно для многократного использования — при наличии специального заряжающего устройства.

BRIGHT CONCEPT IMEX LTD
 +7 (495) 955-90-81
info@bright-concept.com
www.bright-concept.com

Производство сумок: от косметички до чемодана!



Одним из направлений деятельности нашей компании является производство сумок по эскизам Заказчика.

Мы можем изготовить любую сумку по вашему макету, а если идей нет — сами разработаем для вас дизайн, подберем материалы и фурнитуру. Создадим для вас уникальные и неповторимые модели! Для пошива сумок мы подбираем самые лучшие материалы. У нас огромная база поставщиков тканей, кожи, кожзама и экокожи. Опытные технологи и креативные дизайнеры смогут воплотить любую вашу идею в жизнь, выбрать подходящий цвет или сочетание цветов, соответствующее вашему корпоративному стилю. Менеджеры порекомендуют подходящее по цене и качеству нанесение в зависимости от выбранной модели и цветности логотипа.

Гифтс энд Промотион
 +7 (495) 788-41-80
info@giftspromo.ru
www.giftspromo.ru

Круглые шляпные коробки — оригинальная подарочная упаковка



Такие коробки заказывают для того, чтобы дарить в них цветы, для свадебного торжества и объемной мягкой игрушки.

Бывают заказы круглых подарочных тубусов-презентеров из кожи или кожзаменителя под алкогольные наборы.

Раньше такие коробки назывались шляпные и использовались для транспортировки, продажи и дальнейшего хранения женских шляп и мужских котелков. Но для того чтобы все видели, что за подарок внутри вашей оригинальной круглой картонной коробки, мы можем изготовить её с прозрачным окошком.

Мы снабжаем коробку подарочной лентой, шнуром или бантом, продетым через люверсы в стенке коробки, она удобна при переноске.

Тиснение на наших изделиях мы делаем абсолютно **БЕСПЛАТНО!**

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

Толстовка 021031 Basic Hoody



Толстовка в повседневной жизни имеет не только функциональное значение. Понимая популярность этих изделий, представляем серию BASIC от бренда Clique (Швеция).

Классический стиль – карман «кенгуру», капюшон, широкие люверсы и плоский шнурок.

24 готовых цвета! С такой широкой цветовой гаммой любой заказчик подберет себе толстовку!

Особенностью этой модели является наличие специального отверстия для наушников и держателя для смартфона или плеера в кармане. Толстовка изготовлена из смесовой ткани: 35% хлопка и 65% полиэстера. Большой процент полиэстера сохраняет цвет и предотвращает образование катышков, держит форму.

Шведское качество, простой силуэт, множество цветов – все это делает толстовку 021031 Basic Hoody отличным корпоративным подарком.

Colourtex.ru
+7 (495) 212 90 11
sales@colourtex.ru
www.colourtex.ru

МАГНИТЫ, ЗАНЧКИ И СУВЕНИРНЫЕ ТАРЕЛКИ – СДЕЛАНО В РОССИИ!



Тем временем, друзья, мы продолжаем совершенствовать и развивать производство в России. Используя полистоун – экологичный материал, повторяющий и улучшающий природные свойства натурального камня, мы создаём сувениры самой разной сложности – от значков, маленьких магнитиков и сувенирных тарелок до красивых статуэток.

Любой дизайн возможно воплотить в жизнь благодаря техникам скульптурной лепки, а также новейшему оборудованию, придающему изделиям сочные оттенки.

Любые образы по Вашему заказу!
Сделано в России.

Спешите успеть, праздники совсем близко!

IDEAS Laboratory Gifts,
www.ideas-gift.com,
+7 (495) 749-2359

LEELA
SALES PROMOTION

Опыт работы с
ТЕКСТИЛЕМ!
— с 1994 года —

Компания **Leela Sales Promotion** - крупнейший производитель текстильной продукции премиального класса. В ассортименте компании более 25 моделей различной промо-одежды.

Футболки и рубашки-поло премиум класса торговой марки **LEELA** изготовлены из высококачественного индийского хлопка.



Бейсболки бренда **FREEDOM** отличаются исключительным качеством пошива, твердостью козырька и лобовой части. Модель **LEELA Combo Heavy** удачно сочетает три цвета, что облегчает изготовление корпоративной одежды. В наличии более 200.000 изделий на складе в центре Москвы.

LEELA
Combo Heavy



121170, Москва, Кутузовский проспект 36, стр. 23
Тел./факс: +7(495) 229 1194, +7(495) 640 1445
e-mail: info@leela.ru
www.leela.ru

Комбинированные бейсболки LEELA Combo Neavy – разнообразие оригинальных цветовых сочетаний!



Бейсболки идеально подходят в качестве дополнения к корпоративной одежде для сотрудников вашей

компании и проведения промоакций!

Возможность удобного расположения логотипа не только на лбу бейсболки, но и на боковой и задней панели. Комбинации цветов ткани бейсболки соответствуют наиболее популярной цветовой палитре, отлично комплектуются по цвету с нашими футболками, рубашками поло и толстовками.

Оригинальное расположение сочетающихся цветов дополнено контрастными кантами.

Технические элементы кроя бейсболок включают в себя регулируемую металлическую застежку и контрастные люверсы, улучшающие воздухообмен. Бейсболка выполнена из 100% хлопковой плотной ткани с начесом, плотностью 380 г/м², идеально пригодной как для шелкографии, так и для вышивки.

Всегда рады сотрудничеству с Вами и ждем новых заказов!

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

Сувениры из ПВХ



Одним из направлений нашей деятельности является производство рекламных сувениров из ПВХ,

таких как: магниты, брелоки, флешки, значки и многое другое!

Важным преимуществом в работе с нашей компанией является то, что мы не привязаны к шаблонам, а воплощаем в жизнь проекты, созданные по индивидуальному заказу!

Примером нестандартных рекламных решений могут послужить: ледницы, визитки из ПВХ, парковочные таблички, брендированные подставки под канцелярию, стеклянные и пластиковые костеры. **ФУСЬКА РУ**
8(863)236-51-00
www.fuska.ru

Чай или кофе высшего качества – отличный корпоративный подарок !



Компания ООО ТИМЕЙТ является ведущим поставщиком чаев из Индии, Китая и Шри-Ланки с 15-летним опытом работы на российском рынке. Широкий ассортимент подарочных чаев в шка-тулках, стеклянных и металлических банках позволяет сделать изысканный корпоративный подарок с вашим логотипом на упаковке как для компаний, так и избранных клиентов.

Чай является идеальным подарком для любого случая во все времена года. Он несёт в себе идею здоровья и дружбы. Такой подарок каждый получит с удовольствием. И будет вспоминать о вас с теплотой и радостью, которой вы с ними поделились.

И самое главное – мы сможем помочь вам с подарком для любого праздника!!!

А теперь мы можем предложить вам и обжаренный кофе-зерно из Латинской Америки и Африки, при этом ваши заказы будут доставлены в любую точку России.

ТИМЕЙТ
+7 (499)369-08-72, 369-26-02
www.teamate.ru
<http://vk.com/vashchai>

Свежий взгляд на привычный подарок!



Новые подарочные и корпоративные наборы, созданные компанией «Стильная

упаковка», выполнены в двух стилях: деловом и экостиле. Все наборы имеют разное наполнение, поэтому каждый найдет оптимальное для себя. Наборы включают в себя такие незаменимые для делового человека вещи, как ежедневник, ручку, флешку или внешний аккумулятор.

Подарочные наборы отличает строгость, стиль и экологичность.

Подарочную упаковку и изделия можно персонализировать, выполнить в другом цвете, материале, а также полностью изменить наполнение и размер.

Экологичность и строгий стиль – модный тренд в настоящее время!

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

ТРИКОТАЖ С УЧЕТОМ ВКУСА



«МИРТЕКС» – производитель трикотажных изделий с 1998 г. Специализируется на изготовлении под заказ фирменных толстовок, рубашек поло, футболок и брюк из трикотажа. Чаще всего эти изделия имеют какие-либо индивидуальные особенности по фасону или в отделочных элементах. Все они сшиты из импортных материалов, отличаются качественным интеллигентным пошивом и выглядят очень презентабельно! Их приятно надевать и носить не только в рабочее время, рекламируя бренд фирмы, но и в повседневной жизни. В изготавливаемых моделях могут быть воротники и манжеты с полоской, карманы, подкладка или другие элементы, а также бирки и этикетки с логотипом потребителя. Цвет изделий можно подобрать из имеющихся на складе полотен, минимальное количество: толстовки – 25 шт., рубашки поло – 60 шт., футболки – 100 шт. Срок исполнения заказа составляет 30 дней с момента предоплаты, или можем произвести покраску полотна по номеру текстильного PANTONE TPX или полиграфического PANTONE C, минимальное количество заказываемых изделий при этом: толстовки – 500 шт., рубашки поло – 500 шт., футболки – 750 шт. Срок исполнения заказа в таком случае определяется по согласованию.

МИРТЕКС
+7 (812) 384-64-56
mirtex.spb@mail.ru
www.mirtex.info

Компания «Ростр» приступила к выпуску уменьшенной копии стеллы "Football Tower"



Наш город активно развивается в преддверии FIFA ЧМ – 2018 по футболу. В связи с таким масштабным событием строится большая инфраструктура: дороги, гостиницы и самое главное сооружение – стадион "Мордовия Арена". В окрестности будущего стадиона воздвигнута стелла "Football Tower".

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

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



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

Корпоративным заказчикам предлагаем варианты подарочных наборов, брендированную упаковку и эффектную высококачественную круговую гравировку!

СКЕЙЛ-сувениры, (812) 324-09-09
Санкт-Петербург
www.kamni-viski.ru
order@kamni-viski.ru

Полотенца в подарок сотрудникам



Набор полотенец – это хороший и недорогой подарок. Наша компания реализует подарочные наборы полотенец на любой вкус и для самого широкого круга потребителей. Такой подарок актуален в любое время года: подарочные полотенца востребованы вне зависимости от сезона.

В подарочный набор полотенец входит два или три предмета, что делает подарок более значимым. Полотенца изготовлены из 100% длинноволокнистого хлопка, а окрашены красителями высшего класса. Они не вызывают аллергических реакций, прекрасно впитывают воду, очень приятны на ощупь. Каждый набор полотенец в подарочной упаковке.

Есть возможность приобретать наборы полотенец оптом. Наша семья (495) 225- 96- 76 www.nashasemia.ru

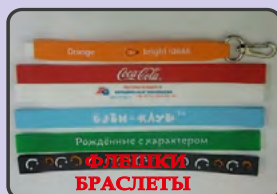
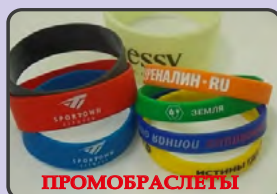


ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»



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

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



СУВЕНИРЫ ИЗ СИЛИКОНА

8(495)7453529
8(495)5804667



ООО "ПСФК Эребус"
Производство и офис находятся по адресу :г.Люберцы , ул. Митрофанова д.20А, 3 этаж.
сайт компании : www.erebusgroup.ru.

**Новое измерение!
Портативное зарядное устройство (Power Bank) в виде визитной карты с логотипом от 233 руб/шт. 2000 mAh.**



Самая низкая цена в РФ, ближнем и дальнем зарубежье только у производителя зарядных устройств – Компании «ЛогоБанк». Сегодня представляем Вашему вниманию очередную новинку – Power Bank визитная карта: толщиной всего 6,6 мм, высота и ширина: 92*62 мм. Отличный выбор в качестве брендированной продукции! Способы нанесения логотипа: тампопечать, УФ-печать. Очень удобная модель: можно даже хранить в кошельке вместе с визитными картами и использовать для подзарядки телефона, смартфона, айфона, mp-3 плеера и других устройств.

Данная модель комплектуется бархатным мешочком и набором адаптеров. Самая продаваемая модель второй половины 2015 г. При необходимости мы сами выполним брендирование продукции и отправим Вам. Всегда в наличии на складе компании «ЛогоБанк».

ЛогоБанк
8(800)100-3835, 8(495)240-83-48
www.logobank.su., www.flash-imperia.ru

ТермоПродукция



Для тех, кто экономит деньги, но хочет привлечь клиентов приятными и нужными подарками, предлагаем большой ряд промпродукции: браслет с УФ-индикатором – для детей и взрослых, удобно взять в поездку и уберечься от солнечного ожога; тесты для кожи (несколько видов); карта "измеритель стресса"; комнатный термометр на жидкокристаллической основе; термометр для тела; термометр для воды...

Запросите бесплатные образцы у менеджеров компании.
ГлавСюрприз
www.glavsurprise.ru
+495 626 49 00

Подарки из серебра для знаков зодиака



Когда делаешь подарок, всегда хочется попасть в точку. Подобрать что-то для близкого человека или хорошего знакомого, чьи пристрастия давно известны, нетрудно.

Например, с 19 февраля по 20 марта родились люди, относящиеся к самому чувствительному и чувственному знаку Зодиака – Рыбы. Его представители обладают большим творческим потенциалом и художественным талантом. Умеют ценить истинные произведения искусства и ювелирные изделия.

Если Вам нужно подарить Рыбе подарок, и вы сумеете угадать именно то, о чем она давно "тихо мечтала", то Рыба запомнит этот подарок и сохранит в своей душе теплое отношение к вам на всю жизнь...

ЗАО «Северная чернь» предлагает в качестве подарков для представителей этого знака изящные серебряные украшения, столовое серебро, а также разнообразные сувениры со знаком зодиака «Рыбы».

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

Универсальные магнитные держатели



Веселые канцелярские принадлежности поднимут настроение, а значит повлияют на производительность труда в вашей компании. Подарите своим сотрудникам и клиентам качественные аксессуары от европейских и американских производителей.

Магнитные держатели от BRUNNEN точно помогут создать индивидуальный стиль своего рабочего места. Магнитные держатели – штука универсальная, их можно использовать как на письменном столе, так и на кухне, в быту. Это универсальный способ хранить важные записки, железные мелочи.

Весной мы решили дать на них хорошие скидки!
А-Верс, www.awers.ru
www.brunnen.ru, 8(495) 781-71-47

ПВХ и PVC магниты



Такие изделия могут быть отличным методом для продвижения услуг или товаров вашей компании.

Магниты ПВХ 2D, основа, 2 цвета, вырубка винилового магнита по контуру, упаковка zip-lock.

Преимущества заключаются в следующем:

- Качество изделий pvc магнит
- Красивый и уникальный дизайн
- Целесообразный и экономичный вклад
- Своевременность изготовления любого тиража
- Качественный сервис, который обеспечит компетентный персонал

Магнит, малый по размерам, имеющий оригинальную форму и интересную расцветку, привлечет внимание гостей и людей, которым он попадет на глаза. Именно потому, что такая маленькая деталь всегда вызывает повышенный интерес, мы предлагаем воспользоваться этим в коммерческих целях.

ЭРЕБУС
+7 (495) 745-35-29
www.erebusgroup.ru

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЕ ОТКРЫТКИ НА ЮБИЛЕЙ, КОРПОРАТИВНЫЕ ОТКРЫТКИ ИЗ ИТАЛИИ



Компания «ЮНИТА» предлагает пригласительные открытки на юбилей, корпоративные, праздничные открытки от ведущих итальянских фабрик. Побеспокойтесь заранее отправить приглашение, если

вы планируете громко и со вкусом отметить круглую дату! Роскошные коллекции, выполненные из лучших материалов. По форме открытки выглядят как традиционные классические открытки, но при их производстве использованы инновационные технологии, дорогие современные бумаги. Компания следует принципу: высокое качество по хорошей цене. Все виды печати на готовых открытках. Изготовление индивидуальных корпоративных заказов.

Уник Арт
7 (495) 663-71-88
www.unita-cards.ru

Реклама на карандаше – это эффективно!



Карандаш – незаменимый спутник любого офиса. Обычный карандаш можно превратить в сувенирный, сделав его брендированным подарком. К тому же простой карандаш – один из самых бюджетных сувениров. Его можно подарить и отдельно, и в наборе, можно сделать приложением к блоку.

Мы предлагаем в качестве оригинального сувенира простые круглые карандаши длиной 19 см, заточенные, с ластиком, обклеенные мелованной бумагой, на которую нанесено изображение. Уникальная технология изготовления позволяет стачивать карандаш без срыва с него приклеенной бумаги. Мы можем изготовить карандаш-сувенир не только с нанесением логотипа, но и разработать паттерн с элементами фирменной символики, использовать фотографии и репродукции.

Власта-принт
+7 (495) 133-03-15
www.vlasta-print.ru

Эксклюзивные деловые подарки от REMAR Group



Изготовление сувениров на заказ от компании REMAR Group – это гарантия уникальности продукции, высокого качества и успеха в достижении поставленных клиентом целей. Агентство реализовало уже несколько сотен проектов, связанных с эксклюзивными бизнес-подарками, и у заказчиков осталось только положительное впечатление о его работе.

Опытные специалисты компании работают с клиентами из самых разных сфер бизнеса, разрабатывают и реализуют множество успешных концептов эксклюзивных деловых подарков. Команда REMAR Group проводит тщательное исследование специфики деятельности клиента, его потребностей, целей и на основе собранной информации начинает разработку эксклюзивных сувениров.

REMAR Group
www.remar.ru
+7 (812) 309-88-40

Maxpoint

promotion

РЕВОЛЮЦИЯ ЦЕН В МИРЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

MaxPoint Promotion —
оптовый поставщик
текстильной продукции на
рынки России и СНГ.

₽ Лучшие цены на футболки,
толстовки, поло

👍 Высочайшее качество
изделий

👥 Сотни довольных клиентов

Футболки, толстовки, поло —
крупным и мелким оптом в наличии
и на заказ. Нас уже выбрали сотни
компаний, рекламных агентств и
студий, занимающихся печатью на
текстильной продукции.

Будем рады видеть Вас в числе
наших партнеров!

8 (499) 343-0773

8 (916) 210-2712

info@maxpoint.ru

3D увеличитель для смартфона!



Всего за несколько секунд этот удивительный мобильный аксессуар увеличит изображение с вашего смартфона практически в три раза! Причем не только увеличит, но и придаст объем!

3D увеличитель для смартфона подходит для любых смартфонов и не требует питания от сети. Нанесение логотипа на корпус увеличителя возможно с помощью трафаретной печати, шелкографии, тампопечати или лазерной гравировки.

Дарите необычные подарки! А компания Dragon Gifts продолжит знакомить вас с самыми интересными новинками мира сувенирной продукции!

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

Яркий способ персонализации



Металлстикер – это возможность персонализации сувенирной продукции или просто украшения практически любой вещи. Нанесение вашего логотипа займет менее минуты, а станет самым ярким способом маркировки сувенирной продукции. Высокая детализация не позволит потерять ни одной части вашего логотипа, а конечное изделие будет выглядеть изящно благодаря толщине металлстикера – 0,5–0,8. Для Вас мы готовы предложить множество цветовых решений: глянцевое золото и серебро, матовое, медь, черный никель, а также цвета по шкале Pantone. Для каждого типа поверхности предоставляем несколько видов клея, например, стандартный или термоклей. Срок исполнения заказа: 8–10 рабочих дней. Работая с нами, вы получаете качественный товар и полное соответствие вашим потребностям. Насколько это просто и красиво, можно увидеть на нашем сайте.

Компания Кузьма, www.two-k.ru
911@two-k.ru,
+7(499) 322-26-00 +7(964)528-20-31

ОБВОРОЖИТЕЛЬНАЯ СИМВОЛИКА И НАГРАДЫ – СДЕЛАНО В РОССИИ!



Запечатлейте Ваш бренд в сияющем металле!

Корпоративная символика из драгоценных металлов и недргоценных сплавов:

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

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

Мастерство российских ювелиров и лучшие корпоративные цены. Вы будете в восторге!

Индивидуальный дизайн по Вашему заказу! Сделано в России.
IDEAS Laboratory Gifts,
www.ideas-gift.com, +7 (495) 749-2359



Новинка от студии художественного литья «МОСБРОНЗА» — подарочный набор стопок для водки «Золото Руси». Набор декорирован накладками «Двуглавый орел» изготовленными из бронзы с гальваническим золочением и эмалью. Подробная информация на сайте www.olovoley.ru

XI ФЕСТИВАЛЬ
НАРОДНЫХ МАСТЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ РОССИИ

ЖАР-ПТИЦА

20 - 24 апреля

КВЦ "Сокольники"
павильон 4.1



АССОЦИАЦИЯ «НАРОДНЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

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

МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



ТПП РФ



АССОЦИАЦИЯ
«НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

ЭКСПОЦЕНТР
МОСКВА

XXI ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

Зимняя сказка



14 - 18 декабря 2016

- Экспозиция высокохудожественных произведений
- Увлекательные мастер-классы для детей и работа "Города мастеров"
- Выступление фольклорных коллективов, показы мод, конкурсы, лотереи
- Конференции, семинары, круглые столы

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 2
метро «Выставочная»

Генеральный
спонсор:



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

**ДИЗАЙН
РЕКЛАМНАЯ
ПОЛИГРАФИЯ
ИНТЕРНЕТ-
РЕКЛАМА
POS-
МАТЕРИАЛЫ
DIGITAL**

**ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА
22 ВЫСТАВКА
РЕКЛАМНОЙ
ИНДУСТРИИ
12–15.04.2016
ЦДХ
МОСКВА**

**SIGNAGE
ВЫСТАВОЧНЫЕ
СТЕНДЫ
МАТЕРИАЛЫ
И ОБОРУДОВАНИЕ
РЕКЛАМНАЯ
СУВЕНИРНАЯ
ПРОДУКЦИЯ**

12+

Главное событие выставочной индустрии России



6-8 июня
2016

**IX МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФОРУМ
ВЫСТАВОЧНОЙ
ИНДУСТРИИ**

Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»,
павильон №3

**ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ – КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ –
ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПАНИИ**

реклама 12+



Компании, работающие в сферах:

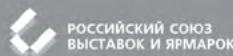
- проектирование и строительство стендов;
- выставочное оборудование;
- event-индустрия;
- технические средства показа;
- бизнес-сувениры;
- системы регистрации;
- IT-технологии.

www.5p-expo.com

Организаторы:



При поддержке:



ВСЯ ИНДУСТРИЯ ПРОМОМАТЕРИАЛОВ
И РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ
НА ОДНОЙ ПЛОЩАДКЕ!

30
ЮБИЛЕЙНАЯ
JUBILEE

IPSA
POWERED BY **PSI**

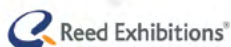
МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПРОМОИНДУСТРИИ:
ПРОМОСУВЕНИРОВ, БИЗНЕС-ПОДАРОКОВ, ТОВАРОВ
И УСЛУГ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И МЕРЧАНДАЙЗИНГА

**30-я
IPSA
ОСЕНЬ**

**6-8
СЕНТЯБРЯ
2016**
МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО



ОРГАНИЗАТОР



WWW.IPSA.RU

**IT'S
PROMO
TIME!***

*Время Продвижения!



СКРЕПКА

ЭКСПО

**НОВЫЙ
ФОРМАТ**

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», зал 20



**13-15
сентября
2016**

МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА **КАНЦЕЛЯРСКИХ
И ОФИСНЫХ** ТОВАРОВ

Информационная поддержка:

ЛИДЕР

ПРОФЕССИОНАЛ
ЖУРНАЛ ОБЩЕСТВЕННОГО БИЗНЕСА

ИМИДЖ-МЕДИА
ЖУРНАЛЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

При поддержке:

АПКОР

КРОКУС ЭКСПО

Официальный медиа-партнер:

officefile

Официальный интернет-партнер:

KanzOboz.ru

Официальный информационный партнер:

сегмент

AUGUSTBCRG

**Административный
Директор**
АРХИТЕКТУРА

Федеральное печатное издание
полиграфия
Издан с 1997 года



**ОРОШИЙ
ЕКРЕТАРЬ**

**Журнал для детей
Филиппок**

KANST.RU

Скрепка Экспо Проект
+7 495 648 91 38

Skype: skrepkaexpo
expo@apkor.ru

www.skrepkaexpo.ru

Международная
Специализированная Выставка

ПОДАРКИ

Салоны:

**БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ, ЭЛИТНЫЕ
КАНЦЕЛЯРСКИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ**

**ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА**


*Новый Год
Expo 2016*

14–17 марта / 20–23 сентября 2016

Россия, Москва. Выставочный Комплекс «ГОСТИНЫЙ ДВОР»



Тематика салона:

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

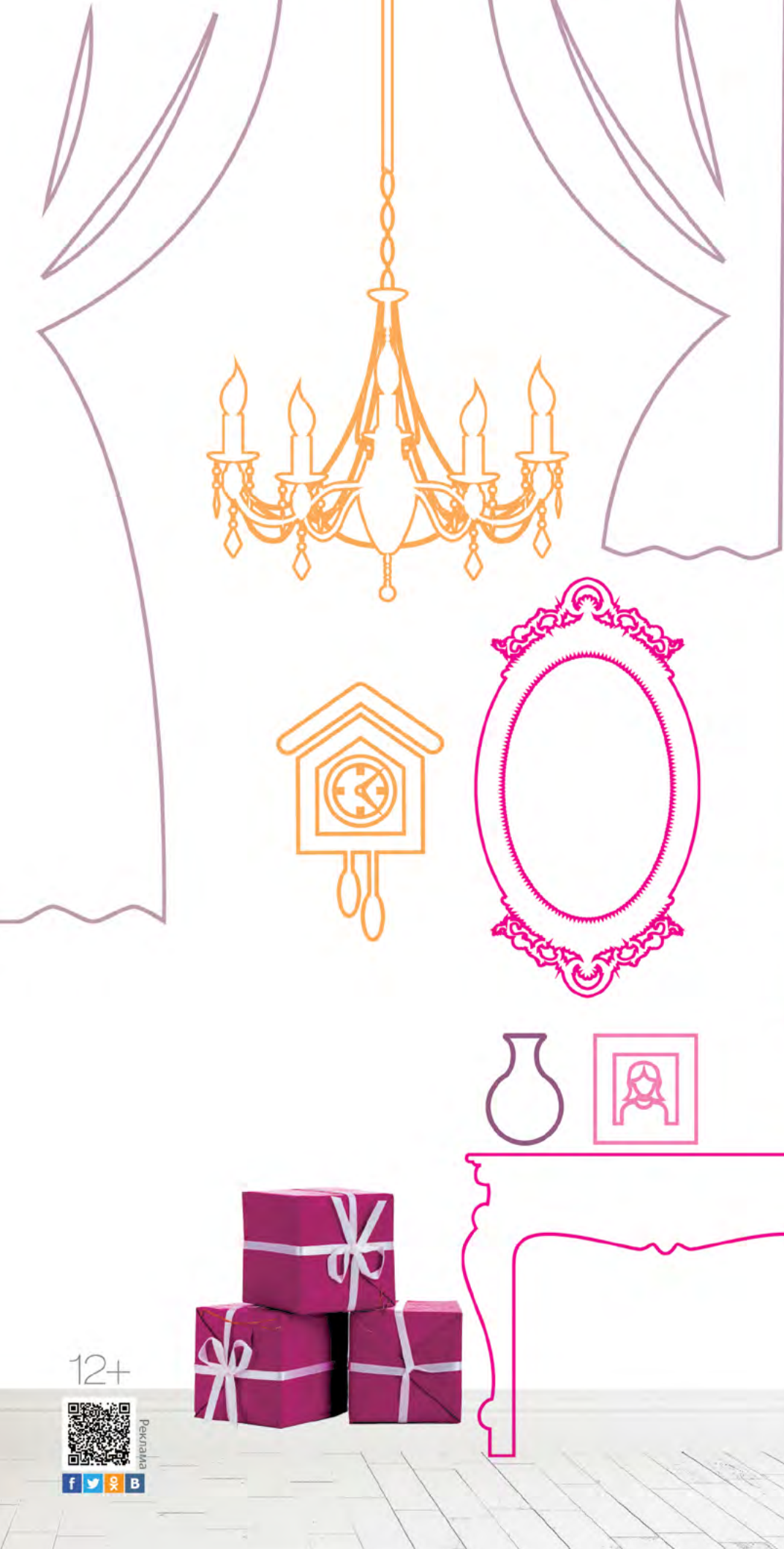


Организатор: **ПОДАРКИ ЭКСПО**

Под патронатом Правительства Москвы

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

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



КОНСУМ
ЭКСПО
21-25.11
2016



 ЭКСПОЦЕНТР

32-я международная
выставка товаров
народного потребления

Организатор: ЗАО «Экспоцентр»

Под патронатом Торгово-промышленной
палаты РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

WWW.CONSUM-EXPO.RU

12+



Реклама

реклама, экраны, видеостены, транспорт, световая реклама, полиграфия, расходные материалы, широкоформатное печатное оборудование, web-дизайн, фотосессия, автомобильные конструкции, оформление мест продаж, рекламные услуги и услуги, рекламная печать, рекламные работы, pos-материалы, бизнес-карты, рекламные кампании online, корпоративные подарки, гордость, рекламная фотография, наружная реклама, скор витрин, web-дизайн

р е к л а м а



РЕКЛАМА

28–30.09

2 0 1 6

**24-я международная
специализированная
выставка**



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



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



12 – 14
ОКТАБРЯ 2016

КОНГРЕССНО-
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ЦЕНТР

ЭКСПОФОРУМ
РОССИЯ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ ШОССЕ, 64/1

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
РЕКЛАМА. ИНТЕРНЕТ.
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

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ
ДЛЯ ЧЛЕНОВ МАПП**



+7 (812) 240 40 40

ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

16+



RIDO@EXPOFORUM.RU
WWW.RIDO.EXPOFORUM.RU

генеральный
медиапартнер



29-31 марта 2016
Новосибирск

сибреклама

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

sibreklama-expo.ru

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

KazPromo

Exhibition for Promotional Materials & Advertising Souvenirs

Выставка Промоматериалов и Рекламных Сувениров

Алматы, Казахстан
ВЦ «АТАКЕНТ»

Almaty, Kazakhstan
ATAKENT Exhibition Center

24 - 26
МАЯ
2016

Организатор
Алматы-Казахстан ул. Зенкова 13,
Бизнес Центр «Форум» оф. 215
Тел: +7 727 266 36 80, +7 707 611 81 02-03-04 Факс: +7 727 266 36 80
info@officeexpo.kz info@centralasiaexpo.kz
www.officeexpo.kz

Central Asia Trade Exhibitions



ЎЗБЕК PRINT ЎЗУРАСК

18-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
**ОБОРУДОВАНИЕ И
ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ
ПОЛИГРАФИИ
И УПАКОВКИ**



14-16
сентября **2016**

Узэксплоцентр, Ташкент, Узбекистан



ITE Uzbekistan
пр. Мустакиллик, 59а, Ташкент, 100000, Узбекистан
Тел.: (+998 71) 113 01 80; Факс: (+998 71) 237 22 72
E-mail: oyimkhon_babadjanova@ite-uzbekistan.uz
Web: www.uzprint.uz



Крупнейшая выставка подарков в мире 27-30 апреля 2016, Гонконг

Гонконгская выставка подарков и сувениров **HKDC Hong Kong Gifts & Premium Fair** гордится богатой 30-летней историей, и является крупнейшей выставкой подарков в мире. В 2016 году в ней примут участие более 4,200 международных экспонентов. Выставка пройдет в Гонконгском выставочном центре **Hong Kong Convention & Exhibition Centre** в самом сердце города.

Зоны выставки:

- **Hall of Fine Designs** - ведущие бренды представят свои последние разработки и коллекции.
- **World of Gift Ideas** - новейшие идеи подарков и модные бестселлеры.
- **iAccessories and Tech Gifts** – аксессуары для смартфонов, ноутбуков и других электронных гаджетов.
- **Green Gifts** - эко-подарки.
- **Photographic & Camera Accessories <New>** - все для лучших фотографий.
- **Art & DIY Gifts <New>** - подарки своими руками, творческие подарки.
- **BYOB <New>** сумки и другая продукция из вторичного сырья.
- **Foodie Goodie <New>** - изысканные угощения, которые могут быть использованы как при составлении подарочных корзин, так и поодиночке, как привлекательно упакованные деликатесы для гурманов.
- **Halloween Gifts <New>** - товары для популярного праздника.
- **Trophies & Medals <New>** - все разнообразие подарочных трофеев и медалей.

Среди других зон выставки - **Luxury Gifts** (подарки класса люкс), **Avenue of Inspiration and Beauty** (Авеню Вдохновения), **Health & Wellness** (Красота и здоровье).

К услугам посетителей выставки:

- Более 4,200 производителей со всего мира
- Последние тенденции отрасли, новые идеи и новые деловые знакомства
- Одновременно проходит выставка печати и упаковки - **Hong Kong International Printing & Packaging Fair** (выставочный центр **AsiaWorld-Expo**).
Сайт выставки: www.hkprintpackfair.com



Зарегистрируйтесь сейчас одним из следующих способов и получите пропуск на выставку **БЕСПЛАТНО!**

- На сайте в интернете:
www.hktdc.com/ex/hkgiftspremiumfair/23
 - При помощи смартфона:
скачайте приложение HKDC Mobile
 - При помощи мобильного телефона:
hktdc.com/wap/gifts/T119
- За дополнительной информацией по спонсорским программам обращайтесь в представительство HKDC в Москве:
- Телефон: +7 (495) 787-98-28
 - Email: moscow.consultant@hktdc.org



Зарубежные выставки, весна 2016: Гонконг, Тайвань



Партнерские программы для участников МАПП

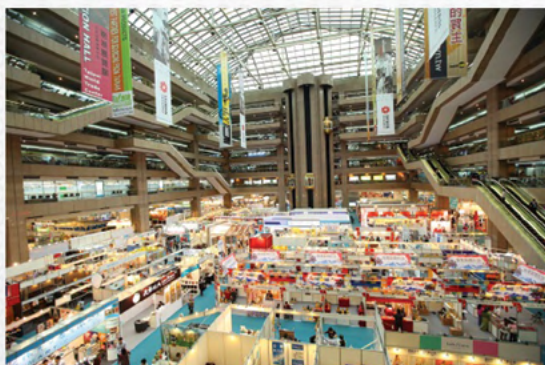
18 - 21 АПРЕЛЯ

В ГОНКОНГЕ В ВЫСТАВОЧНОМ КОМПЛЕКСЕ ASIA WORLD-EXPO ПРОЙДЕТ ВЫСТАВКА "GIFTS&HOME". АССОЦИАЦИЯ GLOBAL SOURCES ПРИГЛАШАЕТ УЧАСТНИКОВ АССОЦИАЦИИ МАПП ПОСЕТИТЬ ВЫСТАВКУ И ПРЕДОСТАВЛЯЕТ КАК VIP-ПОСЕТИТЕЛЯМ БОНУСНУЮ ПРОГРАММУ:

- ° Проживание в 5* отеле до 3 ночей (от компании может поехать 1-2 представителя);
- ° Бесплатное посещение выставки;
- ° Организация бесплатных перевозок к выставочным павильонам;
- ° Купоны со скидкой на еду и напитки, товары в Гонконге;
- ° Бесплатный wi-fi;
- ° Бесплатное пользование оргтехникой в офисном центре выставочного павильона;
- ° Ostorus-карта для поездок на сумму HK&100;
- ° Приглашение вступить в делегацию SourcingTour.



global sources
Creating successful global trade between buyers and suppliers



22 - 25 АПРЕЛЯ

В Г. ТАЙБЭЙ (П-ОВ ТАЙВАНЬ) В ВЫСТАВОЧНОМ ЦЕНТРЕ TWTC ПРОЙДЕТ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ПОДАРОКОВ И КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ.

Организаторы выставочного мероприятия Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) приглашают посетить мероприятие участников МАПП по бонусной программе.

На международной выставке подарков, сувениров и канцтоваров в Тайбэе ежегодно представляют свою продукцию более 500 компаний, в 2015 г. ее посетили 17873 специалиста. Здесь вы найдете изделия из стекла и хрусталя, косметику и парфюмерию, кожгалантерею, канцелярские и офисные принадлежности, калькуляторы, календари, товары для рекламных кампаний, сувениры, часы, солнечные очки, украшения, вещи ручной работы, изделия из дерева, керамики, посуду, кухонные принадлежности, текстиль для дома, товары для школы и многое другое. Если же вы не сможете найти интересующее изделие, тайваньские производители изготовят его в соответствии с вашими пожеланиями и сроками.

Решение о предоставлении бонусов принимает TAITRA на основании годового оборота компании, приславшей заявку.

www.taitra.org.tw

Ассоциация МАПП

www.iapp.ru

+7 (812) 318-18-92

Три дня на PSI:

Серия репортажей. 13–15 января 2016,
Дюссельдорф, Германия.
www.psi-messe.com

РЕПОРТАЖ №1.

13-го января в Дюссельдорфе по-немецки точно в 10:00 началась выставка PSI.

Или как ее называют официально: The Leading European Trade Show of the Promotional Products Industry. Благодаря МАПП мы посетили конференцию открытия.

Как работать промоиндустрии в обстановке почти холодной войны? Нужны ли будут людям вообще подарки? Такие вопросы гнетуще висели над залом в первую минуту.

Впрочем, вся следующая информация развеяла сомнения. Немецкий рынок промпродукции по-прежнему силен. Показав в 2014 году рекордный результат в 3,48 млрд евро, он сохранил его и в 2015. Впечатляет не столько сама цифра, сколько то, что она известна уже на начало января.

Когда-нибудь и наш рынок так сможет!

Ответ на вопрос "когда" мы отправились искать по залам. «А выставка не сдулась? А наши там есть? А новинки? А пиво у "Сенатора" наливают?» – читайте в наших следующих репортажах.

P.S. В 12 часов ночи мы с бенгальскими огнями вышли в Старый город отмечать Старый Новый год. Волшебный свет искрящихся палочек весьма оживил прохожих. Немного удивленно, но весьма радостно они желали нам Нарру New Year.

РЕПОРТАЖ № 2.

14-го января. Писать после вечеринки для участников и посетителей PSI под названием "After work" – непросто. Сознание работает фрагментарно. Попробуем сложить пазл на ощупь.

Итак: "А выставка не сдулась?" – Нет, на глазок тот же размер: 4 компактных павильончика. Каждый, как 3 наших выставки. Официальный бриф уверяет: эта выставка на 5 % больше. На сколько процентов лучше – вопрос вкуса и настроения. Нам нравится)

"А наши там есть?" – Встречаются. В основном птицы-одиночки, но временами и некрупные стаи, как, например, на стенде Xindao.

"А пиво у "Сенатора" наливают?" – Да, и отличное! И тарталетки вкусные.



Жаль, Главного Сенатора от России – Владимира Шарыпова – мы там не встретили, видимо, неотложные дела в Сенате. Думали, увидим его на вечеринке... обошли весь танцпол, но и там его не оказалось...

Честно говоря, в какой-то момент возникло тревожное ощущение, что вечеринка так и закончится в формате: Европа пляшет – Россия смотрит. Но тут мою партнершу по бизнесу пригласил швед... И я физически увидел олицетворение знаменитого "ура, мы ломим – гнутся шведы". Правда, швед оказался латиноамериканцем и гнулся весьма пластично. В итоге интернациональный дуэт получил высшие баллы за технику и артистичность. После этого триумфа можно было спокойно отправиться отдыхать, но... у нас, видимо, был вечер Швеции. Разговор еще с одними с коллегами из Стокгольма об отрасли, Европе, Китае и смысле жизни затянулся на несколько часов.

РЕПОРТАЖ №3.

15 января. Какой он, третий день PSI?

Очень похож на третий день российских выставок.

Бизнес-акул меньше, у стендов практически штиль, усталые рыбаки расслабленно судачат друг с другом, хвастаясь уловом или сетуя на неудачный клёв. Впрочем, кое-где бурление вод наблюдалось. Как и в прошлом году повышенное

оживление было рядом с подиумом, на котором демонстрировалась промоодежда. Не Милан, конечно, но и Юдашкин с чего-то начинал.

Несколько рядов стульев заполнили желающие посмотреть популярные рекламные ролики. Абсолютно детский восторг и внушительную толпу собрали 3 танцующих робота на сцене Xindao. Еще одна длинная очередь выстроилась рядом... с производителями традиционных нюрнбергских пряников.

Дело было не только в желании ухватить сдобное сердце, но и в возможности нанести на него глазурью собственную надпись. Всеобщее возбуждение подогревалось условием: по одному в руки. Мы переглянулись и решили – наше сердце уходит в МАПП, благодаря которому мы не только были ВИП-гостями PSI, но и почувствовали себя в роли репортеров. Специально для коллектива МАПП мы отстояли очередь на выставке и сделали пряник. Готовы вручить при первой встрече.

На выходе нам заговорщицки подмигнул плакат "До встречи на PSI-2017". "Мы встретимся, обязательно встретимся") Есть ли нам что добавить? Несомненно.

Развернутое впечатление ждите в одном из ближайших номеров Профессии.

Спецкор МАПП Александр Никитин,
Главсюрприз, Москва.

5 вопросов МАПП профессионалу

Стоит ли участвовать в европейских выставках промоиндустрии? Этот вопрос сохраняет актуальность даже в текущих экономических условиях и приобретает некоторую остроту ввиду политики импортозамещения, которую усиленно продвигает правительство Российской Федерации. Мнения профессионалов отечественного рекламно-сувенирного рынка здесь расходятся: когда одни подходят к вопросу с долей здорового скепсиса, другие вспоминают об объективных преимуществах международной интеграции, а третьи не могут не обратить внимания на позитивные аспекты текущего положения дел на рынке.



ТАТЬЯНА ВЛАСОВА,
директор типографии "Власта-принт",
Тула



АЛЕКСАНДР НИКИТИН,
директор компании «Главсюрприз»,
Москва



ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ,
Глава Представительства СЕНАТОР в РФ,
Москва

ВОПРОС 1

PSI, крупнейшая в Европе выставка промопродукции, каждый год удивляет увеличением количества экспонентов и посетителей, причём процент иностранных визитёров также всё время растёт. Были ли вы на выставке в этом году? Считаете ли необходимым для себя посещение этой выставки? Видите ли причины, почему российским участникам рынка следовало бы ехать в Германию или, наоборот, воздержаться от этого?

ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: Вопрос для наших людей не совсем правильный. Было бы проще спросить «были ли вы на этой выставке хоть раз»? Побывать хоть раз – этого уже достаточно, чтобы понять разницу между «там» и «здесь». Вообще европейские выставки сильно отличаются по масштабу от российских. Прежде всего ассортиментом и количеством участников.

Наших экспонентов там раз-два и обчелся. В основном ездим за идеями, чего греха таить! Или для того, чтобы выбрать поставщика бизнес-сувениров. Собственно, все большие каталоги с ассортиментом оттуда.

Россиянам нужно и полезно бывать на таких выставках, как PSI Paper, World и других им подобных. Хотя бы потому, что нужно иметь представление о том, куда в твоей теме движется мировое сообщество. А оно, к сожалению, не просто продвинулось далеко, но уехало вперед от нас так, что даже их пяток не видно.

Я была на выставке пару раз, правда уже минуло 5 лет с даты последнего посещения. И была не только посетителем. Но и экспонентом – да. Набралась храбрости в 2009 году и вышла на выставку как российские производители. Сами себе потом напоминали декабристов на Сенной площади. Знаете почему? Потому что постоять на выставке – не суть. Суть – иметь каналы сбыта в Европе твоей продукции, то есть по-

нимать, кто будет тебя ТАМ представлять на английском или немецком языках, на каком складе будет храниться твой товар, как этот товар ты будешь доставлять клиенту, где он может его попробовать на зуб, сколько будешь платить своему представителю в Европе и какими деньгами. Сюда можно прибавить еще вопросов 10. Если знаешь, как на них ответить, просчитан бюджет и есть деньги на продвижение, то можно ехать и выставляться. Если не просчитал или нет денег для выхода на их рынок, тогда нужно погодить. Или выходить сообща. Чтобы и представитель там был – один для всех, и склад, и там знали способы продвижения, и самое главное – их использовали. Без такой поддержки или объединения поставщиков, имеющих что сказать на том рынке, никуда.

АЛЕКСАНДР НИКИТИН: Были. Пиво пили. По-немецки, английски, польски... говорили. А Вы спросите у тети Сони с Одессы, нужно ли ехать на Привоз? И шо она Вам ответит? Шо нужно думать,

когда спрашиваешь. Ну, а другим хозяевам нужно? – не уйметесь Вы. А она Вам – я шо, Гидрометцентр прогнозы давать? Будет плохая погода – так виновата Соня. А хорошая – так они так и знали...

Чтоб узнать, что есть на рынке, лучше пойти на рынок). Но можно открыть «Профессионал» в надежде узнать, что Вы с того Дюссельдорфа будете иметь.

ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ: Да, был. Я представляю ТМ СЕНАТОР, поэтому туда ездил. Необходимость посещения есть при условии приезда туда партнеров и новых клиентов из России.

Причина только одна – расширить кругозор, взглянуть на более развитый рынок Европы. Но, к сожалению, гостей из РФ становится все меньше и меньше, особенно после кризиса 2008-го года. Многие агентства сотрудничают с местными поставщиками в России и удовлетворены разнообразием ассортимента, тем более не надо размещать заказы в Европе и ждать неделями поставки, а на склад покупать впрямь слишком рискованно. Исходя из этого объективно особого смысла ехать на западные выставки нет, как впрочем и на азиатские. Вопрос один – целеполагание.

ВОПРОС 2

Не секрет, что многие европейские страны также испытывают в данный момент трудности в экономике, как и Россия. Работаете ли вы с европейскими компаниями? Стало ли труднее понимать друг друга в связи с охлаждением политических связей России и ЕС?

ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: Трудности наши и их – это «дистанция огромного размера». Если бы у них цены на продукты питания увеличились за год на 20%, они бы все были уже на демонстрациях. А у нас в 2 раза валюта поднялась – и ничего. Поэтому наши трудности и их трудности – это трудности двух разных миров в разных галактиках. Мне так видится. Мы с европейцами не работаем (увы), поэтому и судить не можем об охлаждении. Правда, я немного живу в Европе и вижу жизнь обычных людей изнутри. И могу сказать вот что: дураки и умные есть и там и там. Кто поумней, тот понимает, что бизнес и политика – не одно и то же. А если не понимает, то, может, и пошел бы он ... далеко.

АЛЕКСАНДР НИКИТИН: Работали. Работаем. И надемся). Общение, в целом, без изменений. Была, правда, неожидан-

ная просьба: заполнить специальную анкету, что покупаемые нами рулетки не будут использованы в военных целях. Честно заполнили.

ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ: Впервые слышу от Вас, что в Европе трудности в экономике. Есть некоторые проблемы с наплывом мигрантов, но никак не в экономике. В бизнесе не принято обсуждать политику, чем больше политики строят преград между странами, тем больше страдает бизнес. Жаль, что наш ВВП от этого падает, а у них почему-то растет.

ВОПРОС 3

Правительство РФ в последние годы составляет и публикует «Антикризисную программу» на текущий год. А у вас есть такая программа для вашей компании? Или кризисные явления не затрагивают ваш бизнес? Помогают ли вашей компании меры, предусматриваемые антикризисными программами правительства?

ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: Кризисные явления, если вы живете в России, затрагивают вас, как и других. По-моему, вопрос некорректен. Правительство помогает бизнесу. Вижу это на примере Тулы. По крайней мере, когда у нас появился Груздев (губернатор, которого уже нет, увы), то комитет по предпринимательству ежегодно предлагает всем желающим участие в грантах и во всяких программах поддержки. Мы неоднократно получали поддержку как малый бизнес, как инновационная компания на покупку основных средств, как компенсацию вложений в лизинг, на участие в выставках. Большое за это спасибо. Все эти деньги выделяются нашей области, как и другим областям, государством. Причем в Москве квота компенсации выставок была, например, 200 тыс. руб., а у нас в области только 100. Но мы очень благодарны и за это! Конечно, нужно узнавать, когда гранты открываются, нужно успеть вовремя подготовить документы. Нужно вообще в этой теме держать нос по ветру. Ну так держим! А что делать!!! И тучу документов собираем. И педантично относимся ко всем бумажкам. Зато получали помощь от государства от 600 тыс. руб. до 2 млн руб. в разные годы. Я думаю, что игра стоила свеч!

АЛЕКСАНДР НИКИТИН: Обяательно составляем. Записываем 30 пунктов. Затем вслепую вычеркиваем 28. Из оставшихся двух оказывается, что один

– Импортные товары не все могут быть замещены российскими. Если сыр в Италии «выращивают» от царя Гороха, так что можем мы противопоставить их вековой традиции в этом вопросе? Но в той отрасли, в которой работаем мы, я считаю, что импортозамещение товаром не только возможно, но и нужно.

Татьяна Власова

написан неразборчиво. Его и выполняем)). А основной план последние пять лет: не терять чувство юмора.

ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ: Не хотелось бы высказываться по поводу какой антикризисной программы... Вы имеете в виду повышение косвенных сборов? Акцизы, «Платон», повышение кадастровой цены и т.д.? У нас такой программы нет. Мы пребываем в ожидании, когда появятся стабильные условия для роста инвестиций в стране, когда госсектор и порождаемый им монополизм начнет сокращаться, не хотелось бы back in the USSR. Было бы здорово, чтобы правительство не занималось помощью малому и среднему бизнесу, чубы бы не трещали.

ВОПРОС 4

Два последних года в прессе активно обсуждались вопросы замены импортных товаров аналогами, произведенными в России. Во многих городах при администрациях созданы «Комитеты по импортозамещению». В последние месяцы острота обсуждений спала и, кажется, что об этом либо забыли, либо поняли что-то, что мешает дальнейшему продвижению идеи. Считаете ли вы, что в сувенирном бизнесе импортная продукция по-прежнему будет играть решающую роль? Могут ли российские компании обойтись российскими же подарками и сувенирами? И нужно ли это?

ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: Импортные товары не все могут быть замещены российскими. Если сыр в Италии «выращивают» от царя Гороха, так что можем мы противопоставить их вековой традиции

в этом вопросе? Но в той отрасли, в которой работаем мы, я считаю, что импортозамещение товаром не только возможно, но и нужно.

Вот, например, тема блокнотов, которую мы поднимаем с нуля у себя в фирме, а точнее, в России, начала жить в недрах нашей фирмы после нашего посещения в PSI в 2006 году. Чтобы собрать коллекцию, подобрать технологию, начиная от клеев и заканчивая нормированием операций, потребовалось примерно 6 лет. Сейчас я могу сказать, что в теме блокнотов и бумажной сувенирки мы конкурентоспособны с европейцами. Но пройден огромный путь поисков и работы над продуктом, который нельзя пройти за полгода и даже за два. Можно взять наш конкретный продукт и повторить его. Но у той типографии, которая повторит, не будет всей линейки предложений. А сколько скрытых шишек ожидает их на пути! Пока не пройдут по этому пути и не соберут все – доками в этой теме не станут.

Наверное наши не скоро наладят производство всяких штучек типа флешек, открывалок, пледов и пр. И дело не в том, что не умеют ничего, кроме как шить рекламный фартук или сделать матрицу на пластмассовые изделия. Создание своего рынка чего бы то ни было, и сувениров в том числе, – непростой путь, если начинаешь тему с нуля. Путь горения идей и подвижничества – не в последнюю очередь. Мне так это видится. А многие ли у нас в стране готовы гореть в теме и быть подвижниками? Вопрос... А там не знаю... может и ошибаюсь.

Обойдутся будут, раз ничего не останется делать. Едим же мы сейчас российский сыр по цене импортного до обвала. И ничего. И сувенирку скушаем. А кто тогда вкушал натуральный швейцарский и сейчас его может позволить, тот его до сих пор кушает.

АЛЕКСАНДР НИКИТИН: Обсуждали как-то с директором немецкой керамической фабрики, почему из огромной России 3 заказа в год, а из Германии – 300. Я показываю ему на образцы с логотипами Mercedes, DHL, Bayer... естественно, говорю, у Вас нет проблем – большие серьезные фирмы, для которых ваша цена без доставки-растаможки и курсовой разницы абсолютно адекватна. Он вскопчил: что Вы! Все хотят дешевое китайское! Мы встречались, писали им письма – мол, Вас ценят за высокое немецкое качество, как Вы можете дарить китайское? Это же имиджевый риск! Ну вот, сработало же,

говорю! Да, усмехается, – через несколько лет сработало.

В общем, когда одним станет понятна ценность отечественного, а другие начнут делать то, что не стыдно дарить... когда жизнь продиктует, а петух больно клонет – дело пойдет. На самом деле российские производства есть (премия МАПП тому подтверждение)... Но создать цивилизованную цепочку производитель-рекламщик-конечный заказчик, чтобы одни были уверены, что цену не завьют и заказ состоится, другие не переживали, что у них уведут клиента, а третьи получили достойный продукт во-вре-мя! – еще одна задача, которую предстоит совместно решать на пути к Великому Импортозамещению.

ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ: Импортозамещение – это миф, это приятный патриотический лозунг типа “земля крестьянам и фабрики рабочим”. Давайте откажемся от станков и софта, который не производим, вот будет здорово. Вместо создания равных условий для производства и бизнеса по аналогии с «проклятой Америкой» мы в стиле научного коммунизма придумываем новые идеологии.

Если опустить железный занавес, конечно мы обойдемся нашими сувенирами – матрешки, икра и глиняные свистульки, водка, лапти и самовары, но тогда и бизнеса промоподарков не будет. Я про этот бизнес вообще узнал в 93-м году и ничего, жил как-то. У нас даже есть готовая Ассоциация Сувенирных и Народных Промыслов на этот случай. Российские компании, конечно, могут обойтись нашими сувенирами, а еще тульскими пряниками, посудой из Вербилок, медом, изделиями из бересты и уральского камня любых размеров (чуть не забыл).

Конечно, у нас есть несколько отечественных производителей промоподарков: льем ручки, разливаем промоалкоголь, переплетаем книги, ежедневники клеим и шьем футболки из импортного сырья, но, поверьте, это капля в море по отношению к огромному разнообразию промопродукции.

Сравните, например, ассортимент СЕНАТОР с нашим производителем...

Вопрос вообще странный, почему надо противопоставлять наше с импортом. Сейчас, конечно, трудозатраты резко упали даже по сравнению с Китаем, но российский рынок очень маленький, то есть надо экспортировать, а заодно вернуть НДС, попробуйте – это явно не для слабонервных!

ВОПРОС 5

В начале года в нашем журнале принято спрашивать о планах на текущий год. Что считаете наиболее важным для вашего бизнеса на сегодня? Какие планы на осенний сезон? Как думаете развивать свой бизнес в течение этого года?

ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: Планы – в период кризиса никого не растерять в команде, развиваться за счет интернета и продвижения нашего сайта. Видите ли, мы взяли на себя довольно амбициозное обязательство – стать фирмой-блокнотом №1 в России. Это явно не тульские масштабы. Да и на холодных звонках заказчиков на эту тему не соберешь. Сувенирку и блокноты заказывают не каждый день – это не упаковка и не хлеб насущный для фирм, особенно в период кризиса. Выход, который мы видим – внедрить в голову каждой российской фирме слоган «Власта». Блокноты – это мы!»». Вот вы, прочитав эту статью, тоже взяли на заметку наш нахальный призыв. Значит, в этом опусе мы своей маленькой цели достигли. Вот так и развиваемся – мелкими перебежками упорно идем к цели. Собственно, и все!

АЛЕКСАНДР НИКИТИН: Тренеры футбольных клубов со скромным бюджетом ставят на сезон задачу «не вылететь». С бюджетом посерьезней – попасть в Еврокубки. Со спонсором в лице Газпрома – выиграть Чемпионат. Мы ставим задачу выиграть текущий матч, а за ним еще один и следующий и при этом получить удовольствие не только от счета, но и от игры. А на результат посмотрим в конце сезона.

ВЛАДИМИР ШАРЫПОВ: План один и простой – повышать уровень сервиса до невиданных высот, вести миссионерскую работу по популяризации качественной промопродукции, жить, любить и молиться, чтобы не было очередных победоносных войн, о мире во всем Мире.

Head of TM “Senator” representative office in Russia Vladimir Sharipov, “Vlasta-print” printing-house director Tatiana Vlasova and “Glavsurprise” company managing director Alexandr Nikitin have shared their view on problems of European trade-show participation and import substitution in this regular interview section of the magazine. IAPP experts have told about possible anti-crisis programs and provided industry forecast for year 2016.



ТРЕТЬЯ ПРЕМИЯ МАПП – 2016

Для российских производителей бизнес-сувенирной продукции



*Ты воспой, ты восслав сердце доброе,
Щедрость да разум, руки искусные люда русского!
Ой, да красна ты, Русь, чудо умельцами...
Эм. Александрова, стихи к пьесе М.П. Мусоргского «Прогулка»
(цикл «Картинки с выставки»)*

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ*

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

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

Особенность Премии МАПП "Держава мастеров" заключается в том, что в конкурсе выигрывают не компании, а изделия.

ЗАЯВКА. Успейте отправить заявку до 15 ИЮНЯ 2016 г.: заполненную анкету 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 ИЮЛЯ 2016 г.

Адрес доставки изделий: 197342, Санкт-Петербург, Сердобольская ул., д. 65а

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ.

5500 руб. за одно представляемое изделие, в одну из семи категорий.

7500 руб. за один корпоративный набор.

От двух изделий / наборов СКИДКА -10% от общей суммы.

Компания может представить любое количество изделий в любых категориях.

Сумма в полном объёме должна быть оплачена до даты окончания приёма работ - до 15 ИЮЛЯ 2016 г.

КАТЕГОРИИ.

Конкурс проводится и премии присуждаются в семи 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. ГОРОДСКОЙ СУВЕНИР

В этой категории будут участвовать предметы, несущие городскую символику. Поскольку разнообразие такой продукции велико, жюри сосредоточит своё внимание на аутентичности дизайна продукции или изображений на ней, творческой составляющей готового изделия, а также оригинальности исполнения и, конечно же, связи продукции с местностью её распространения.

6. НОВОГОДНИЙ БИЗНЕС-СУВЕНИР

В этой категории предполагается оценивать продукцию, ассоциирующуюся с празднованием Нового года. Изделия с новогодней символикой или традиционные новогодние украшения, а также новые изделия, предлагаемые производителями для использования во время новогодних праздников – вот та продукция, которая будет составлять эту категорию. Новогодние сувениры всегда творческие изделия, поэтому в первую очередь жюри будет оценивать именно эту составляющую. Использованные материалы изготовления, а также доступность бизнес-сувенира тоже будут оцениваться.

7. 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.

ЖЮРИ ПРЕМИИ

Жюри – это экспертный совет, состоящий из профессионалов: участников Ассоциации МАПП, спонсоров и партнеров ПРЕМИИ. Совет объединяет руководителей специалистов: поставщиков и производителей бизнес-сувенирной продукции, руководителей дирекций маркетинга и рекламы, организаторов крупнейших мероприятий. Состав жюри определяется оргкомитетом ПРЕМИИ МАПП.

Представители экспертной комиссии оценят экспонаты по балльной шкале. Итоги голосования будут подведены оргкомитетом МАПП на основе бюллетеней и сводной таблицы. Главный победитель ПРЕМИИ – экспонат, который наберет наибольшее количество баллов.

ОСВЕЩЕНИЕ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ

- Официальный сайт МАПП – международной некоммерческой ассоциации рекламно-сувенирных фирм - www.iapp.ru
- «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса» - журнал для профессионалов отрасли. - www.profi.iapp.ru
- «Лидер МАПП» - журнал для конечных заказчиков, подарочных и канцелярских компаний www.leader.iapp.ru
- Информационные ресурсы партнеров ПРЕМИИ
- Еженедельные электронные рассылки «Новости рекламно-сувенирного бизнеса»
- Соц сети МАПП VK, Facebook, Instagram

СПОНСОРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Уважаемые коллеги и партнеры! Международная ассоциация презентационной продукции предлагает Вам выступить спонсором ПРЕМИИ МАПП «Держава Мастеров» 2016 и поддержать отечественных производителей бизнес-сувенирной продукции.

Вы можете выбрать любой подходящий для вас пакет спонсора:

- Пакет «Генеральный спонсор»
- Пакет «Официальный спонсор»
- Пакет «Спонсор категории»
- Пакет «Спонсор Премии»

«Держава мастеров» является уникальным проектом поддержки и популяризации российского производителя, а также содействия развитию производственных компаний. Значимость собственного производства для любой страны трудно переоценить, а для России на современном этапе это становится жизненно важным условием дальнейшего достойного существования. Что и подтверждается тем, что развитие отечественного производства стало одним из основных направлений внутренней политики государства.

Сегодня, когда потребность развития отечественного производства стала одной из главных стратегических задач России, обратиться к этой деятельности, выразив тем самым своё сочувствие и сопричастие к делам государственной важности, является не только важным и нужным делом, но и правильным решением для каждого россиянина и действующей на территории России компании.

Учитывая социальную значимость и важность Премии МАПП «Держава мастеров», мы, тем не менее, сознаём, что усилиями одной общественной организации, пусть даже и состоящей из горячо преданных делу людей, создать достойный такой глобальной темы проект весьма нелегко. Поэтому, мы обращаемся к единомышленникам, всем разумно мыслящим людям страны, тем, кто неравнодушен к будущему России в целом, и к тому, по какому пути, в частности, станет развиваться наша отрасль, с предложением принять участие в этой нужной и важной работе в роли спонсоров Премии МАПП «Держава мастеров».

За более подробной информацией вы можете обратиться к любому сотруднику МАПП: +7 (812) 318-18-92
www.iapp.ru



ПРЕМИЯ МАПП – 2015:

Подробная информация об экспонатах на сайте www.iapp.ru – Премия МАПП – Номинанты 2015

• Общий призовой фонд Премии МАПП – 2015 составил 775 000 рублей. Все победители получили сертификаты на рекламные услуги ассоциации, дипломы лауреатов, памятные подарки и сувениры от спонсоров.

• Компании, занявшие первые места в своих номинациях, получили сертификаты со скидкой на участие в весенней выставке IPSA 2016 (Москва) и «РИДО-2016» (Санкт-Петербург)

• с 8 по 10 сентября 2015 года в рамках IPSA среди посетителей проходило голосование за лучшие изделия, представленные на Премиию.

• с 18 августа по 8 октября на сайте выставки «РИДО» шло онлайн-голосование. В онлайн-голосовании участвовало 650 человек

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



ВТОРАЯ ПРЕМИЯ МАПП 2015 КАК ЭТО БЫЛО

В октябре 2015 года отраслевой конкурс для российских производителей бизнес-сувенирной продукции во второй раз отметил заслуги игроков индустрии презентационной и промопродукции.



Церемония награждения состоялась 15 октября 2015 года в рамках выставки «Реклама. Информация. Дизайн. Оформление» (РИДО) в новом выставочном центре «Экспофорум» в Санкт-Петербурге. С тех пор как Международная Ассоциация Презентационной Продукции (МАПП) при поддержке своих партнеров заложила конкурсную традицию в 2014 году, за прошедших двенадцать месяцев мероприятие набрало размах.

На суд компетентного жюри, коллег по рекламному-сувенирному рынку и клиентов представили 60 работ компании из Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга, Ярославля, Тулы, Саранска, Ижевска, Красноярска. Многие из них смогли вырваться из тисков суеты предновогоднего сезона и приехать в Северную столицу, чтобы присоединиться к торжествам.

Как отметил на церемонии во вступительном слове **президент МАПП Лео Костылев**, этот этап Премии был отмечен гораздо более острой конкурентной борьбой участников по сравнению с пилотной сессией конкурса. «Можно смело и с полной ответственностью заявить, что победители в борьбе получили свои места на пьедестале, – пояснил он. – Необходимость бороться, наверное, не самая прекрасная сторона нашей жизни, но в творческом соперничестве, в противостоянии идей есть своя красота и грация. Это та борьба, которую мы можем принять позитивно, которую мы хотим питать и развивать».

ГОРДОСТЬ БЕЗ ПРЕДУБЕЖДЕНИЯ

Конечно, на церемонии награждения звучало множество слов благодарности. В первую очередь, организаторы выразили свою признательность компаниям-спонсорам, которые поддержали инициативу «Державы мастеров» – рекламно-производственной компании «ПОНИ», компании «Точка касания», фабрике пищевых принадлежностей «САЛАСЬ», рекламно- и маркетинговому агентству «ПОПОВ-Дизайн», поставщику и производителю рекламно-сувенирной продукции LEDD Company, производителю обувной косметики Collonil и производителю экологически чистых напитков компании ROCHESTER.

Партнерами Премии МАПП стали ведущие отраслевые выставки рекламно-сувенирной продукции IPSA (Москва) и РИДО (Санкт-Петербург), а также Петербургский выставочный комплекс «Экспофорум». Информационным партнером стала ассоциация «Народные художественные промыслы России».

Все собранные на конкурс работы получили свою порцию «эфирного времени»



на всех доступных МАПП информационных ресурсах – в печатных журналах, на официальном сайте, в социальных сетях. Благодаря поддержке со стороны дирекции IPSA, с экспонатами с 8 по 10 сентября могли познакомиться все посетители выставки в Москве. Позднее в сентябре на конференции «Импортозамещение в креативной индустрии» они снова оказались в центре всеобщего внимания. И между тем в течение двух месяцев на сайте Петербургской выставки «РИДО» шло онлайн-голосование, которое определило лидера «зрительских симпатий».

ПАРАД ТРИУМФАТОРОВ

Особенность Премии МАПП "Державы мастеров" заключается в том, что в конкурсе выигрывают не компании, а изделия. Награды присуждались в пяти категориях: «Промопродукция», «Лидер коммуникаций», «Креативная упаковка», «Мастер дизайнера», «Персонально. Особо. Важно». И один из номинантов должен был получить гран-при Премии МАПП – памятный «объект», форма которого хранилась в строгом секрете до самой церемонии.

Честь объявить лауреатов в номинации «Промопродукция» была предоставлена **Елене Алексеевой, директору выставки IPSA и члену жюри Премии**. «Это символично, что право представить победителей в номинации «Промо» предоставили именно мне, представителю ключевой для рынка рекламно-сувенирной продукции экспозиции в России. Наверное, так же волнуются ведущие, объявляющие победителей Оскара», – поделилась она эмоциями.

Представлять «Лидеров коммуникации» на сцену пригласили также члена жюри – **Виолетту Тимченко, генерального директора «LEDD Company» (Москва)**. Она сразу перешла к делу, объявив третье место в номинации – **ООО «ПОНИ» (Санкт-Петербург)** и **корпоративный новогодний набор Адьютант®**. В ответном слове **генеральный директор компании Игорь Клевцов** выразил готовность в следующем году повторить опыт, но при этом покорить конкурсную вершину, заняв первое место в одной из категорий.

Победителей в категории «Креативная упаковка» представила **Евгения Лукашевич, руководитель дирекции маркетинга, рекламы и PR ООО «ЭФ-Интернэшнл» (Санкт-Петербург)**. «Экспофорум» как лидер выставочного рынка на Северо-Западе имеет большой пул клиентов, которых мы любим и балуем подарками. Мы выбираем сувениры, которые поддерживают ценности нашего бренда, его созидательную динамику. И упаковка здесь играет сольную партию», – обратилась она к собственному опыту.

Номинацию «Мастер дизайнера» представил **Игорь Клевцов, генеральный директор ООО «ПОНИ» – ТМ «Адьютант»**.

«Предметы, представленные в этой категории, принято называть VIP-подарками. Но мы сознательно ушли от иностранных заимствований, так как представляем российских производителей и российские товары. И назвали номинацию «Персонально. Особо. Важно», что по смыслу соответствует английскому аналогу, но

гораздо более уместно в рамках нашей миссии», – пояснил **Лео Костылев, президент МАПП, член жюри и владелец марки пишущих принадлежностей «САЛАСЬ»**. После чего без лишних слов перешел к оглашению списка победителей в пятой номинации.

Как выглядел гран-при Премии в 2015 году? Интригу организаторы поддерживали до последнего момента: композицию весом более 5 кг изготовили в Перми под надзором специалистов компании «ПО-ПОВ-дизайн» и при участии мастеров Николая Андреева, Николая Попова и Юрия Шикина. Завеса тайны была сорвана, когда на сцену пригласили главного победителя Премии МАПП – **Вячеслава Леонтьева, художественного редактора медиа-группы «Парацельс» и типографии «Парацельс Принт»**. Под аплодисменты зала ему была вручена награда: шар-державка, выполненный из камня – южного змеевика, который удерживают на плечах бронзовые титаны; скульптурная группа установлена на кубическом постаменте из змеевика северного. Такой основательный приз окончательно закрепил бесспорную победу «Парацельса» и его линейки сувенирной продукции, посвященной 175-летию со дня рождения Петра Ильича Чайковского.

СДЕЛАНО В РОССИИ

По словам организаторов Премии МАПП «Державка мастеров», миссия конкурса – популяризация бизнес-сувениров и промпродукции, произведенных в России. Эта задача столь же важна, сколько и сложна на фоне подавляющего господства на рекламном рынке массовой дешевой продукции из стран Юго-Восточной Азии, в первую очередь Китая. С этим оказались согласны все без исключения участники мероприятия.

«Сегменту кожаной галантереи в сфере бизнес-сувениров сильно не хватает качественных производителей, а в России их просто единицы, – поделилась наблюдениями **Светлана Чех, коммерческий директор компании PromoVere**. Записная книжка «БлЭкнот», занявшая призовое место на Премии МАПП, как раз продемонстрировала рынку, что российский производитель ни в чем не уступает в качестве, а в креативности – превосходит конкурентов с Востока и Запада.

«Изобрести что-то вдохновляющее в сегменте практичных подарков и бизнес-аксессуаров, удивить клиентов и партнеров, пробудить эмоции – в этом основная идея борьбы за наш отечественный рынок, – продолжила она. – Ломать стереотипы,

выходить за рамки стандартной схемы – в этом я вижу путь российских производителей».

Татьяна Яковлева, представитель «Мастерской майолики Павловой и Шепелева» в Санкт-Петербурге, указала на сложности в ценовой конкуренции с массовыми производителями. «Нашу продукцию подделать невозможно. За более чем 20 лет ни одной китайской фирме не удалось приблизиться к нашим высоким стандартам качества и дизайна, – заявила она. – Глубина рисунка, живость и легкость ручной работы, тепло настоящей керамики отличают ярославскую майолику от любых копий».

В подтверждение своих слов Татьяна Яковлева добавила, что уже несколько лет в Лос-Анджелесе, США, работает представительство мастерской. Тот факт, что профессионализм российских художников нашел признание даже по ту сторону Атлантического океана, наглядно демонстрирует ценность таких эксклюзивных подарков для сферы персональных деловых коммуникаций.

«Клиенты спрашивают нас, зачем дарить майолику друзьям или партнерам? У нас готов ответ: когда их внуки или правнуки спустя много лет поднимутся на чердак и найдут бережно сохраненные изделия, это уже будут не просто сувениры, а настоящий антиквариат. Так что подарок сейчас – это инвестиция в будущее благосостояние».

«России присущи не только свои традиции в области сувениров, у нашей бизнес-культуры есть и свой фольклор, – отметила **Татьяна Власова, директор типографии «Власта-принт»**. – К этой особенности мы обратились в наборе «Артплей», в гротесковой форме обыграв понятия россиян о кризисе. Подшучивать на собой – это удел сильных, вот и шутим за всех, надеясь, что мы крепче обстоятельство».

«На мой взгляд, в России нет культуры производства письменных принадлежностей из бумаги как разновидности промпродукции. Когда я в 2006 году впервые приехала на выставку PSI в Дюссельдорф, я увидела у фирм, специализирующихся на «блокнотной теме», несметный ассортимент записных книжек, блоков и так далее, – прояснила свою позицию Татьяна. – И мы предлагаем в России альтернативу набившим оскомину блокнотам формата А5 на спирали. Нашим производителям нужно включать голову, ведь оригинальных идей вокруг полно!»

«Конкурировать с Азией можно и даже нужно, – подытожила директор «Власта-принт». – Только мыслить нужно за-



просами клиента, а не «фальцовками, биговками и тиражными листами». За типографскими операциями нужно видеть будущий шедевр. Тогда и соперничество с миллионами китайцев будет не страшно».

Но эффективному рекламному сувениру нужна соответствующая «одежка», считает **Таир Мамедов, генеральный директор конструкторского бюро IGRUSHKA**. «Упаковка создает интригу, – пояснил он. – Установленный факт, что обнаженная женщина менее привлекательна, чем полуобнаженная, и с рекламно-сувенирной продукцией тоже самое. Предвосхищение, попытки угадать, что же внутри, стимулируют выработку допамина. Таким вот образом упаковка превращает подарок в «бомбу»».

«Здесь важно быть открытым, ловить идеи из эфира. «Добрую бомбу» мы придумали в канун 9 мая, искали форму, как-то связанную с войной, – вспомнил Таир Мамедов. – Ход мыслей был такой... На производстве оружия держится экономика, и отказ от этого сектора экономики приведет к тому, что множество людей потеряет работу. Это нехорошо. Но если инструменты разрушения превратить в средства созидания? Вот Илон Маск предлагает сбрасывать на Марс снаряды с семенами растений, ну а мы решили начать с цветов».

«Чтобы делать работу хорошо, надо ее любить, и за дело браться легко и с радостью, – резюмировал он. – Надо жить играючи, и это кредо закреплено в названии нашего бюро. Поэтому IGRUSHKA – это место, где мы играем в идеи».





С ЧЕМПИОНОМ С ГЛАЗУ НА ГЛАЗ

И наша история была бы неполной, если бы вниманием был обойден главный герой Премии – **типография «Парацельс Принт»**, разработавшая логотип и фирменный стиль сувенирной продукции, посвященной 175-летию со дня рождения П.И. Чайковского. Подарочный набор завоевал гран-при «Державы мастеров», и памятную статуэтку **художественный редактор медиагруппы «Парацельс» Вячеслав Леонтьев** увез с собой в Ижевск.

– Какая история предшествует этой знаменательной победе?

ВЛ: И фирменный стиль, и сам набор – все это плоды спонтанного творчества. Концепция изначально разрабатывалась «для себя», на досуге. Мы знали, что приближается 175-летие со дня рождения Петра Ильича Чайковского, и для коммуникации с клиентами решили создать запоминающийся знак. А тут правительство Удмуртии объявило конкурс на разработку логотипа и слогана к 175-летию со дня рождения композитора, и один из сотрудников предложил отправить им наши наброски. Победа же в этом региональном состязании была для нас полной неожиданностью.

В соседнем с Ижевском городе Воткинске находится музей-усадьба, где родился Чайковский, и им мы предложили ассортимент предметов, которые могли бы при-

обрести все – от школьника и пенсионера до бизнесмена. Мы думали, что кто-то возьмет карандаш, кто-то – блокнот, у кого есть возможность – соберет из всего этого набор.

Но оказалось, что дизайнерское решение настолько удачно, что все предметы прямо сопротивлялись штучному распространению. Объединенный в одном пакете, который легко носить и легко дарить, набор полюбился посетителям музея. Стал объектом постоянного спроса на различных мероприятиях, организуемых его дирекцией.

Вся концепция родилась сама собой и примерно с весны этого года живет собственной жизнью.

– Премия МАПП – это конкурс российских бизнес-сувениров и промо-продукции. Что вы можете сказать о положении товаров отечественного производства на рекламном рынке?

ВЛ: Я очень хочу, чтобы прекратилось китайское засилье на рынке. Может лет 10 назад время такое было, те, кого мы сейчас называем «сувенирщиками», покупали какую-то мелочь в Китае – дешевые флешки, брелоки, футболки. Наносили логотипы и называли это бизнес-сувенирами. Многие до сих пор работают по этой схеме.

Но я вижу хотя бы на примере Ижевска, что все больше компаний стремятся делать что-то самостоятельно, с нуля. Эта

позитивная тенденция наблюдается в первую очередь в сфере мелкой сувенирной продукции – в предметах из дерева, в бумажной пластике. Ну и постепенно в оборот входит 3D-печать. Стоимость на трехмерные принтеры падает, они становятся доступными, и кто знает, может лет через пять повсеместно малые тиражи будут перепечатывать прямо в офисах рекламных агентств. А вот крупные компании, пожалуй, будут дольше всех держаться за производство в Юго-Восточной Азии: в таких объемах России пока нечего противопоставить.

Но я вижу другой путь развития рынка. Россия – многонациональная страна, и в каждом регионе живет свой этнос и свои мастера, делающие предметы из исконных для этой местности материалов. На Севере это оленья кожа и рога, на Северо-Западе – карельская береза, в Центральной России – войлок, на Урале вообще – камни и минералы.

В этом многообразии я вижу уникальную возможность: не надо ничего создавать с нуля, надо лишь дать зеленый свет местным промыслам. Их уникальность – наше национальное конкурентное преимущество перед массовым производством Китая.

Необходимо протереть дорогу от мастера к потребителю, потому что сейчас коммуникации между производителями и рынком нет никакой. Их поделки чаще всего становятся доступны широкой аудитории только после череды перепродаж, что добавляет ценнику 500%, а то и больше. Естественно, что при такой стоимости ни о каком развитии говорить нельзя.

– Победа в Премии МАПП – это не конечная остановка для вашей компании. Есть ли новые идеи, концепции, которые хотите воплотить?

ВЛ: Такие вещи идут от сердца, и мы постоянно внутри компании генерируем новые дизайны или концепции, черпая вдохновение из круглых исторических дат или юбилеев замечательных людей.

Эта конкретная история получила такое развитие благодаря стечению обстоятельств – правительственный конкурс, друзья в музее-усадьбе и так далее. Но с другой стороны, мы убедились, что наши идеи востребованы. Раз все сложилось одно к одному, значит все мы делаем правильно.

Александр Косачёв.



Международная ассоциация презентационной продукции благодарит всех, кто был и будет в дальнейшем причастен к нашему мероприятию, а так же тех, кто откликнулся и помог нам в организации ВТОРОЙ ПРЕМИИ МАПП 2015 «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ». ЖДЕМ ВАШИ ЗАЯВКИ В 2016! www.iapp.ru

«ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ» ОЛИЦЕТВОРЯЕТ СОБОЙ ОБРАЗ СОВМЕСТНОГО ТИТАНИЧЕСКОГО ТРУДА, ГДЕ КАЖДЫЙ ВНОСИТ СВОЮ ДОЛЮ МАСТЕРСТВА, СПОКОЙНО И РОВНО НЕСЯ ДЕРЖАВУ НА СВОИХ ПЛЕЧАХ.

Основание, как корни, глубоко уходящие вниз, создают массив опоры, позволяя твердо и уверенно стоять на земле, вырастая из нее, как мощный ствол дерева. Никакие ветра и бури не в силах сломить его.

Руки мастера, как гибкие и прочные ветви, удерживающие этот мир.

Лик – внутренний образ мастера, устремленного вверх, к небу, как символ творчества и вдохновения, когда в труде постигается радость бытия.

«ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ» – это когда каждый создает свой собственный творческий узор и вплетает его в общее дело во благо земли, мира и человечества!



Над наградной статуей «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ» работали:

Идеология и надзор: «ПОПОВ-Дизайн», Пермь
Рабочая группа: Николай Андреев, Николай Попов, Юрий Шикин.

Вес : 5, 5 кг, бронзовое литьё с последующим патинированием и вощением ,

Камень: Шар – «южный» змеевик* (травник), постамент – «северный» змеевик (серпентин).

Спонсор «ДЕРЖАВЫ МАСТЕРОВ»

**Камень змеевик способен пробудить человека от духовного летаргического сна, помогает преодолеть страхи, депрессию и меланхолию.*



Удерживающий коврик GECKO на приборную панель автомобиля с Вашим логотипом



Удерживающий коврик GECKO предназначен для фиксации предметов на приборной панели автомобиля. Вы можете на нем расположить мобильный телефон, солнечные очки, навигатор, авторучку, зажигалку и другие бытовые мелочи, которые во время движения удобно иметь под рукой. Одинаково хорошо удерживает предметы как на горизонтальной, так и на наклонной поверхности. Во время движения, при торможении или крутом повороте предметы не будут «летать» по салону и не окажутся под ногами, а само пользование данными предметами будет для вас значительно более удобным и не отразится на безопасности движения. Коврик прост в эксплуатации и необычайно практичен: от времени и многократного использования он не теряет своих «липких» способностей. В условиях частого использования коврик может запылиться и загрязниться. В таком случае его достаточно промыть под струей воды, и его контактные свойства восстановятся. Идеально прилипает к лю-

бым поверхностям и надежно удерживает на себе предметы даже на вертикальной поверхности без клея и магнита. Без усилий его можно отлепить от поверхности и легко снять с него закрепленный предмет. При этом коврик не оставляет после себя никаких следов!

Материал, из которого изготовлен коврик GECKO, обладает невероятной способностью сцепления с другими предметами за счет эффекта вакуума. Удерживающие свойства достигаются за счет использования уникальной технологии отливки из смеси полимерных материалов нового поколения, а микроскопическая структура поверхности создает эффект вакуумного сцепления с предметами.

При наличии на рынке предложений других аналогичных продуктов, этот продукт выделяет высокое качество.

Разнообразие форм, размеров и цветов позволяют сделать вам свой выбор, а персонализация сделает этот продукт еще и индивидуальным.

Визуализация дает возможность увидеть, как будет выглядеть ваш логотип на любой модели коврика еще до его изготовления.

Коврики GECKO с нанесением логотипа за 3-5 рабочих дней в зависимости от тиража. Вы можете самостоятельно сделать расчет ковриков с нанесением логотипа. На сайте в разделе «КОВРИКИ GECKO» под каждой моделью есть встроенный калькулятор расчета стоимости коврика с печатью. Выбрав тираж и количество цветов печати, калькулятор сразу же покажет стоимость.

По вопросам приобретения ковриков с персонализацией обращайтесь к российскому представителю торговой марки GECKO – LEDD Company.

www.usb2b.ru
+7 495 646 09 08
info@ledd.su

LEDD Company

Блокноты – это мы!

Блокноты давно стали привычным атрибутом сувенирного рынка. Но тема не исчерпана и по сей день. По крайней мере, нам – типографии, специализирующейся на блокнотах, – так видится.



Кстати, таких узкоспециализированных производств и в Европе-то совсем немного: на традиционной европейской выставке рекламной индустрии PSI в Дюссельдорфе выставляется 5 - 6 «блокнотных» компаний. И это на 1000 экспонентов! А в России фирм, предлагающих блокноты на заказ с большим выбором готовых наработок по конструктиву еще меньше: 3 - 4 на всю Россию. Изготовление блокнота на спирали формата А5 здесь не в счет! Эту классику может воспроизвести любая типография.

Блокнотная специализация – это не только множество форм, конструкций, способов крепления и видов «застежек», но и средство выражения себя в сувенирном мире. Мы поняли «куда попали», когда стали глубже погружаться в тему. Чтобы сформировать и отстроить всю коллекцию (а на это ушло почти 10 лет), нужно было много энтузиазма, терпения, подвижничества, если хотите. А кроме того, проза в виде специального ПО для описания технологических цепочек, подбор клеев, создание нор-

мативов времени на разные операции типа «клякания» магнитной резины, формирования хлястика обложки и завязывания бантиков (не шутка!). А еще нужно собрать все это в один узел, продвинуть как идею и найти ту волшебную ногу, которая пнет тему так, что она заработает на всю страну! Тогда можно собирать «урожай» – заказы клиентов, удивленных разнообразием видов, форм и идей.

Когда сформировалась коллекция, стали давать блокнотам имена собственные. Было сначала непривычно и чудно. Втихую хихикал весь офис. Потом привыкли. Потихоньку названия, технологические операции и разные особенности сборки изделий выучили рабочие в цехе. А знать наизусть технологию сборки более 300 изделий – такое может быть только на любимой работе. А любовь, как известно, дело тонкое, живет только там, где ей отвечают взаимностью.

Можем поделиться нашей любовью к блокнотам и с вами. Вдруг что-то не выхо-

дит, не получается – обращайтесь запросто. Мы на сложных ситуациях не одну собаку съели. Если что – собираем мозговой штурм старейшин (в полиграфии, а не по возрасту) – и щелкаем любые задачи как орешки. А что не щелкнем, то воплощаем в опытных образцах, ищем вместе с заказчиком оптимальное решение и всегда говорим спасибо за трудные проекты. Ведь только с их помощью мы растем и движемся дальше.

Типография «Власта-принт», Тула
www.vlasta-print.ru
sale@vlasta-print.ru
 +7 (495) 133-03-15
 +7 (4872) 30-75-15

ТИПОГРАФИЯ
Власта
 ИЗДАТЕЛЬСТВО



Классики МАПП

БАННЕРНЫЙ КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Сувенирная продукция от А до Я — в новом баннерном классификаторе сувенирной продукции и рекламных услуг!

Теперь поиск фирм, занимающихся той или иной отраслью сувенирной продукции, стал еще проще! Классики МАПП — это алфавитный перечень сувенирной продукции и рекламных услуг. Найдя интересующую вас рубрику (например, «Ежедневники»), вы сможете сразу перейти на сайты компаний, занимающихся этим видом сувенирной продукции, познакомиться с коллекциями и услугами, сравнить цены. Клик по каждому баннеру приводит пользователя непосредственно на сайт соответствующей фирмы.

Этот проект создан специально для вас!

Пользуйтесь «Классиками МАПП»!

ЖЕЛАЕМ УДАЧИ И ХОРОШЕГО НАСТРОЕНИЯ!

ЖДЕМ ВАШИ БАННЕРЫ на info@iapp-spb.org
С ПОМЕТКОЙ «КЛАССИКИ МАПП».

(812)318-18-92

mos www.glavsurprise.ru
 mos www.leela.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.usb2b.ru

Толстовки Sweatshirts

mos www.aero-pak.ru
 mos www.argus-tekstil.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

**Упаковка подарочная и атрибуты к ней**
Gift's boxes

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

mos www.arta-group.com
 mos www.ideas-gift.com
 srk www.newrostr.ru
 mos www.profsuvenir.ru
 mos www.shnurz.ru
 mos www.usb2b.ru
 mos www.zomer.ru

Фарфор Porcelain

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

Флаги и флажки

Flags and tableflags
 krs www.dizaincentr.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.nashasemia.ru
 mos www.profsuvenir.ru

Фляжки Flasks

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

Фотоальбомы Photo albums

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

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.colourtex.ru
 mos www.giftspromo.ru
 mos www.eurotex.me
 mos www.footballki.ru
 mos www.g-h.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 mos www.nashasemia.ru
 spb www.scale-gifts.ru



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

**Чай персонализированный**
Personalized tea

krs www.dizaincentr.ru
 spb www.finndesign.ru

Часы watches

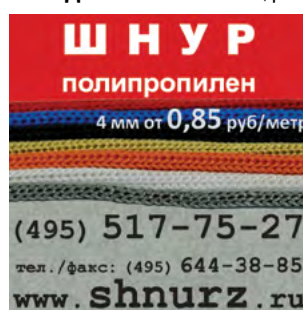
mos www.aero-pak.ru
 mos www.chronorus.ru
 spb www.finndesign.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.ideas-gift.com
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.shnurz.ru

csp www.vostok-time.ru
 mos www.zomer.ru

**Шарфы, галстуки, платки**

Ties and scarfs

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

Шнур декоративный, производство Decorative cord, producing**Шоколад, леденцы с фирменной символикой**
Promo-sweets

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

Эмблемы настольные

Desktop souvenirs

spb www.finndesign.ru

Ювелирные изделия с корпоративной символикой
Jewelry items with corporate symbols**USB-аксессуары** USB accessories

mos www.3venta.ru
 mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.flash-imperia.ru
 spb www.finndesign.ru
 rst www.fuska.ru
 mos www.ideas-gift.com
 mos www.g-h.ru
 mos www.glavsurprise.ru
 sam www.rgsuvenir.ru
 mos www.usb2b.ru



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

 sales@3venta.com



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@ledda.ru

VIP-подарки VIP gifts

mos www.acar-group.ru
 mos www.aero-pak.ru
 mos www.arta-group.com
 csp www.chronorus.ru
 krs www.dizaincentr.ru
 mos www.dragon-gifts.ru
 mos www.giftsaquarell.ru
 mos www.giftspromo.ru
 mos www.ideas-gift.com
 spb www.kamni-viski.ru
 srk www.newrostr.ru
 mos www.OCHKITOUCH.ru
 zls www.oruzheynik.ru
 mos www.profsuvenir.ru
 spb www.remar.ru
 spb www.scale-gifts.ru
 mos www.teamate.ru
 csp www.vostok-time.ru

«Спорлото 82»

Был когда-то такой фильм, хотя я не собираюсь писать ни о кино, ни о лотерее. Название статьи навеяла «Антикризисная программа 2016». Может быть, из-за наличия номера после текста, но, скорее всего, по ассоциациям более глубинным. Фильм получился плохим, хотя Гайдай был признанным мастером, не раз восхищавшим зрителей своими работами. Не получилась, на мой взгляд, и «Антикризисная программа». Вероятность того, что с её помощью стране удастся хоть немного приблизиться к окончанию кризиса не больше, чем выигрыш в «Спорлото». Сходен и принцип: деньги (усилия) вкладывают многие, а выигрывает один (единицы).

В прошлом году «Антикризисная программа» сосредоточила свои инвестиционные усилия на помощи российским банкам. В последний раз такое масштабное «перекачивание» бюджетных денег в руки частных предпринимателей состоялось в 1914 году, когда министром финансов России был назначен банкир. Как и в прошлый раз, деньги в 2015-м пошли не на расширение программ кредитования бизнеса, а напрямую на биржу. Быстрый заработок и меньше рисков! Знают в правительстве РФ историю или нет, результат одинаково неутешителен: перекачивание налоговых поступлений граждан на счета частных банков спасает от кризиса разве что именно эти банки, и уж никак не экономике страны.

Программой этого года намечены вложения (750 млрд рублей) в такие сферы экономики, где так же действуют крупные олигархические структуры. Жаль тратить время читателей на переписку и критику пунктов программы, они просто ниже всякой критики. Поэтому популярные в стране экономисты даже не обсуждают её, а когда их спрашивают о методах выхода из кризиса, дают собственные рекомендации. Тоже, как правило, слишком общие. Из осторожности, а, скорее всего, для поддержания авторитета обычно перечисляется ряд глобальных макроэкономических показателей типа стоимости национальной валюты, уровня инфляции и цен на энергоносители. Оказывать позитивное влияние на эти показатели практически невозможно, хотя вполне очевидно, что страна обязательно выйдет из кризиса, если стабилизируется курс рубля, снизится уровень инфляции, а цены на газ и нефть снова «поползут» вверх. Это очевидно. Но с кризисом бороться нужно было уже вчера. И меры борьбы с ним должны быть не теоретически безупречными, но конкретными и действенными.

Почему же антикризисные программы содержат только семимильные шаги? Чем

глобальнее поставленная задача, тем легче будет объяснить, почему её выполнение не удалось. С другой стороны, доверие электората не будет подорвано, ибо каждому ясно, что масштаб целей был велик. Ну просто не получилось в этот раз!

Я же предлагаю делать заведомо мелкие шаги. И хоть они имеют свои недостатки в сравнении с гигантскими шагами, есть в них важная особенность, которая компенсирует многое: точность метода и лёгкость исполнения гарантируют правильный результат. В этом, однако, кроется и главная их сложность. Ведь в стране создана модель экономики, где всё или практически всё позволено как раз тем, кто ни на что не способен и ни в чём не заинтересован, кроме своего благосостояния.

К чести разработчиков «Антикризисной программы» в ней содержится абзац о развитии малого и среднего предпринимательства. Радостно, что хоть понимание этого имеется у российских властей, хотя предложенная форма – создание госкорпорации для оказания помощи малому и среднему предпринимательству – сразу и перечёркивает доброе начинание жирной красной чертой. По-видимому, деньги на помощь малому и среднему предпринимательству будут с успехом распределены на нужды нового бюрократического образования, а на московских улицах станет ещё чуть теснее от прибавившихся служебных «Мерседесов» руководителей нового ведомства. Не совсем понятна и формулировка: «малого и среднего», ибо задачи и проблемы малого предпринимательства настолько отличаются от задач среднего, что объединение их даже в названии единой госкорпорации должно рассматриваться как полное непонимание целей как одних, так и других. В подтверждение своей некомпетентности в этой области программа констатирует, что «правительство готовит стратегию развития малого и среднего бизнеса до 2030 г., согласно которой доля этих предприятий в РФ должна удвоиться». Сегодня доля малых предприятий в России составляет 25%. В развитых странах их доля 50-80%. Только малых! Без средних. А количество малых предприятий колеблется по странам от 90 до 99 процентов. В России и этот показатель слишком низкий. Если к 2030 году доля малых предприятий лишь «удвоится», то вряд ли ЭТО правительство станет тому свидетелем! Даже от самой мысли о 2030-м годе в тексте «Антикризисной программы» становится жутковато. Главным преимуществом малого бизнеса является как раз то, что он не нуждается ни в каких стратегиях. Это всё равно что разрабатывать стратегию

роста сыроежек в лесу на следующее лето.

Если правительство РФ не знает путей выхода из кризиса, а умудрённые опытом лекций по политэкономии седовласые академики не умеют предложить ничего конкретного, то, может быть, и нет выхода из кризиса? Я так не считаю. С моей точки зрения существует по меньшей мере дюжина мер, которые могли бы резко изменить экономическую ситуацию в России. И первой из таких мер я бы назвал отмену импортных пошлин.

Если ознакомиться со статистикой, импортные пошлины не играют большой роли в составе бюджета страны, поэтому исчезновение этой суммы из доходов, скорее всего, останется незамеченным. С другой стороны, пошлины с начала 90-х стали препятствием к нормальному развитию малого предпринимательства в России. Установление высоких ставок импортных пошлин в начале 90-х сразу же привело к образованию целого ряда уродливых форм ведения бизнеса. И это неудивительно! Было серьёзной ошибкой со стороны государства, в котором ничего не производилось, а люди потеряли свои доходы, созда-

Главным преимуществом малого бизнеса является как раз то, что он не нуждается ни в каких стратегиях. Это всё равно что разрабатывать стратегию роста сыроежек в лесу на следующее лето.

вать дополнительную ценовую нагрузку на потребительский рынок. Поэтому сразу же возникли различные «серые» и «чёрные» схемы импорта товаров, в которых изначальная стоимость закупаемых товаров либо занижалась, либо товары попадали в страну вообще минуя таможню, за взятки. Импортные пошлины породили коррупцию там, где её отродясь не бывало – на границах РФ. Но и это не самое страшное. Поскольку большая часть товаров попадала в Россию по заниженным ценам, они не могли быть проданы по нормальной продажной стоимости. Разница закупочных и продажных цен в бухгалтерии выглядела бы неправдоподобно, к тому же привела бы к выплатам больших сумм налогов. Чего, конечно же, никто не хотел. На этом фоне в стране начинает развиваться система «обналички». Импортёры должны продавать часть своего товара за наличные,

не показывая эти продажи в бухгалтерии. А коли нет этих продаж, то на них не могут выплачиваться зарплаты сотрудникам, для их хранения не могут арендоваться и оплачиваться помещения складов. Из-за какой-то таможенной пошлины в стране возникает сразу несколько чрезвычайно незаконных и, по сути, вредных для развития бизнеса систем, борьба с которыми ведётся властями и сейчас, но без надежды на успех.

Таким образом, обороты компаний уходят в 90-е «в тень». Платежи осуществляются «за наличку», безналичные платежи покрывают только те крошечные суммы, которые импортёры показывают при растаможке. Поскольку импортёры должны платить своим иностранным поставщикам гораздо больше, чем они указывают в таможенных документах, возникает теневая банковская система, где наличные рубли обмениваются на безналичные платежи за пределами РФ.

В 2000-х власти РФ осознают, что масштабы незаконных операций в импортном бизнесе превышают всяческие границы. В стране в это время по официальной статистике до 60% товаров являются импортными. Если бы импорт оценивался в настоящих закупочных ценах, цифры были бы ещё значительнее. И власти начинают бороться. Однако избирая для этого, как и всегда, самые неудачные методы: «запрещать и не пущать». Прежде всего, «закрепощается» импорт. Стоимости импортных операций становятся недоступными для малого бизнеса. Теперь в Россию может везти товар не тот, кто «умеет», но только тот, кто «умеет» и может везти много. Растут и коррупционные аппетиты таможенных служб. С другой стороны, власти наносят удары по системе «обналички». Стоимость наличных денег растёт с каждым годом, что тоже подходит только более крупным компаниям.

Какие же выводы можно сделать из всего вышесказанного? Импортные пошлины способствовали созданию в стране системы «обналички» и теневого банкинга, породили коррупционные схемы на таможене, увели «в тень» сотни тысяч предприятий, сделав их налоговыми преступниками поневоле, но самое главное, изуродовали бизнес-поле российской коммерции, дав одним преимущество за счёт других.

Конечно, наивно полагать, что после всего того, что уже произошло в стране, отмена таможенных пошлин сразу нормализует бизнес-процессы, однако я считаю, что в сочетании с либерализацией импортных операций это дало бы немедленный эффект. Судите сами: отмена пошлин создаст ситуацию, когда «серые» схемы импорта станут бесполезными. Конечно, сегодня экономия импортёров состоит не только из сумм заниженной пошлины, но и из недоплачиваемого НДС, но, с другой стороны, они вынуждены платить за за-



Одновременно с публикацией «Антикризисной программы 2016» в стране появились семинары на тему: «Как сохранить свой бизнес в 2016-м году». И на них не рассказывают о мерах экономического характера, но обучают, как лавировать в бюрократических джунглях всё ужесточающегося законодательства.

граничные переводы денег и, скорее всего, оплачивать «закрытые глаза» таможен. К тому же упрощение процедуры импорта создаст десятки тысяч новых мелких импортёров, которых будет устраивать оплата НДС на месте, без нарушений закона. Одно лишь появление этих новых импортёров способно компенсировать государству суммы получаемых им сегодня импортных пошлин за счёт улучшения собираемости НДС. Мелкому импортёру будет выгодно заявлять настоящие закупочные цены, чтобы не возникало проблем с НДСом, правильной оплатой закупок, слишком высокой прибылью бизнеса. «Освобождение» импорта уничтожит мотив для коррупции на границе. Но самое важное – значительно повысится активность граждан, во многом решатся вопросы занятости населения, в конце концов, будут созданы предпосылки того, чтобы предприниматель в России не чувствовал себя преступником и не рассматривался так со стороны бюрократического аппарата РФ.

Одним маленьким шагом в масштабах такого большого государства можно решить сразу целый узел проблем, мучающих сегодня Россию. Это станет гораздо более действенной мерой борьбы с «обналичкой» и за собираемость НДС, чем те бюрократические, подчас противоречащие Конституции РФ меры, которые сегодня принимаются властями. Палитра методик так широка! Одновременно с публикацией «Антикризисной программы 2016» в стране

появились семинары на тему: «Как сохранить свой бизнес в 2016-м году». И на них не рассказывают о мерах экономического характера, но обучают, как лавировать в бюрократических джунглях всё ужесточающегося законодательства. Я же считаю, что пора надеть намордники на Держиморд и перейти к цивилизованным способам достижения Россией экономического процветания. Вспомнить, в конце концов, из школьного курса физики, что «сила действия равна силе противодействия»: чем сильнее государство будет давить на своих граждан, тем сильнее будет сопротивление этому давлению. И, наоборот, чем меньше давление будет оказываться на бизнес, тем меньше противодействие будет в ответ.

Альтернативы развитию малого предпринимательства нет. Хорошо, что это понимают даже в правительстве РФ. И не «удваивать до 2030 года» вместе со средним бизнесом, а утраивать и в ближайшие год-два, и только малый бизнес – вот способ выхода России из кризиса. Постановлениями и программами этот вопрос не решить! Малый бизнес тем и хорош, что он стихийен, спонтанен, свободен и чрезвычайно гибок. Предложенная мной мера поможет использовать все выгоды от этих свойств малого бизнеса на благо всей страны. Так что работающие методы есть, было бы желание.

*С наилучшими пожеланиями,
Лео Костылев.*



Международная Ассоциация Презентационной Продукции (МАПП)

Некоммерческая ассоциация рекламно-сувенирных фирм

СУВЕНИРНЫЙ ПОРТАЛ

www.iapp.ru



 /mapp_spb

 /mappsp

 /MAPP_SPB

журналы

новости

Премия МАПП

выставки

контакты

сотрудничество

Журнал
ПРОФЕССИОНАЛ
РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО
БИЗНЕСА

www.profi.iapp.ru



ПРЕМИЯ МАПП
для российских
производителей
бизнес-сувенирной
продукции



Журнал
для конечных заказчиков
бизнес-сувениров
ЛИДЕР МАПП

www.leader.iapp.ru



Классификатор
сувенирной продукции
и рекламных услуг
КЛАССИКИ МАПП

www.class.iapp.ru



ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ
ЭЛЕКТРОННЫЕ
РАССЫЛКИ
«Новости рекламно-
сувенирного бизнеса»



RUSSIAN
PROMOTIONAL
MARKET
REVIEW

www.rpm.iapp.ru



20%



5%

ПОДАРКИ 8,5%



10%



СКРЕПКАЭКСПО
СКРЕПКАEXPO

17%



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



GIFTIONERY TAIPEI 2016
TAIPEI INT'L GIFT & STATIONERY SHOW

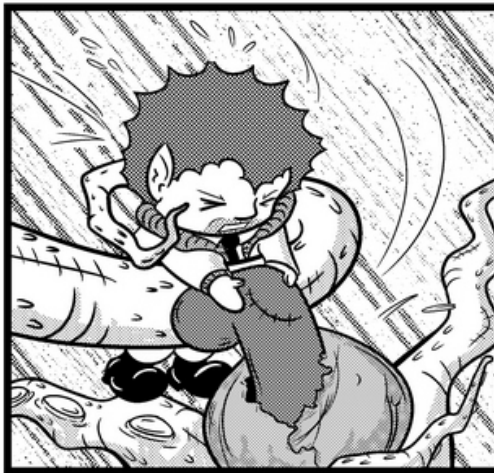
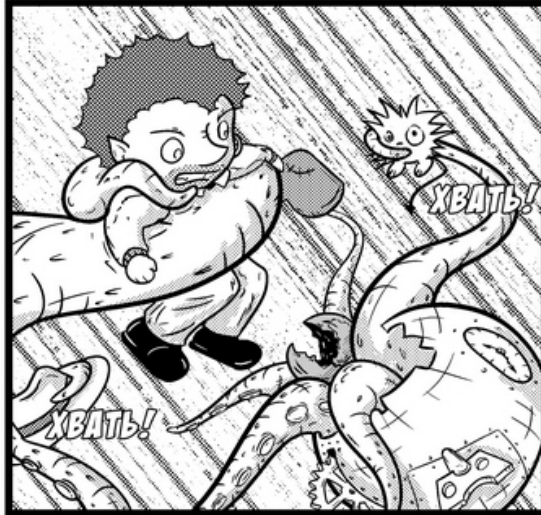
global sources



PACKINNO
包装制品与材料



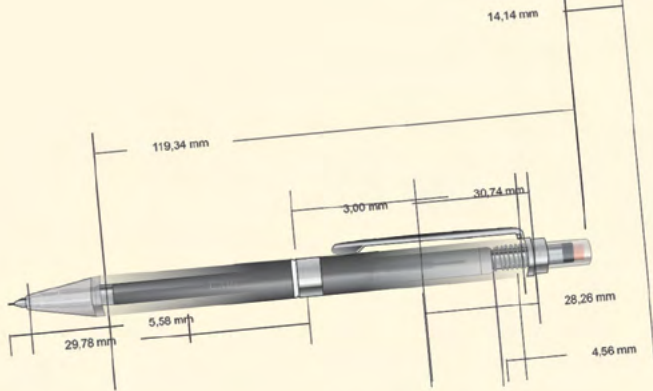
В ПРОШЛОМ ВЫПУСКЕ



Отраслевые выставки

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

НАЗВАНИЕ ВЫСТАВКИ	ГОРОД	ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ	КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
ПОДАРКИ	Москва, Гостиный двор	14-17.03.2016	www.gifts-expo.com
IPSA ВЕСНА	Москва, Крокус Экспо	15-17.03.2016	www.ipsa.ru
СКРЕПКА ЭКСПО. ВЕСНА 2016	Москва, Крокус Экспо	15-17.03.2016	www.skrepkaexpo.ru
PROMOTION EXPO 2016	Милан, Италия	16-17.03.2016	www.promotionexpo.it
СИБРЕКЛАМА	Новосибирск, ITE Сибирская Ярмарка	29-31.03.2016	www.sibreklama-expo.ru
REMADAYS KIEV	Киев, Украина	06-07.04.2016	www.remadays.com.ua
МИР КАНЦЕЛЯРИИ	Киев, Украина	06-08.04.2016	www.stationery-expo.com.ua
ISTANBUL STATIONERY & OFFICE FAIR 2016	Стамбул, Турция	06-10.04.2016	www.istanbulkirtasiyefuari.com
ДИЗАЙН И РЕКЛАМА 2016	Москва, ЦДХ	12-15.04.2016	www.design-reklama.ru
GIFTS&HOME	Гонконг	18-21.04.2016	www.globalsources.com
ЖАР-ПТИЦА 2016	Москва, ЭкоЦентр«Сокольники»	20-24.04.2016	www.nkhp.ru/firebird
GIFTIONERY TAIPEI 2016	Тайбэй, Тайвань	22-25.04.2016	www.giftionery.net
PSI PROMOTION WORLD 2016	Ганновер, Германия	25-29.04.2016	www.promotion-world.de
GIFTS & PREMIUM FAIR	Гонконг	27-30.04.2016	www.hktdc.com
REKLAMA / POLYGRAF 2016	Прага, Чехия	10-12.05.2016	www.reklama-fair.cz
CENTRAL ASIA OFFICE	Алматы, Казахстан	24-26.05.2016	www.officexpo.kz
CENTRAL ASIA REKLAM	Алматы, Казахстан	24-26.05.2016	www.reklamexpo.kz
KAZPROMO 2016	Алматы, Казахстан	24-26.05.2016	www.reklamexpo.kz
5PEXPO-2016	Москва, Экспоцентр	06-08.06.2016	www.5p-expo.com
PRINTECH 2016	Москва, Крокус Экспо	14-17.06.2016	www.printech-expo.ru



www.sailhas.ru



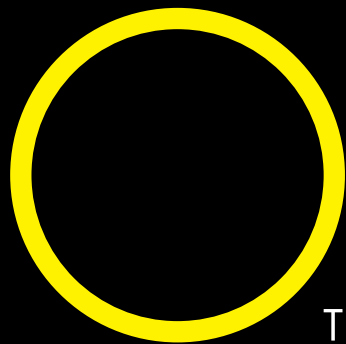
Фабрика пишущих принадлежностей "Салась" Санкт-Петербург, Беловодский пер., 7а т.(812) 3181890 info@sailhas.fi



ОФСЕТ
ПРИНТ М.



ТИПОГРАФИЯ



**ЯРКИЕ РЕШЕНИЯ
для БИЗНЕСА**



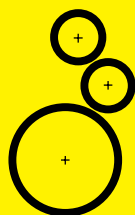
**Цифровая
печать**

55.7524, 37.5492

ЦВК «Экспоцентр», Москва,
Краснопресненская наб., 14
павильон 2, первый уровень

8 (499) 259-26-98, 795-29-72

**opm@offsetprintm.ru
www.offsetprintm.ru**



**Офсетная
печать**

#offsetprintm