

№77, март 2020 ISSN 2306-1030

ПРОФЕССИОНАЛ

РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА



БОЙ ГОДА В КАТЕГОРИИ USB GADGET

acesstyle
power

acesstyle
sound



ДАМЫ И ГОСПОДА, ДЕЛАЙТЕ СТАВКИ "БОЙЦЫ" НА НАШЕМ СКЛАДЕ В MSK

РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ —
ПОБЕДИТЕЛИ И ЛАУРЕАТЫ 2019



ГК «ФЛЕШ ИМПЕРИЯ»
+7 (952) 741-55-10
mail@fl-emp.ru
www.fl-emp.ru



МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
КАМПАНИИ, ПРОДВИЖЕНИЕ
БИЗНЕС-МАТЕРИАЛЫ, МОЕ

28-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

Технологии и услуги для производителей и заказчиков рекламы

22-25 сентября 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

НАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МОЕ
НСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕ
ЕВ-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
КАМПАНИИ, ПРОДВИЖЕ
POS-МАТЕРИАЛЫ,
БИЗНЕС-С

Организатор:



При поддержке:



Под патронатом:



12+



Реклама



www.reklama-expo.ru

- ЕСТЬ МНЕНИЕ**
2 ВЫСТАВОЧНОЕ ДВИЖЕНИЕ
 И ВЫСТАВОЧНАЯ НЕПОДВИЖНОСТЬ
- НОВОСТИ**
4 Лента бизнес-сувенирных новостей
- 12** МЕЖДУНАРОДНЫЕ НОВОСТИ
- 5 ВОПРОСОВ МАПП
 ПРОФЕССИОНАЛУ**
16 Рекламные агентства. Дилеры
- 18** ВЫСТАВКИ
- ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ**
24 Открыт приём заявок на конкурс 2020
26 Церемония награждения — 2019
27 Гран-при конкурса — «Власта-принт»
28 Спонсоры и поддержка
29 Победители и лауреаты — 2019



27



42

- ПРЕЗЕНТАЦИЯ**
34 «Дом моды «LADA & LIZA»
36 Сладкие подарки от ArtConfi
38 ПК «КонФета»: УПАКОВКА, ПОЛИГРАФИЯ, ДИ-
 ЗАЙН
39 «Пи-Ай-Ви»: Посуда для идеальной сервировки
40 Проект «СВЕТОЗАР»: Светящиеся визитницы
 с календарём
- ИНТЕРВЬЮ ПРОФИ**
42 Так говорит Лео
- КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ
 ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ
 УСЛУГ**
50
- СРЕДА ОБИТАНИЯ**
55 «Аэрополиграфия»: Экологически безопасен
- 56** КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

ПРОФЕССИОНАЛ
 РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА

№ 77, МАРТ 2020

Президент МАПП
 Лео Костылев

Исполнительный
 директор МАПП
 Выпускающий редактор
 Галина Дроздова
 galya@iapp-spb.org

Директор отдела продаж
 Татьяна Панкова
 tanyu-mapp@mail.ru

Специалист проектов МАПП
 Мария Иванова
 maria@iapp-spb.org

Анна Монтлевич
 anna@iapp-spb.org

Секретарь
 Елена Мирошниченко
 info@iapp-spb.org

Дизайн, верстка
 Константин Никулин
 konstantiniuz@gmail.com

Корректоры
 Вера Ковальчук



Адрес редакции:
 197342, Санкт-Петербург
 Сердобольская ул., д. 64В
 +7 (812) 318 18 92
 info@iapp-spb.org

Журнал бесплатно распространяется среди участников Ассоциации МАПП, на выставках: IPSA, Подарки, Реклама, Скрепка Экспо, Дизайн и Реклама, Ладыя, БрЕХРО в г. Москве; РИДО (Экспофорум) в Санкт-Петербурге; на профильных выставках в регионах России: Новосибирске, Ростове-на-Дону, Белгороде, Красноярске, Калининграде, Уфе; на мероприятиях партнеров МАПП; на профильных выставках в странах СНГ: Казахстане, Узбекистане. По общероссийской рассылке и платной подписке.

Журнал в розничную продажу не поступает. Подписка оформляется через редакцию.

Типография «Офсет Принт М.»
 Полиграфическое предприятие на территории ЦВК «Экспоцентр» Москва, Краснопресненская набережная, 14, +7 (499) 795-29-79
 www.ofsetprint.ru

Тираж 3000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП.

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство ПИ № 2-4881 от 13 декабря 2000 г.





ВЫСТАВОЧНОЕ ДВИЖЕНИЕ И ВЫСТАВОЧНАЯ НЕПОДВИЖНОСТЬ

Прошлогодние осенние выставки опять, к сожалению, оставили двойное впечатление. С одной стороны, выставка «Реклама», которая собрала большое количество участников даже из сувенирной отрасли, сумевшая организовать интересную программу, в том числе и Церемонию награждения ежегодной премии МАПП «Держава мастеров», привлёкшая много посетителей, несмотря на то, что сроки её проведения сдвинулись аж на конец октября.

А с другой — отраслевые сувенирные выставки, одна из которых (в Санкт-Петербурге) не состоялась вообще, а другая — PSIMoskva — собрала даже меньше участников и посетителей (116 и 3377), чем за год до этого.

Печальные результаты для отрасли, которая, по мнению, небольшой, но влиятельной группы участников, динамично развивается и показывает устойчивый рост в 20–25 % в год.

Однако мудрость созерцательного Востока: «Сколько ни повторять «халва», во рту слаще не станет» — плохо работает в сувенирной отрасли. Россия, взявшая решительный курс на утилитарный Запад, питается его прагматичными истинами: «*Ложь, повторенная тысячу раз, становится правдой*» (Й. Гёббельс). Вот и повторяют, одни по глупости, а другие — с определённой целью, что сувенирная отрасль растёт год от года, не замечая или не желая замечать простых фактов: в стране, ВВП которой вот уже многие годы не растёт более чем на один процент в год, не может быть ОДНОЙ динамично растущей отрасли. Это атавизм ленинской утопической идеи о «возможности построения социализма в отдельно взятой стране». Особенно в отрасли, которая не может организовать НИ ОДНОЙ достойной выставки, нужны они ей или нет (это другой вопрос).

В прошлых номерах нашего журнала я уже приволил свои аргументы по этому вопросу, но вот совсем недавно получил ещё одно подтверждение. Один

из участников отрасли не поленился посмотреть статистику импорта шариковых ручек за 2017-й год, и оказалось, что их ввозят в страну 827 миллионов штук. Комментаторы этого сообщения высказывали осторожный скептицизм относительно «такой большой» цифры, однако у меня она вызвала лишь очередную порцию уныния. Я анализировал в последний раз таможенную статистику по ручкам в 2010 году и знаю, что тогда в Россию импортировалось около 2 миллиардов шариковых ручек. Так что и этот показатель уполовинился за последнее десятилетие. Полагаю, что с большинством остальных продуктов, активно используемых в нашей отрасли, ситуация будет весьма похожей: «Халва, халва»...

Понятно, что за последнее десятилетие цифровизация шагнула далеко вперёд, что неминуемо привело к потере популярности пишущих инструментов. Тенденция к снижению объёмов продаж ручек видна в статистиках европейских стран и США. Однако падение составляет 3–5%, а не 50, как это произошло в России.

Мы не имеем толковой статистики продаж наших изделий по категориям, несмотря на то что собрать такие данные было бы намного легче, чем посчитать оборот отрасли. Однако выяснение последнего является частью мониторинга конкурентов, а динамика популярности тех или иных изделий в масштабах отрасли не интересует никого.

Проблема слабой посещаемости выставок ведёт за собой следующую — деловая программа выставок чрезвычайно разношёрстна. В отрасли много участников, которые умеют профессионально и грамотно осветить любой из вопросов, но количество заинтересованной в этой информации публики совершенно недостаточное, поэтому многие из профессионалов отказываются от выступлений, иногда предоставляя эту возможность своим более молодым и менее профессиональным коллегам. И действительно, читать полезную лекцию двенадцати слушателям — надо быть Иисусом Христом!

Поэтому, наряду с прекрасными, а самое главное полезными выступлениями, мы слышим лекции, типа: «Мерч и диджитал», даже для понимания названия которых мало знания русского и английского языков,

но требуется ещё знание какого-то кода исключительно внутреннего употребления. Безусловно, такой код имеет право на существование в межличностном общении где-нибудь на просторах интернет-чатов и соцсетей, но никак не на конференции, где уровень подготовки аудитории невозможно предугадать. Сквозь употребление таких выражений явно просвечивает неопытность лектора. Ведь профессиональные знания о предмете изложения не делают человека профессиональным лектором.

Это тоже профессия, причём требующая специального обучения.

В ином случае получается то, что чаще всего и приходится слышать на подобных мероприятиях. Сумбурные фрагментированные, чаще всего давно устаревшие чужие мысли, а в худшем из случаев — просто безудержная и ничем не оправданная реклама своей компании.

Выражения типа: «следующий кейс — это мерч для HR», не могут быть использованы в лекциях, если, конечно, лектор хоть чуть-чуть уважает свою аудиторию. Хотя, к чести именно этого оратора, нужно отметить, что в этом году он, по крайней мере, сменил шорты и футболку на нормальную повседневную одежду. Конечно, на это по большей части могла повлиять промозглая погода московского сентября, а не изменившееся отношение к слушателям, но определённно — это шаг вперёд.

Форма одежды выступающего на конференции — это тоже не старомодные придирки. Профессионал маркетинговых коммуникаций не может не понимать, что «встречают по одежке», и если он является читать лекцию в шортах, то этим выказывает полное пренебрежение к своим слушателям.

Не все это понимают?

А нужно ориентироваться на самых невежественных?

Как известно, у бизнес-сувенирной продукции имеются определённые цели, которых заказчик с её помощью должен достигать. Представлять такой целью: «это круто» — не слишком грамотно, особенно когда лектор употребляет это выражение по поводу каждого из своих «кейсов». Я не поленился просмотреть список синонимов этого слова. Вот они все: ништяк, порядок, замечательно, прекрасно, вкрутую, жёстко, качественно, без поблажек, подходяще, изрядно, блеск, хорошо, без послаблений, важнецки, первоклассно, знатно, строго, отлично, тип-топ, отвесно, отменно, на ять, железной рукой, классно, клёво, обрывисто, здорово, законно, сурово, резко, решительно, попс, лафа, класс. Ни один из них не подходит для целей корпоративного дарения, с моей точки зрения.

А как думаете вы?

В отрасли есть человек, серьёзно поставивший себе задачу собрать ВСЕ возможные цели использования сувенирной продукции. Когда я общался с ним в последний раз, у него их набралось более восьмидесяти, однако уверен, что среди них нет такой цели, как «круто» и всех синонимов этого слова.

Выступление на конференции, с моей точки зрения, вообще не может и не должно состоять из пере-

числения случаев из собственной практики, так как это не является поучительным ни для одного из слушателей. Кому может понадобиться знание о каком-то прошедшем конкретном случае? У каждого заказчика своя цель, конкретное задание, и поэтому ничего поучительного в представлении старых работ не существует. Это же не произведения искусства! Если же это делается, значит лектор вообще не ставил себе вопроса о составе аудитории и её потребностях, а сама лекция является удлинённой версией рекламного ролика. Излишнее выпячивание себя в таком контексте, неумение определить ценность предоставляемой информации для аудитории, личная нескромность, в конце концов, совсем не помогают лектору даже в продвижении своей компании, скорее наоборот, наносят ущерб.

В итоге, из прослушанных в прошлом году выступлений на конференциях запомнилось грамотной постановкой, целевой продуманностью и тонкостью влечения в контекст интересов собственного бизнеса лишь одно — презентация на тему «Тренды электроники». И было тем более жаль, что это выступление услышали лишь пара десятков участников отрасли.

Состоялось в конце прошлого года также несколько событий, на которые я не попал. Одно из них — «Portobello». Я внимательно ознакомился с программой мероприятия и пожалел, что не смог услышать выступления Романа Пивоварова на тему «Как привить культуре любопытства и страсть к саморазвитию». Если Роман действительно знает ответы, то я бы посоветовал всем организаторам сувенирных выставок и большинству руководителей РА обязательно послушать его. Потому что из услышанного и прочитанного на тему сувенирного бизнеса в России за прошлый год я выяснил, что единственным смыслом делового подарка здесь является «круто», а заниматься предпринимательством в этой сфере — «прикольно». И поэтому ничуть не удивлён, что российский сувенирный рынок находится там, где он есть.

Пропагандируемые на конференциях и в «отраслевой» прессе (за исключением журналов «Профессионал» и «Лидер») идеи ещё раз доказывают, что для того чтобы зарабатывать деньги, во всяком случае в нашей отрасли, в обязательном порядке не требуется ни интеллекта, ни образования. То и другое является лишь дополнительным преимуществом тех, у кого они имеются.

Марк Твен, будучи уже в зрелом возрасте, сказал, что страшнее невежества — уверенность в собственном знании. Я бы добавил к этому, что такая уверенность, как правило, является как раз следствием невежества. Мудрецы, как мы помним, скромно заявляли, что «знают лишь то, что ничего не знают».

Сочетание глупости с самоуверенностью — опасная для окружающих смесь, однако до тех пор, пока она остаётся достоянием самого персонажа — это проблема личная. Но как только её плоды публикуются или тиражируются где-либо, она превращается в проблему всего сообщества. Писать — такая же профессия, как учить, лечить или шить. С той лишь разницей, что плохо сшитое можно выкинуть, а недоученное и недоуленное — подучить и подлечить. С писаниной, особенно публичной, такой фокус не проходит: «что написано пером — не вырубишь топором» и не отрежешь лазером.

И всё же, если кто-то в России готов платить деньги за корпоративный подарок потому, что это «круто», то разве это не замечательно! И если кто-то там производит эти изделия просто потому, что это «прикольно», то и этому, вероятно, нужно радоваться. Не задумываясь над тем, как надолго покупателям хватит такой мотивации. В конце концов, страна большая, всегда найдётся следующая безумная жертва. Однако стоит ли об этом читать лекции или писать статьи — вопрос совсем иной. Потому что это дискредитирует не только авторов подобных воззрений, даже если они сами этого не замечают, но и тех, кто их публикует, приглашает выступать, но самое важное, всех нас — коллег по отрасли. И это уже серьёзно!



Производство ежедневников
и промосувениров с логотипом

+7(495)380-22-67

+7(495)787-35-17

www.norgispress.ru



НОВОСТИ

ДПСКАНЦ И РЕБРЕНДИНГ



Производственная компания ООО «ДПС» сообщает о запуске собственной марки ДПСКАНЦ и ребрендинге логотипа. Основной задачей на 2020 год мы определяем для себя работу по развитию марки и расширению её присутствия на канцелярском рынке.

Запуск собственного бренда для канцтоваров не отразился на сотрудничестве с рекламными агентствами и корпоративными заказчиками, полиграфическими производствами, которым мы поставляем миллионы курсоров для календарей под собственной широко известной маркой ДПС (DPS).
ООО «ДПС» Российское производство: офисные и школьные товары, школьные обложки
www.dpskanc.ru

ОРГАНАЙЗЕР С ЗАРЯДКОЙ И ФЛЕШКОЙ



Презентабельный органайзер формата А5 выполнен из высококачественного текстиля и экокожи. Закрывается на магнитную кнопку,

к которой прикрепляется флешка. Карманы для бумаг и карт пришиты эстетичным и крепким швом. Блок для бумаги закреплён на механизме с кольцами. Эта система позволит с лёгкостью поменять исписанные листы.

- Беспроводная зарядка.
- Внешний аккумулятор 8000 mAh.
- Адаптеры для зарядки различных смартфонов.

ГК «Флеш Империя»
www.fl-emp.ru

ДОЖДЕВИК CLASSIC RAIN JACKET



В нашем ассортименте появилась ещё одна складская позиция — новая модель дождевика шведского производителя, с продуманной посадкой и высококачественной

фурнитурой. Особенности модели — прорезиненная ткань с полностью герметичными швами. Любая индивидуализация.

ООО «ФОКС групп»
www.colourtex.ru

БЕЙДЖИ БИЗНЕС — ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА ОТКРЫТОМ ВОЗДУХЕ



Бейджи состоят из двух частей: верхняя часть, на которую мы наносим логотип, может быть белого, серебряного или золотого

цвета; нижняя часть вставляется в верхнюю часть бейджа и изготовлена из прозрачного жёсткого прочного пластика. Нижняя часть предназначена для сменной информации и надёжно защищает бумажную вставку с именем в любую непогоду.

Бейдж Люкс
www.unistorus.ru

ЛИТЕРАТУРНЫЕ БЛОКНОТЫ С ПЕРСОНАЛИЗАЦИЕЙ



Компания «Власта», известная на рынке как «блокнотная типография», издала под торговой маркой «Литератур» новую линейку блокнотов, в которых «зашиты» разные литературные истории. Блокноты можно персонализировать: логотипом компании и даже индивидуальным текстом на каждом экземпляре. В новой линейке — блокноты

разных ценовых групп: от бюджетных до ВИП. Персонализация делается с помощью наборного штампа тиснением фольгой или «слепым» тиснением. А если у вас достаточно компетенций, то вы в сотрудничестве с нами можете создать свой контент и выбрать понравившийся конструктив блокнота. **«Власта-принт»**
www.vlasta-print.ru

БИЗНЕС-БЛОКНОТЫ BLOGGER



Теперь они доступны в любом цвете из нашего каталога материалов. Вы можете заказать блокнот, сделанный в соответствии с корпоративными цветами компании, а также дополнить аксессуарами, нанести логотип. Бизнес-блокнот — хороший подарок для клиентов и партнёров. Мы производим ежедневники и бизнес-канцеля-

рию по индивидуальным макетам более 20 лет. Приглашаем к сотрудничеству рекламные компании! Каталоги переплётных материалов и образцы продукции мы предоставим бесплатно, по запросу на электронную почту sale@norgispress.ru. **Компания «НоргисПресс»**
www.norgispress.ru

БОРЖОМИ В АКРИЛЕ



Предметы в акриле выполняются с применением сложной технологии послышной заливки в формы. После многоступенчатого температурного отверждения изделия шлифуются и полируются вручную. Метод заливки позволяет окрашивать слои или всё изделие целиком, размещать объекты на разных уровнях. Окрашивание производится с применением прозрачных или плотных пигментов. Персонализация наносится методом цветной УФ-печати, лазерной гравировки или металлического шильда с лазерной гравировкой. В этом изделии мы показываем наши концептуальные возможности. Каждый запрос рассчитывается индивидуально. **Студия «3D-Art Steklov»**
www.artsteklov.ru



СТИКЕРЫ и стикерпаки



на листе и отдельно на бумаге и на полимере

с лаком и фольгой с ламинацией и без

100 стикерпаков А6

2550₽

1000 круглых наклеек 50 мм

3148₽

ПРЯМОЙ ПОСТАВЩИК СУВЕНИРОВ

ЧЕХЛЫ



ДЛЯ ОБУВИ

СКРЕПКИ



ЛЕВИТИРУЮЩАЯ
ЛАМПА



FLASH-КАРТЫ
любой формы



с функцией
беспроводной зарядки



БЕСПРОВОДНЫЕ
зарядные устройства

БИОПАКЕТЫ ПО ЦЕНЕ ОБЫЧНЫХ

Акция приурочена ко Дню экологии и продлится до 5 июня 2020 года. Это самый простой способ проявить заботу об экологии и социальную ответственность вашего бизнеса!

Минимальный тираж — от 100 шт. Пароль при заказе: «Экология».

ГК «АЭРОПОЛИГРАФИЯ» пакеты с логотипом, сувениры.

www.pakety-logotip.ru



НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ ГОТОВЯТ С ВЕСНЫ



Несмотря на то что впереди лето, мы уже готовимся к новому году!

Участвуем в тендерах и составляем новогодние коллекции корпоративных подарков. Оставьте свой запрос на разработку индивидуальных подарков к 2021 году вы можете уже сейчас.

МОСКОВСКИЙ ДОМ ПОДАРКОВ
www.mospresents.ru

ДИЗАЙНЕРСКИЕ ГРАФИНЫ — ЛУЧШИЙ ПОДАРОК!



Предлагаем оригинальную идею подарка, который по-настоящему запомнится. Он пригодится всем, потому что полезен в каждом доме и офисе. Это дизайнерские графины @gotovim.vodu, которые заряжают питьевую воду позитивными эмоциями.

9 цветов (подойдут под любой интерьер). Графины предназначены для всех, кто любит

интерьерные композиции и постоянно ищет что-то новое, чтобы украсить дом или офис.

Коллеги и партнёры будут по-настоящему обрадованы такому подарку! Это гораздо интереснее простого стеклянного кувшина. Какими положительными эмоциями вы хотите зарядить близких людей — решать вам!

ООО «Солнечная вода»
www.gotovim-vodu.ru

8-800-333-4-66-5
www.EffectPress.ru

КАРТЫ ИЗ КАРЕЛЬСКОЙ БЕРЕЗЫ

Настенные подарочные карты из карельской березы станут украшением любого рабочего кабинета. Это отличный подарок для любителей родного края, путешественников, туристов, любителей странствий, рыбаков и охотников. Возможно изготовление персонализированных карт под заказ.
«Карельские мастера»
www.karelmaster.ru



ОТКРЫТКИ К ДНЮ ПОБЕДЫ



Мы подготовили большую коллекцию корпоративных открыток к 9 мая. Открытки продаются в разобранном виде (открытка, вкладыш, конверт и декоративные элементы выдаются отдельно). Сборка до вида, как на сайте, производится самостоятельно. Возможно оформить заказ со сборкой (услуга платная).

Оборудование для лазерной резки позволяет нам вырезать ажурные элементы открыток. Всегда в наличии большой ассортимент базовых моделей, готовых к нанесению логотипа и текста в кратчайшие сроки.

Компания «ТПК Юнита»
www.unita-cards.ru

ШИЛЬДЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Металлические шильды на ляссе для ежедневников, записных книжек, блокнотов. Производятся в России и из российского сырья. Возможно изготовление любой формы, толщины и цвета. Поверхность шильда можно сделать матовой или глянцевой. Варианты персонализации: метод лазерной гравировки, тампонной печати или УФ-печати. Изготовление от 3-х рабочих дней и от 1 шт.

LEDD Company
www.ledd.ru
www.usb2b.ru



3D Avtozavod

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

Выбор тех, кто ищет надёжного партнёра в производстве сувениров из металла.

Корпоративные подарки
Награды и призы
Фигурки и статуэтки



г. Москва
+7(495)542-73-18
avtozavod3d.ru

EURO TEX^{BD}



ТЕКСТИЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ДЛЯ ПРОМОАКЦИЙ И СПОРТА

ПРОИЗВОДСТВО: БАНГЛАДЕШ

«EUROTEX BD»

БП Румянцево, г. Москва
+ 8 (800) 301-31-34
+7 (966) 381-67-27
eurotex1@mail.ru
etx1@bk.ru

WWW.EUROTEx.ME

НОВОСТИ

УПАКОВКА С «НУЛЯ» И «ПОД КЛЮЧ»



Создадим экономичную, красивую, экологичную и практичную упаковку. Начать можно с образца и сделать тираж от одного изделия. Для персонали-

зации упаковки работает цех шелкографии, слепого тиснения и тиснения фольгой. Мы ламинируем бумагу и картон, работаем с пластиком и материалами, заменяющими кожу. На складе готовой продукции всегда есть выбор коробок, пакетов из дизайнерских бумаг разного размера и цвета.

ПК «КонФета»
www.kon-feta.ru

БЕЙСБОЛКИ ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ



Планируете рекламную акцию или мероприятие? Воспользуйтесь нашим предложением! Предлагаем два варианта: бейсболка из 100 % хлопка, средней плотности 180–190 гр/м². Цвета: белый, оранжевый, светло-зелёный, чёрный, жёлтый, тёмно-серый, красный, ярко-синий. И бейсболка-велюр из 100 % хлопка, плотность 260–270 гр/м². Цвета: светло-зелёный, светло-серый, бежевый, чёрный, тёмно-серый и ярко-синий.

Компания «ЕВРОТЕКС ПЛЮС»
www.eurotex.me

ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА



Конечно же, чашечка бодрящего кофе утром, подставка под чашку, чтоб не испортить стол, ручка, карандаш, парочка рекламных магнитов, ежедневник и электронные гаджеты. Если вам нужен имидж, приходите за ним в Шёлковую Сову!

РПК «Шёлковая Сова»
www.sovasilk.ru

Что нужно для повседневной жизни современного делового человека?

ПУТЕШЕСТВИЕ В СТРАНУ ЧУДЕС ОТ «МОХИТО»



Путешествие в Страну чудес — это новая концепция комикс-календаря Бюро проектов «Мохито». Агентство переложило

сказку Льюиса Кэрролла на современный лад, где в качестве главной героини выступает PR-менеджер Карина. Девушка попадает в удивительную Страну чудес, где переосмысляет работу и начинает по-новому смотреть на сувенирную продукцию.

Бюро проектов «Мохито» обращает внимание на типичные ситуации в работе менеджера и агентства, подчёркивая, что выход есть из любой ситуации. **Бюро проектов «Мохито»**
www.mojito-spb.ru

СОВРЕМЕННЫЙ ПРОМО-СУВЕНИР ДЛЯ РЕКЛАМЫ НА СМАРТФОНЕ!



Смартфон — это устройство № 1 сегодня. Поэтому лучший сувенир для рекламы на смартфоне — это салфетка-стикер iStick с вашим логотипом. Назначение:

- очищает экран от следов пальцев и других загрязнений;
- крепится на заднюю панель смартфона, и логотип вашей компании ВСЕГДА на глазах у кли-

ента и партнёра;

- бюджетный подарок, который с удовольствием используется.

Высокая скорость — 3–5 дней! Количество — от 100 до 10 000 шт. и больше! Закажите тестовый образец салфетки-стикера iStick с логотипом вашей компании!

«МагикВэй.ру»
www.imagicway.ru

РЮКЗАКИ С ФЛУОРЕСЦЕНТНЫМ РИСУНКОМ



Мода циклична, и уже сейчас заметен тренд на рюкзаки-мешки. Большинство таких рюкзаков совсем неприметно, а наши оригинальные рюкзаки — с яркими флуоресцентными рисунками! Тканевые сумки-рюкзаки можно использовать как женскую сумку, они прекрасно сочетаются с парой джинсы — футболка, и в качестве спортивного рюкзака,

дополнив им свой образ на пробежке, пикнике и в походе. Рюкзак шит из прочнейшей синтетической ткани с нанесением стойкой флуоресцентной краски и прослужит долгие годы. Закажите яркий рюкзак с флуоресцентным принтом прямо сейчас для себя или в подарок!

Ателье Марины Чистойвой
www.best-uniform.ru
www.vyshivka-moskva.ru

РУЧКИ ИЗ ПШЕНИЦЫ

Такие рекламодатели становятся всё более популярны, их корпус изготовлен из зерноволокон и отличается от пластиковых ручек необычной расцветкой. При этом ручки из пшеницы стоят ненамного дороже, чем пластиковые. Но зато они обеспечат дарителю «вау»-эффект!

У нас можно заказать эко-ручки оптом доступными партиями и по низким ценам со склада и под заказ. Рекона Grand
www.ROSGIFTS.RU
www.ЭКОРУЧКИ.РФ



Компания «STARK-COTTON»
ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЙ ТРИКОТАЖ
ДЛЯ КОРПОРАТИВНОЙ ОДЕЖДЫ
И ПРОМОАКЦИЙ



ИЗГОТОВЛЕНИЕ ИЗДЕЛИЙ
ПО ЭСКИЗАМ И ЛЕКАЛАМ ЗАКАЗЧИКА

МОСКВА
8 (495) 984-54-30
8 (926) 574-69-31

www.spb.starkcotton.ru
www.starkcotton.ru
www.старк-коттон.рф

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
8-800-555-94-51



Студия 3D-Art-Steklov

ПРОИЗВОДСТВО ПРИЗОВОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ СТЕКЛА,
АКРИЛА, ДЕРЕВА, МЕТАЛЛА, ЛИТЬЕВОЙ СМОЛЫ



Понимаем задачи Клиента
Любим скорость
Выполняем то, что обещаем

195112 г. Санкт-Петербург, Новочеркасский пр. д.1, лит.К
www.artsteklov.ru
ВКонтакте: [artsteklov](https://vk.com/artsteklov)
Инстаграмм: [@artsteklov](https://www.instagram.com/artsteklov)
office@artsteklov.ru
+7 (812) 425-61-20
+7 (911) 284-84-84

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЧЕХЛЫ ДЛЯ ПЛАНШЕТА И СМАРТФОНА



Мы изготавливаем чехлы по индивидуальным эскизам, фотографиям и макетам не первый год и гарантируем, что конструкция футляра будет уникальной. Применение кожи, качественного кожзамениителя, меха, древесины и пластика в процессе производства позволяет обеспечить чехлам долговечность, престижный внешний вид,

оригинальность и высокие показатели защиты дорогостоящего гаджета. Чехол для планшета на заказ, выполненный нашей компанией, характеризуется приемлемой ценовой политикой, как для эксклюзивной вещи класса люкс, а также высоким качеством.
«ДЕКО Медиа»
www.deko-media.ru

ПОДУШКА-ТРАНСФОРМЕР 2 В 1



Хотите путешествовать без дискомфорта для шейных мышц? Предлагаем заказать подушки-трансформеры в дизайне, полностью соответствующем вашим вкусовым предпочтениям и стандартам качества.

Группа компаний EffectPress
www.EffectPress.ru

CARAN D'ACHE 849 BLACK CODE: МОДНАЯ РУЧКА С ПОЛНОСТЬЮ ЧЁРНЫМ ВНЕШНИМ ВИДОМ



Известный швейцарский бренд Caran d'Ache, производитель пишущих инструментов класса Luxury и Премиум, представляет новую шариковую ручку 849 Black Code с матово-чёрной отделкой. Шестигранный алюминиевый корпус, покрытый лёгким и прочным матово-чёрным лаком, идеально сочетается с хромированными чёрными деталями отделки. Пишущий инструмент выглядит невероятно стильно, просто и элегантно. Caran d'Ache 849 Black Code идёт в комплекте со стержнем увеличенного объёма Goliath, M, чёрного цвета — уже в MERLION.

Компания MERLION
www.merlion.com

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ОТ «РОСТОВСКОЙ ФИНИФТИ»



Ростовская Финифть — это не только ювелирные украшения и эксклюзивные предметы посуды. Это одно из старейших предприятий по изготовлению бизнес-сувениров и подарков премиального уровня. Вставки с финифтью преобразят любое изделие, сделают его

уникальным и неповторимым. Индивидуальные подарки по своему эскизу вы можете заказать на фабрике. Приглашаем рекламные компании к сотрудничеству.
ЗАО «Фабрика «Ростовская финифть»
www.finift-nhp.ru

РАДУЖНОЕ НАСТРОЕНИЕ



Когда носить яркую одежду, как не весной и летом? Яркие цвета в корпоративном стиле с нанесением принта и логотипа компании на футболке, рубашке поло, толстовке с дополнением образа — бейсболкой — привлекут

внимание и запомнятся. Хорошо и качественно выполненный рисунок долго сохранится, сделает одежду оригинальной и стильной. Продвигайте свой бизнес с лёгкостью!
STARK COTTON
www.starkcotton.ru
www.старк-коттон.рф

ЕЖЕДНЕВНИКИ И БЛОКНОТЫ PRODAY

Представляем новинку 2020 года — ежедневники и блокноты ProDay с магнитным металлическим клипом в виде логотипа компании. Более 200 оттенков и фактур материала для обложки, все виды персонализации. Изготовление индивидуального блока по макету заказчика. Поставка клипов производителям ежедневников и блокнотов. Складская программа с готовыми магнитными клипами под персонализацию.
Компания «Promoline Group»
www.promoline.ru



ПОЛИГРАФИЯ НА ВСЕ СЛУЧАИ

Упаковка для праздников от 1 шт., уникальная печать 3D — одиннадцатью видами фольги, выборочным лаком и белым по тёмным материалам, наклейки и стикерпаки, на которые снижены цены благодаря нашей новой плоттерной машине. Более 100 картонов и бумаг, 55 обработок и 400 готовых штампов.

Мы делаем яркие цветные картинки на бумаге хорошо и вовремя. Образцы и прайсы можно получить у наших менеджеров.

Типография «Помидор»
www.pomidorprint.ru



ТЕРМОКРУЖКА ЕЛЕРНАНТ НЕПРОЛИВАЙКА



Предлагаем качественные термокружки из нержавеющей стали и пластика, с силиконовой присоской на дне. Эргономичный дизайн, двойные металлические стенки, высококачественное нанесение логотипа, наличие на складе сделают ваш подарок своевременным и идеальным! Объем кружки — 400 мл, размер 140x38x92 мм.

РПК «Пи-Ай-Ви»
www.all4promo.ru

ПОДАРОЧНЫЙ НАБОР ИЗ МОРЁНОГО ДУБА



Представляем новинку из серии «Морёный дуб» — православный набор с иконами самых почитаемых святых в России: Казанской Божией Матери, Вседержителя и Серафима Саровского. Иконы выполнены методом гальванопластики с покрытием «бронза» и приклеены на основания из спилов морёного дуба. Необработанные края спилов

подчеркивают всю глубину, оригинальность, аутентичность, неповторимость и загадочность этого материала, пролежавшего в недрах несколько тысяч лет.

Подарочная упаковка для набора представляет собой бархатный подарочный футляр с вложенным ложементом, выполненным из мешковины.

«Ростр»
www.newrostr.ru

BEST-UNIFORM.RU

Одежда и текстиль для промоакций из флуоресцентных тканей

+7 910 412 5570
mchistova@mail.ru
best-uniform.ru



ПРЕСС-ТУР МАПП

25 –28 января 2020 г. по приглашению компании Messe Frankfurt Exhibition GmbH состоялся пресс-тур Ассоциации МАПП по трём выставкам: Paperworld, Christmasworld и Creativeworld (Франкфурт-на-Майне, Германия).

Более 3000 экспонентов из 74 стран мира в течение четырёх (а Christmasworld — в течение пяти) дней представляли свои изделия на суд профессионалов.

Компания Messe Frankfurt является крупнейшим в мире организатором выставок, и ярмарок, и массовых мероприятий с собственной выставочной площадкой, сравнимой по масштабам и расположению разве что с московской ВДНХ. В компании трудятся 2600 сотрудников, а годовой оборот составляет более 700 миллионов евро. Компания идеально горизонтально интегрирована, предоставляя своим клиентам кроме самих помещений для проведения мероприятий все сопутствующие услуги: застройку выставок, питание, услуги маркетинга. Но самое главное, что мне хотелось бы отметить особенно — это то, что владельцами компании являются город Франкфурт (60 %) и земля Гессен (40 %),



то есть предприятие, по сути, является государственным. Принято считать, что государственные компании уступают в своей эффективности частным, однако Messe Frankfurt своим примером как раз доказывает обратное. Получается, что не столь важно, каков статус владельца того или иного предприятия, важно то, насколько правильно он умеет распоряжаться своей собственностью и инвестициями.

Комментарий МАПП: МАПП благодарит Messe Frankfurt RUS за возможность посещения выставок и организацию пресс-тура.

PSI 2020 ГОДА

Глобальный центр индустрии рекламной продукции в Дюссельдорфе зарегистрировал 16 367 посетителей из 81 страны (в предыдущем году: 17 602). Факт, что выставка не достигла рекордных показателей, был как бы сейсмографической реакцией на ухудшающуюся рыночную ситуацию в некоторых отраслях, например в автомобильном секторе. Он традиционно входит в число крупнейших заказчиков.

Ежегодный объём продаж рекламной продукции в Европе составляет 14,9 млрд евро — согласно исследованию Techconsult «Анализ структуры отрасли 2017–19». Исследование показывает: более трети от общего объёма продаж в Европе приходится на микрокомпании, в которых работает менее десяти человек. Таким образом, вместе с крупными предприятиями, на которых работает более 250 человек, эти микрокомпании являются основным источником дохода для сектора. Вместе они составляют более половины оборота.

Комментарий МАПП: Полный текст статьи «Финальный отчёт о выставке PSI 2020 года» читайте на www.iapp.ru в разделе «Международные новости»



PRODIR: QS STONE ВЫИГРАЛА ПРЕМИЮ ВРМА

Серия ручек QS Stone (Камень) швейцарского производителя Prodir выиграла платиновую премию в категории «Рекламная ручка года» (Promotional Pen of the Year) на ежегодной премии Британской ассоциации рекламных товаров (ВРМА). На 60 % меньше пластмассы и на 50 % больше веса, QS Stone производится на 100 % в Швейцарии в соответствии со строгими экологическими нормами страны. Корпус ручки сделан из обогащённого минералами материала, доступен в восьми минеральных тонах, включая графит, серебро, медь, золото, а также карбон, красный кварцит, кобальт и белый доломит. Элегантный дизайн QS Stone доступен для моделей QS01, QS20 и QS30.

Создав прекрасный пишущий инструмент с долгим сроком службы, Prodir считает, что наиболее ответственно произведённые рекламные продукты — это те, которыми покупатели и партнёры будут пользоваться долго. QS Stone поставляется со стандартным стержнем Floating Ball®, не содержащим свинца. Качество QS Камень от Prodir вы можете взвесить в руке.

Комментарий МАПП: компания Prodir не устаёт поражать наше воображение! Каждый год — награды за творческий подход к тому, что они делают.

www.prodir.com



PF CONCEPT ИСПОЛЬЗУЕТ КОМПСТИРУЕМУЮ УПАКОВКУ



PF Concept серьёзно относится к роли ответственного производителя и ведущего поставщика посуды для напитков. Компания постоянно работает над улучшением своих продуктов и методов отделки и объявила о замене упаковки для двух своих коллекций питьевой посуды, произведённых в Европе. Отныне все заказы на Americano® и H2O Active будут упакованы в компостируемые пакеты. Это означает отход от полиэтиленовой упаковки, которая,

несмотря на возможность вторичной переработки, не перерабатывается во многих странах. Ральф Остер, управляющий директор PF Concept, комментирует: «Задача состоит в том, чтобы защитить рекламную продукцию от царапин и повреждений при транспортировке, а также защитить ваш бренд. Когда мы пытались прекратить использование пластиковых пакетов, было много альтернатив, которые предлагали меньшую защиту, чем пластиковые пакеты. Мы считаем, что новые компостируемые пакеты являются хорошим решением, которое не оставляет желать лучшего». Материал, из которого изготовлена упаковка, состоит из картофельного крахмала, не содержащего ГМО, и подходит как для бытового, так и для промышленного компостирования. Поэтому конечный пользователь может компостировать пакеты дома или утилизировать их в органических отходах. Каждый пакет поставляется с распечатанной запиской об утилизации.

Комментарий МАПП: вот как прекрасно, что в PF Concept задумываются об экологичной упаковке. Жаль только, что сами изделия, которые будут паковаться в компостируемые пакетики, остаются всё той же проблемной пластмассой...

www.pfconcept.com

SCHNEIDER ОСОБЕННО ГОРДИТСЯ ЭТИМ: ПЕРВЫЙ BLUE ANGEL ДЛЯ ШАРИКОВОЙ РУЧКИ RESO



Schneider Schreibgeräte снова получил «Голубого ангела» (Blue Angel) на недавней выставке Paperworld во Франкфурте. Шариковая ручка впервые удостоилась экологической маркировки, и Schneider особенно этим гордится. Reso — это название новой многоцветной шариковой ручки, в которой корпус изготовлен из 92 % переработанного материала. Schneider разработал новую пасту для удовлетворения высоких требований «Голубого ангела». Современный и динамичный дизайн делает Reso настоящей достопримечательностью. Шариковая ручка изготовлена экологически чистым и ресурсосберегающим способом на заводе компании на юге Германии. Доля вторичного материала была подтверждена независимым испытательным институтом. Источник сырья и, таким образом, стопроцентное использование вторичной переработки отходов также было задокументировано Европейской сертификационной компанией (EuCertPlast).

Reso оснащён большим стержнем Eco 725 с шириной линии М и может пополняться столько раз, сколько требуется. Кроме того, паста Eco 725 является несмываемой в соответствии со стандартом ISO 12757-2. Шнайдер также использует переработанный пластик для производства корпуса стержня. Eco 725 подходит в качестве стержня для Reso, а также для многих других пишущих инструмен-



тов, к которым подходят стержни G2, и является первым в мире стержнем, сделанным из вторичного сырья. В дополнение к своим свойствам Reso также отличается качеством письма — приятный, лёгкий и устойчивый поток пасты обеспечивает чистое письмо.

«Голубой ангел» является старейшим и самым известным эко-лейблом в Германии и пользуется наивысшим уровнем признания со стороны властей, лиц, принимающих коммерческие решения, и частных потребителей. Schneider была первой компанией, которая выполнила правила Blue Angel по пишущим инструментам.

Из восьми пишущих инструментов, удостоенных «Голубого ангела», семь моделей принадлежат компании Schneider.

Комментарий МАПП: такое впечатление, что европейские производители шариковых ручек начали активную кампанию по производству экологических изделий. Это, пожалуй, то, чем они будут выгодно отличаться от своих азиатских конкурентов.

www.schneiderpen.com

DREAMPEN ИНВЕСТИРУЕТ В ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ



Польский производитель шариковых ручек DreamPen установил солнечные батареи на крыше своего завода в Зелёна-Гуре (Zielona Góra). Солнечный парк, который был установлен в 2019 году, имеет общую площадь 1200 м² и состоит из 315 панелей. Мощность каждой панели составляет 320 Вт. На следующем этапе инвестиций производитель пишущих инструментов намеревается установить больше солнечных панелей, чтобы обеспечить дополнительные 100 киловатт и, таким образом, иметь возможность покрывать 90% годовой потребности в электроэнергии «зелёным электричеством» в будущем.

По собственным данным, DreamPen концентрируется на внедрении современных и экологически чистых технологий во всех областях производства и производит свою продукцию безотходно и без выбросов.

Комментарий МАПП: в России слышно лишь про закрытие подобных предприятий, что тоже, естественно, способствует экологии, однако лишь в её превозданном виде.

www.dreampen.pl

ОТМЕНА СЕРИИ ВЕСЕННИХ ВЫСТАВОК GLOBAL SOURCES 2020

Международная медиакомпания Global Sources, Гонконг, активно внедряет меры в области здравоохранения, выдвинутые Всемирной организацией здравоохранения и правительством САР Гонконг в ответ на новую вспышку коронавируса Covid-19.

В целях защиты здоровья и безопасности участников выставки, посетителей и пользователей услуг, а также по соображениям общего здравоохранения и принимая во внимание потенциальные сбои, которые могут быть вызваны для экспонентов и посетителей карантинными вопросами и ограничениями из-за различных текущих поездок, приняла трудное решение отменить серию в апреле 2020 года.

Отменены серии весенних выставок Global Sources 2020:

- Global Sources Consumer Electronics (с 11 по 14 апреля, 2020).
- Global Sources Mobile Electronics (с 18 по 21 апреля, 2020).
- Global Sources Smart Home & Appliances (с 18 по 21 апреля, 2020).
- Global Sources Home & Kitchen (с 18 по 21 апреля, 2020).
- Global Sources Fashion (с 27 по 30 апреля, 2020).
- Global Sources Lifestyle (с 27 по 30 апреля, 2020).

Медиакомпания Global Sources свяжется с экспонентами и покупателями, чтобы проинформировать их об отмене, с подробными договорённостями о следующей серии выставок Global Sources 2020, которая будет проведена с 11 по 30 октября 2020 года.

<https://www.globalsources.com>.

GIFTS & PREMIUM FAIR В ГОНКОНГЕ ОТКЛАДЫВАЕТСЯ

Gifts & Premium Fair в Гонконге, которая должна была состояться с 27 по 30 апреля этого года, отложена. Совет по развитию торговли Гонконга (НКТДС) объявил 18 февраля 2020 года, что это также относится и к другим семи выставкам НКТДС, запланированным на апрель. Кроме того, отсрочки также затронули дополнительные мероприятия, запланированные на первую половину 2020 года. Датой альтернативного проведения Гонконгской ярмарки подарков и премий (Gifts & Premium Fair) стали 25–28 июля.

Утверждается, что это решение было принято в связи с мерами правительства в Гонконге по предотвращению распространения коронавируса и обеспечению безопасности участников и посетителей выставок. Кроме того, согласно собственным отчётам, НКТДС будет внимательно следить за ситуацией и применять строгие и надлежащие меры, как только появится новая информация, или если Гонконгский центр охраны здоровья (СНП) выпустит новые инструкции.

Комментарий МАПП: страшно подумать, каких кардинальных изменений в китайской экономике, а вслед за ней и в остальном мире, требует малюсенький вирус!

www.hkgiftspremiumfair.com

ПЕРЕНОС АПРЕЛЬСКИХ ВЫСТАВОК НКТДС НА ИЮЛЬ 2020

Учитывая текущее развитие ситуации по распространению коронавируса, и в соответствии с мерами в области здравоохранения, принятыми правительством САР Гонконг, было принято решение перенести все семь апрельских выставок на лето, а именно на период с 25 по 28 июля 2020.

Выставки пройдут одновременно в Гонконгском выставочном центре Hong Kong Convention & Exhibition Centre (HKCEC):

- НКТДС Hong Kong International Lighting Fair (Spring Edition) (изначально запланировано на 6–9 апреля).
- НКТДС Hong Kong Electronics Fair (Spring Edition) (изначально запланировано на 13–16 апреля).
- НКТДС International ICT Expo (изначально запланировано на 13–16 апреля).
- НКТДС Hong Kong Houseware Fair (изначально запланировано на 20–23 апреля).
- НКТДС Hong Kong International Home Textiles & Furnishings Fair (изначально запланировано на 20–23 апреля).
- НКТДС Hong Kong Fashion Week (изначально запланировано на 20–23 апреля).
- НКТДС Hong Kong Gifts & Premium Fair (изначально запланировано на 27–30 апреля).
- Hong Kong International Printing & Packaging Fair (изначально запланировано на 27–30 апреля, выставочный центр AsiaWorld-Expo).

Спонсорские программы будут отредактированы и, несомненно, станут ещё более выгодными и привлекательными для наших байеров!

www.hktdc.com

РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА. ДИЛЕРЫ

На этот раз «5 вопросов МАПП» посвящены работе рекламных агентств. Считают ли наши эксперты эффективной сложившуюся структуру сувенирного рынка? Достаточно ли у РА функций, делающих их деятельность незаменимой? О демпинге, слабой профессиональной подготовке среднего звена. Есть ли реальная возможность на нашем рынке вести работу непосредственно от производителя (поставщика) к конечному заказчику? Какой видится идеальная структура отрасли.

1. С течением времени на сувенирном рынке сложилась чёткая структура: поставщик (производитель) — посредник (дилер, РА) — конечный заказчик. Считаете ли вы, что данная структура обеспечивает максимальную эффективность работы отрасли?



Сергей Синецын, зам. директора по развитию «Норгис Пресс», Москва www.norgispress.ru

— Да, структура достаточно эффективна. Правда сейчас появился ещё один вариант — это маркетплейсы. Возможность работать на розницу с относительно небольшой комиссией.



Ольга Харламова, ген. директор «PLUS GIFT», Москва www.plus-gifts.com

— Если конечный заказчик получает такой сервис, что продолжает из года в год заказывать сувенирную продукцию, значит он находится в цепочке с профессионалами. Все получают свои дивиденды. Я за любую цепочку профессионалов.



Максим Гагаркин, директор по развитию «Promoline Group» (Бренды l'mLeather, Goldensticker, ProDay) www.promoline.ru

— Считаю, что может обеспечить эффективную работу только в нескольких случаях: если посредник обладает минимальными производственными возможностями по персонализации, хорошим креативом и прочными дружескими связями с заказчиком... В остальном связка «продавец — покупатель» (без посредника) вполне хорошо работает при наличии быстрого интернета и навыков поиска нужной продукции.

2. Довольно часто приходится слышать или читать о слабой про-

фессиональной подготовке среднего звена (дилер, РА, посредник) продаж на сувенирном рынке. Как вы считаете, имеет ли место такое мнение и какими последствиями это грозит отрасли?

Ольга: Как поставщики мы уже несколько лет практически не работаем с РА, поскольку многие из них превратились в почтальонов, просто пересылают «сырой» запрос от клиента. Иногда до смешного — вместе с координатами клиентов.

Самое шедевральное: «Пришлите подборочку в PowerPoint, мы только цены поменяем».

Наша компания предпочитает работать с индивидуальными проектами, а подобные «подборочки» можно выгрузить с сайтов крупных поставщиков.

Сотрудники РА очень на нас обижаются. Ну что делать, если многие из них перестали выполнять свою работу, редко тесно общаются с клиентом, узнают его предпочтения, что они дарили ранее, что из этого запомнилось им и их клиентам...

Возможно, нам не везло.

Сергей: Приходится с этим сталкиваться. Явление вполне объяснимо сезонностью работы. Объём продаж за последние два месяца в году сопоставим с объёмом за предыдущие десять месяцев, не каждое агентство может себе позволить содержать постоянных сотрудников. Квалификация посредников сильно влияет на наш сектор деятельности, так как 80 % производимой продукции — это индивидуальные ежедневники, изготовленные по макету заказчика. Менеджеру, не знакомому с темой полиграфии, проще заказывать стандартные изделия из каталогов.

Максим: В целом всё зависит от продукта, который продаёт агентство. Если продукт интересный и маржинальный, то работать должны хорошо. А остальное зависит от руководства. Но, поскольку посредники в лице РА, как правило, пытаются продать всё по многочисленным запросам заказчика, отсюда и некоторая некомпетентность

персонала: надо быстро сориентироваться по новому продукту — цена, наличие, доступные цвета, возможность персонализации, скидки и другие вопросы, информацию по которым менеджер должен быстро получить и профессионально обработать.

3. Небольшое количество поставщиков ограничивает возможности конкуренции среди дилеров, оставляя им лишь ценовую её составляющую. Это порождает, в частности, демпинг. Должны ли поставщики (производители) противодействовать этому явлению? Есть ли у поставщиков, с вашей точки зрения, стратегии действий в подобных ситуациях? Как демпинг влияет на продажи в отрасли в целом?

Максим: Демпинг есть и будет всегда. Молодым и борзым надо зайти на рынок и «встать на полку», старым и стабильным надо остаться в рынке и не отстать от конкурентов. Всегда происходит борьба за клиента, особенно в нашей высококонкурентной и малобюджетной отрасли. Здесь на помощь часто приходит «фантик» — обёртка, в которую можно красиво «упаковать» любой продукт: от индивидуально разработанной упаковки или красиво оформленного визуала до раскрутки продукта в соцсети, где можно «вкусно» показать любой, даже самый обычный, продукт. Мы как оптовые производители кожгалантереи работаем и с оптом, и с розницей. И понятно, что для оптовиков у нас более выгодные условия, чем для розницы. А для розницы — РРЦ (рекомендованные розничные цены), ниже которых мы стараемся не опускаться. Всё логично: чем больше партия продукции, тем выгоднее цены. Но если речь идёт о «тираже», то боремся и с китайскими, и с подвальными производителями, пока хватает запаса прочности. Иногда, участвуя в тендерах, понимаешь, что конкуренты дают настолько низкую цену, что она по всем экономическим показателям не соответствует реальной себестоимости продукта. И это для нас всегда остаётся загадкой.

Сергей: Небольшое количество поставщиков — это миф. Дилерам просто удобнее работать с крупными компаниями, они торгуют готовыми изделиями со склада. Всё сводится к формату интернет-магазина: выбрал товар, положил в корзину, оплатил. Этот вариант более востребован, причины я уже объяснил при ответе на второй вопрос.

Демпинг между посредниками никак не влияет на производителя.

Но некоторые поставщики устанавливают минимальную планку цены для конечного заказчика.

Производитель демпинговать не может в силу довольно высокой себестоимости производства.

У поставщиков уникального товара эти проблемы не возникают.

Ольга: Продвинутые дилеры уже тоже не «ждут милости от природы». Представителей многих дилерских компаний мы встречаем на выставках в Гонконге, Китае, Европе. Они сами стараются найти сувениры для своих клиентов, зная их потребности. И если не могут поставить продукцию своими силами, то обращаются к поставщикам.

4. Сегодня во многих отраслях производители торгуют непосредственно с потребителями своей продукции через интернет, минуя множественные посреднические структуры. В нашей отрасли практически у всех крупных поставщиков имеются в штате и дизайнеры, и собственные производства нанесений. Как вы считаете, достаточно ли у РА (дилеров) функций, делающих их деятельность незаменимой? Есть ли реальная возможность на нашем рынке вести работу непосредственно от производителя (поставщика) к конечному заказчику?

Ольга: Мы являемся поставщиками сувенирной продукции. Наши клиенты — конечные заказчики. Но наша компания далека от монстров, у которых большие склады. И, конечно, эти склады нужно распродавать, без дилеров по всей стране это невозможно. Ведь не все клиенты готовы ждать по 2–3 месяца поставки из Китая. Часто подарки нужны «ещё вчера». Незаменимой деятельностью РА делает человеческий фактор и профессионализм. Если клиента всё устраивает, он редко меняет РА, даже если конкуренты будут демпинговать.

Сергей: Не скажу про всех, но у нас нет ресурсов вести розничную торговлю самостоятельно, разработка и содержание интернет-магазина влечёт за собой найм сотрудников и взаимодействие с сервисами доставки. Наиболее доступный вариант — это маркетплейсы. Что касается корпоративной продукции, как правило, у конечного заказчика комплексные запросы: от наборов сувенирной продукции до конференций и других ивентов. Если

заниматься всем этим, то в чём будет отличие от агентства?

Максим: Если у производителя (поставщика) есть производственные возможности по персонализации, то связка «поставщик-конечник» логична, т. к. она обеспечивает хороший сервис и сроки. Можно, конечно, поискать брендрование подешевле, но, как правило, поставщики со своими мощностями предоставляют довольно лояльные условия по ценам и срокам, да и сама стоимость персонализации уже приближается к нулю. Некоторые крупные компании бесплатно предоставляют персонализацию на заказанную у них продукцию. Здесь, опять же, включается фактор «фантика» — красивой упаковки и грамотной раскрутки и подачи материала, а также дружеские отношения с заказчиком.

5. Какой вам видится идеальная структура отрасли. Как выглядят идеальные продавцы и покупатели изделий корпоративной культуры?

Сергей: Это очень сложный вопрос. Мозг начинает формировать утопическую картину, где все покупатели знают, чего хотят, вносят стопроцентную предоплату и предоставляют понятное ТЗ со всеми необходимыми файлами, а поставщик — полную информацию о товаре и удобный сервис для его заказа. Формат рекламного гипермаркета интересен, но может оказаться недолговечным, так как любая крупная структура становится неповоротливой и не может быстро реагировать на изменения рынка.

Максим: У каждого игрока нашей отрасли, если это не обычный посредник между каталогом (оптовиком) и заказчиком, всегда есть креативные разработки и проверенные кейсы. Многие специально посещают международные выставки в поисках идей и решений и адаптируют их под российских потребителей. Крупные каталожные компании в этом смысле не такие гибкие — по сравнению с более мобильными рекламными агентствами. Поэтому симбиоз больших структур с широким ассортиментом продукции и маленьких компаний с креативными решениями — вполне логичная комбинация в современных условиях.

Ольга: Идеал — это когда конечный клиент доволен, сувенир с логотипом его компании «работает». А компания планирует и далее покупать и дарить подарки с логотипом.

В РАМКАХ МОСКОВСКОГО
ФЕСТИВАЛЯ ДИЗАЙНА

РЕКЛАМА 12+

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА – СУПЕР МАРКЕТИНГ

26-я ВЫСТАВКА
МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

13-15 МАЯ 2020

ГОСТИНЫЙ ДВОР, ИЛЬИНКА, 4



ПРЕМЬЕР ЛИГА

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ:

- POPAI RUSSIA AWARDS
- ВЫСТАВКА-БУТИК
«ПРЕМЬЕР-ЛИГА»

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

XXIX ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА
НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ

ЗИМНЯЯ СКАЗКА

ЦВК "ЭКСПОЦЕНТР"
М. Выставочная

16-20 декабря 2020



ОРГАНИЗАТОР



АССОЦИАЦИЯ «НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»



[ladya_zima](https://vk.com/ladya_zima)



[nkhp.ru](https://www.instagram.com/nkhp.ru) 8 (499) 124-48-10

0+

ladya-expo.ru

РЕКЛАМА

8-10 сентября 2020

Москва, ЦВК «Экспоцентр»

PSI
Russia

Международная выставка промоиндустрии

**НОВАЯ ПЛОЩАДКА –
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ!**
ДО ВСТРЕЧИ В ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

ВАША ПЕРСОНАЛЬНАЯ
ВЫСТАВКА
В ПРИЛОЖЕНИИ
www.reed.click



Загрузите в Google Play
Загрузите в App Store



@PSI.Russia

www.psi-russia.com

ОРГАНИЗАТОР:

 Reed Exhibitions®



СОЮЗ "БЕЛГОРОДСКАЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА"

БЕЛЭКСПОЦЕНТР



26-28

мая 2020

XVI БЕЛГОРОДСКИЙ
ФЕСТИВАЛЬ
РЕКЛАМЫ
& ДИЗАЙНА

Т./ф. (4722) 58-29-47, 58-29-65, 58-29-41
E-mail: belexpo@mail.ru; www.belexpocentr.ru
г. Белгород, ул. Победы, 147-а



THE 6TH INTERNATIONAL EXHIBITION FOR ADVERTISING,
SIGNAGE, PRINTING TECHNOLOGIES AND MATERIALS

6-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА РЕКЛАМЫ,
ПОЛИГРАФИИ, ТЕХНОЛОГИЙ И МАТЕРИАЛОВ



27-29
MAY/МАЯ
2020

Almaty, Kazakhstan
ATAKENT Exhibition Center
Казахстан, Алматы
ВЦ «АТАКЕНТ»



The 5th International Exhibition for
Office & School Supplies, Stationery & Creative Goods

5-я Международная Выставка
Офисных и Школьных Принадлежностей,
Канцелярских Товаров и Творчества

27-29 мая/may 2020

www.officexpo.kz

Atakent Exhibition Center, ALMATY, KAZAKHSTAN
КАЗАХСТАН, АЛМАТЫ, ВЦ «Атакент»

26
2020 года
МАЯ



Место проведения:
МВЦ «РОССИЯ - МОЯ ИСТОРИЯ»
(Санкт-Петербург, ул. Бассейная, дом 32, стр. 1)

СОЮЗ ПОЛИГРАФИСТОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
И ОРГКОМИТЕТ VI ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ФОРУМА PRINT PARK,

приглашают принять участие в деловой программе

Условия участия на www.printnewstv.ru
Заявки принимаются: printunion@mail.ru
☎ 8 921 964 0049, 8 921 931 0640

Май 2019
более 1 000 целевых посетителей

Октябрь 2018
более 800 целевых посетителей

Май 2018
более 720 целевых посетителей

Октябрь 2017
более 500 целевых посетителей



НОН-СТОП ДОКЛАДЫ ОТ ЛИДЕРОВ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО РЫНКА • МАСТЕР - КЛАССЫ ОТ ТИПОГРАФИЙ
НОВИНКИ ОБОРУДОВАНИЯ И ТЕХНОЛОГИЙ • АКТИВНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
ПОСТ ОСВЕЩЕНИЕ ФОРУМА СРЕДИ ТИПОГРАФИЙ И ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

ОФСЕТ ЦИФРА, УПАКОВКА, ФЛЕКСО, ДИЗАЙН, НОВИНКИ, ШИРОКОФОРМАТНАЯ, ТАМПО, НА НЕОБЫЧНЫХ МАТЕРИАЛАХ.

Информационные партнеры Форума:

PrintNewsTV.ru, PrintDaily.ru, упаковка, publish, ALUBEST.CRG, Полиграфия
Санкт-Петербурга
www.officexpo.kz



• НЕВСКИЙ •
ЛАРЕЦ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ
ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ

5-7

2021

ФЕВРАЛЯ

ЭКСПОФОРУМ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ПАВИЛЬОН Е

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОДАРОК
РУЧНОЙ РАБОТЫ

LARETS.EXPOFORUM.RU



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM

СПОНСОР



ГАЗПРОМБАНК



>50%
руководители компаний
**ПОСЕТИТЕЛИ
ВЫСТАВКИ**

принимают решение
о закупках

>90%

28 СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ МУЛЬТИТЕМАТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

КАНЦТОВАРЫ, ИГРУШКА, СУВЕНИРЫ, ДОМ И ОФИС, ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ

более
12680
посетителей

10-12
февраля

**СКРЕПКА
ЭКСПО**

2021

ХОББИ
ТВОРЧЕСТВО
РЮКЗАКИ • НОВЫЙ ГОД
СУВЕНИРЫ • ПОДАРКИ
РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ
ДОМ И ОФИС
ДЕТСТВО

РОСТ
ЭКСПОНЕНТОВ
С ДЕТСКОГО
И СУВЕНИРНОГО РЫНКА

35%

ПО СРАВНЕНИЮ С 2020 ГОДОМ

более
350
участников

95%

считают выставку
ключевой для
будущих
продаж

Россия, Москва, МВЦ Крокус Экспо
3 павильон, 12 зал, 1 этаж

WWW.SKREPKAEXPO.RU

+7 495 648 91 38 • expo@apkor.ru

2020 ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ

VII ВСЕРОССИЙСКАЯ ПРЕМИЯ МАПП ДЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

УЧАСТИЕ

Основное требование для участия в Премии МАПП: представленное на конкурс изделие должно принципиально отвечать лишь одному требованию — оно должно быть отечественным и 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 по праву считается российским.

ЗАЯВКА

Для того чтобы подать заявку на участие в конкурсе, необходимо:

- заполнить анкету (www.iapp.ru) на каждое изделие. В анкете необходимо заполнить данные участника, а также кратко описать концепцию изделия и причины, по которым оно, с точки зрения участника, достойно заявленной категории;
- прикрепить от 3 до 5 фотографий изделия/набора, которые вы представляете на конкурс. Внимание! Фотографии должны быть высокого качества — для последующей печати в журналах Ассоциации.
- Само изделие должно быть доставлено в Санкт-Петербург, в офис Ассоциации МАПП.

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ*

- **5500 руб.** за ОДНО представ- ляемое изделие в одну из 10 категорий. Компания может представить любое количество изделий в любых категориях. За каждое последующее изделие — скидка 10% (550 руб.)
- **7500 руб.** за ОДИН корпора- тивный набор. За каждый по- следующий набор — скидка 10% (750 руб.)
- **12 500 руб.** — Единовременный регистрационный сбор для компаний-соискателей.
- **6500 руб.** — льготный Единов- ременный регистрационный сбор в категорию «ПРОМОПРО- ДУКЦИЯ».
- Для участников МАПП — подача ВТОРОГО изделия на конкурс бесплатно.

КАТЕГОРИИ

Конкурс проводится и премии присуждаются в десяти категориях:

1. ПРОМОПРОДУКЦИЯ

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, предназначенную для массовых акций и мероприятий. Невысокая цена, универсальность потребительских свойств и творческое исполнение — вот основные критерии оценки в данной категории (кате- гория не облагается регистрационным сбором).

2. ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, которая имеет

высокий потенциал именно как медиа, с помощью которой компании доносят до контактных групп свои корпоративные ценности и создают дополнительную выгоду с помощью коммуникаций. Созидательность, целевая точность, а также оригиналь- ность подхода или самой продукции — вот основные критерии оценки в данной категории. Преимущество — экологически чистым технологиям и материалам.

3. ТВОРЧЕСКАЯ УПАКОВКА

В этой категории мы будем стараться оценить упаковку не только с точки зрения её утилитарности, но прежде всего как сопутствующее изделие, способное умножить цен- ность упакованного изделия, оттенить его необычным образом или даже соз- дать более привлекательный для по- требителя комплект. Созидательность, качество исполнения, цена — вот основные критерии оценки изделий в этой категории. Преимущество — экологически чистым технологиям и материалам.

4. МАСТЕР ДИЗАЙНА

В этой категории предполагается оценивать дизайнерские работы как конечный продукт представляю- щей 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. Твор- ческий почерк, оригинальность идеи

*Сумма взносов должна быть обязательно оплачена в полном объеме до публикации материалов об экспонатах и даты окончания приёма работ.

и профессионализм исполнения — вот основные критерии оценки в данной категории.

5. МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический 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, на творческой составляющей готового изделия, а также оригинальности исполнения и, конечно же, связи продукции с местностью её распространения. Пригодность продукции для использования в качестве бизнес-сувенира жюри будет отмечать при оценке как положительный фактор.

6. НОВОГОДНИЙ 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. Используемые для изготовления материалы, 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.

8. СПОРТИВНЫЙ СУВЕНИР

В этой категории будут оцениваться изделия, несущие символику спортивных мероприятий или их участников, а также сувенирная продукция, предназначенная для продвижения таких мероприятий. Творческая наградная продукция также может участвовать в этой категории. Аутентичность дизайнерских решений, использование оригинальных материалов, уникальность изделия — вот те основные критерии, которые жюри будет оценивать в этой продукции.

9. ОБРАЩЁННОЕ ТВОРЧЕСТВО. СУВЕНИРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРАЗДНИКАМ

Как и следует из названия категории, здесь будет оцениваться подарочная и сувенирная продукция, имеющая отношение к профессиональным праздникам. Это не означает, что изделия должны быть связаны с определённой отраслью экономики материалом изготовления или своими функциональными свойствами, но они обязательно должны иметь очевидную коммуникативную связь именно с этими событиями года.

Инновационные идеи дизайнеров, нетрадиционный подход к решениям, использование оригинальных материалов изготовления, нацеленность изделий на придание значимости конкретной профессии и труду человека, восприятие продукта как поощрения или награды за личный вклад будут теми критериями, по которым жюри будет оценивать данные изделия в первую очередь.

10. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД. ПОДАРКИ СО ВКУСОМ

В категории жюри будет оценивать не столько потребительские свойства предложенных продуктов, сколько их целевую точность, совместимость с идеей корпоративного дарения и пользовательскую функциональность: универсальность, сроки и условия хранения, аутентичность продукта. Преимущество — экологически чистым продуктам, природосберегающим технологиям изготовления и, конечно, творческому подходу к презентации изделия.

ЖЮРИ ПРЕМИИ

В 2019 г. закрытое заседание Жюри состоялось 15 августа в Санкт-Петербурге на площадке «Исторический парк “Россия — моя История”». В состав экспертной комиссии вошли представители профессионального сообщества, непосредственно занимающиеся изготовлением сувенирной продукции и активно использующие в своей деятельности презентационные изделия, организаторы выставочных мероприятий, партнёры МАПП и представители комитетов Правительства Санкт-Петербурга: «Центр развития и поддержки предпринимательства», «Городское туристско-информационное бюро».

Состав жюри определяется оргкомитетом Премии. Представители экспертной комиссии будут оценивать экспонаты по балльной шкале (где единица — высший результат). Оргкомитет подведёт итоги голосования на основе сводной таблицы бюллетеней.

СПОНСОРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

МАПП приглашает к спонсорскому сотрудничеству компании, которые готовы поддержать проект VII Премии МАПП «Держава мастеров — 2020».

Оргкомитет Премии

+7 (812) 318-18-92
info@iapp-spb.org
www.iapp.ru



**С 31 ЯНВАРЯ
ПО 8 АВГУСТА
ОТКРЫТ ПРИЁМ
ЗАЯВОК
НА КОНКУРС**



ДЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

ЦЕРЕМОНИЯ ВРУЧЕНИЯ VI ВСЕРОССИЙСКОЙ ПРЕМИИ МАПП «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ — 2019»



Осенние месяцы для российских производителей бизнес-сувениров и подарков — это не только сезон высоких продаж. Вот уже шесть лет подряд именно осенью Международная ассоциация презентационной продукции вручает заслуженные призы лидерам отрасли. Не стал исключением и этот год: 23 октября в «Экспоцентре» на Красной Пресне в рамках выставки «Реклама» состоялось награждение лауреатов VI Всероссийской премии МАПП «Держава мастеров — 2019».

Как отметил, открывая Торжественную церемонию, президент МАПП Лео Костылев, качество конкурсных экспонатов за шесть лет, прошедших с момента вручения первой Премии, существенно выросло. Более качественным стал и подход к выбору победителей: «Когда мы наблюдаем за развитием российских производителей и оцениваем их продукцию, мы сами начинаем работать более качественно.

При этом задача, которая стоит перед Экспертным жюри, с каждым годом становится всё более непростой: наградить хочется решительно всех. Когда мы шесть лет назад задумывали эту Премию, наши цели и задачи были несколько уже, чем они есть сейчас. Мы не только изучаем и оцениваем поступившие к нам экспонаты, но и делаем всё возможное, чтобы на наших горизонтах с каждым годом появлялись новые соискатели».

На призовые места Премии «Держава мастеров» в этот раз претендовали 46 экспонатов (110 предметов, объединённых в наборы или представленных по отдельности). Сбор заявок продолжался более шести месяцев. За это время свои работы на конкурс подали российские производители из десяти городов и регионов: из Москвы, Санкт-Петербурга, Красногорска и Балашихи, Саранска, Тулы, Чистополя, Семёнова, Магнитогорска и Петрозаводска.

ГРАН-ПРИ КОНКУРСА ПОЛУЧИЛА «ВЛАСТА-ПРИНТ»



«Арт-Бук» — это отрывной блок в жёсткой обложке с музейными сюжетами на выбор, недорогой и компактный сувенир, внешне напоминающий миниатюрную книгу. Девиз проекта: **«Шедевры мировой живописи рядом с вами»**. На обложках — произведения живописи из разных музеев России. На заднике Арт-Бука компания-даритель может разместить логотип или информацию о себе.

Неустанно продвигая тему культуры и просвещения, «Власта-Принт» обращает внимание: «Иногда достаточно просто написать, что компания поддерживает культуру. Такой сувенир станет ценным и приятным подарком, обогатит своего владельца и его близких духовными ценностями, которые уже создало и продолжает создавать человечество».

Дипломы и подарки были вручены Анне Танцевой, коммерческому директору типографии.

Татьяна Власова, гендиректор и основатель типографии: «Мы хотим, чтобы огромное богатство культурного наследия России стало частью повседневной жизни, уделяем большое внимание дизайну и качеству продукции и верим, что делаем этот мир лучше».

VI ПРЕМИЯ МАПП «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ – 2019»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
И СПОНСОР ЦЕРЕМОНИИ
НАГРАЖДЕНИЯ



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



СПОНСОРЫ ПОДАРКОВ



ПРЕСС-ВОЛЛ

ДИПЛОМЫ

НАГРАДНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ПАПКИ ДЛЯ ЖЮРИ



ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА



До встречи, друзья, на VII ПРЕМИИ МАПП «Держава мастеров – 2020»! www.iarp.ru



I место

Отрывной блок «Арт-Бук»

«Арт-Бук» — это отрывной блок в жёсткой обложке с музейными сюжетами на выбор, недорогой и компактный сувенир, внешне напоминающий миниатюрную книгу. Жёсткая обложка предохраняет листы от замятий. На заднике Арт-Бука компания-даритель может разместить информацию о себе или логотип.

Типография «Власта-принт», Тула
www.vlasta-print.ru

II место

Ежедневники коллекции Blogger

Коллекция недатированных ежедневников Blogger от бренда «Planova» с шариковой ручкой в комплекте: текстурные материалы, гибкая обложка, карман для ручки, расположенный на корешках ежедневников. Блок ежедневника отпечатан на тонированной бумаге высокого качества, содержит информационную часть, календарь и 240 недатированных страниц. В коллекции четыре стандартных цветовых решения. Обложка пригодна для всех способов нанесения, кроме лазерной гравировки.

Типография «Норгис Пресс», Москва
www.norgispress.ru

III место

Салфетки-стикеры для мобильных устройств

Компания «МагикВэй.ру» единственная в России занимается производством салфеток-стикеров для мобильных устройств с логотипом, которые очищают экран телефона и крепятся к задней панели. Смартфон сегодня — это устройство № 1 по используемости. Практически КАЖДЫЙ использует смартфон от 3 до 6 часов в день.

Компания «МагикВэй.ру», Санкт-Петербург
www.MONEY-PROTECTOR.RU
www.imagicway.ru



I место

Набор графинов для питьевой воды «Готовим воду»

Графины для питьевой воды сделаны из стекла. С красивой и доброй идеей. В наборе по 2 графина, на каждом из которых на трёх языках начертаны слова: «Любовь и Гармония» — красный и голубой; «Здоровье и Удача» — синий и лиловый. Всего в коллекции 9 ярких сочетаний цвета и слов-эмоций. Форма разработана по канонам золотого сечения Фибоначчи.

Компания «Солнечная вода», Магнитогорск
www.gotovim-vodu.ru

II место

Настольный Календарь

Календарь выполнен в оригинальном дизайне. Для изготовления используются натуральные материалы: дерево, картон. Ламинация софт тач обладает защитными свойствами и приятна на ощупь. Из нескольких слов формируется общая картинка календаря, которая меняется на протяжении года за счёт перестановки листов.

Компания «ЕПресс», Москва
www.EffectPress.ru



III место

Коллекция «Приключения Енотов в Porto Mare»

Игрушки представлены в нескольких размерах (20, 25, 30 см), в разной одежде, с разными аксессуарами. Изготовлены из гипоаллергенных материалов: мех искусственный, трикотаж, полое полиэфиговое волокно, полиэтиленовые гранулы, фурнитура из пластмассы. Коллекция разработана для Парк отеля (Крым).

Ателье Марины Чистовой, Моск. обл., г. Балашиха
www.best-uniform.ru
производство униформы
www.vyshivka-moskva.ru
вышивка логотипов





I место

Футляр «edges» («границы»)

Футляр изготовлен из МДФ с полированным лаковым покрытием «рояльный лак». Внутренняя отделка — контурный ложемент по форме изделия, материал — искусственная кожа премиум-класса. Персонализация — уникальная технология нанесения, металлический стикер под слоями лака. Футляр произведён по заказу Bykov's jewellery (London).

Производственная компания «Натвуд», Санкт-Петербург
www.nutwood-company.com



I место

Наградная коллекция «5 пикселей»

Коллекция из пяти наградных статуэток подготовлена специально для АйТи-события. Это пять прямоугольных форм, которые характеризуются определёнными цветами: красный, жёлтый, зелёный, синий и прозрачный, что представляет собой образ «5 пикселей». Верхний слой статуэток отлит из оптически прозрачной смолы при помощи технологии литья под давлением. Нижний древесный слой — массив и кап карагача. Ручная трёхступенчатая полировка, лазерная гравировка, цветная УФ-печать.

Студия «3D-Art Steklov», Санкт-Петербург
www.artsteklov.ru

II место

Комплект упаковки «С Новым Годом!»

В состав комплекта входит: подарочный пакет из дизайнерской бумаги с декоративными ручками; подарочная коробка с ложементом из картона и декоративными ручками; небольшие коробочки с нанесением для упаковки продукции, входящей в состав подарка. Комплект разработан для рекламного агентства.

Фабрика картонной упаковки «КонФета», Санкт-Петербург
www.kon-feta.ru

III место

Футляр «The spirit of the seas» («Дух морей»)

Концепция — подарочный футляр под авторское ювелирное изделие для владельца яхты.

Изготовлен из американского ореха со вставкой корня этого дерева, нижняя часть корпуса окрашена в чёрный цвет. Полированное лаковое покрытие — «рояльный лак». Внутренняя отделка — контурный ложемент по форме изделий и частично съёмный. Материал — искусственная кожа премиум-класса. Персонализация — уникальная технология нанесения: металлический стикер под слоями лака.

Производственная компания «Натвуд», Санкт-Петербург
www.nutwood-company.com

II место

Дизайнерские графины для питьевой воды

Дизайнерские графины из стекла для приготовления питьевой воды в двух (из девяти) цветовых сочетаниях: СИНИЙ и ФИОЛЕТОВЫЙ. На каждой графине на трёх языках начертаны слова: ЗДОРОВЬЕ и ВДОХНОВЕНИЕ. Форма графина сделана по канонам золотого сечения ФИБОНАЧЧИ.

Графины отливают на российском стекольном заводе, объём — 1 л. Персонализация возможна: на упаковке, на ярлычке с инструкцией, на пробке графина в виде наклейки с логотипом.

Компания «Солнечная вода», Челябинская обл., г. Магнитогорск
www.gotovim-vodu.ru

III место

Семёновский снегирь

Резная композиция «Семёновский снегирь» выполнена в полном соответствии с традициями народного художественного промысла, изготовлена из цельного дерева вручную. Имеет авторскую роспись в технике фонового письма. Роспись «Кудрина». Лаковое покрытие и многократный высокотемпературный обжиг делают изделие влагозащищённым и износоустойчивым. Все применяемые при производстве материалы натуральны и экологичны.

Ордена «Знак Почета» АО «ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ», Нижегородская область, г. Семёнов
www.goldenhohloma.com
www.hohloma.shop





I место
**Набор «Символы России»
из морёного дуба**

Набор из морёного дуба состоит из «Настольного прибора «Святогор»», Казанской иконы Божьей Матери, иконы Николая Чудотворца, иконы Вседержителя, а также композиций «Матрёшка» и «Яйцо Фаберже». В основании изделий морёный дуб (возраст 4500 лет +/- 140). Все изделия выполнены из металла с использованием элементов, изготовленных методом гальванопластики с покрытием золотом и ювелирными эмалями.

**Компания «Ростр», Республика Мордовия, г. Саранск
www.newrostr.ru**

II место
**«Снежинка»
на подставке**

Миниатюрные сувенирные тарелочки с ажурными краями выполнены из бисквитного фарфора. В набор входят четыре «Снежинки» на подставке с видами Санкт-Петербурга. Бисквитный фарфор выделяет белоснежная, шероховатая, матовая поверхность. В кратчайшие сроки можно нанести на фарфоровую заготовку изображение по индивидуальному дизайну.

**Фабрика Фарфора
«Скудельник»,
Санкт-Петербург
www.skudelnik.ru**



I место
Мышонок на сыре

В 2020 году талисманом будет белая металлическая крыса, поэтому мы презентуем этот новогодний сувенир в лучших традициях компании 3D Avtozavod: «Мышонок на сыре». Фигурка мышонка выполнена методом литья из белого сплава металла — мельхиора, который тщательным образом отполирован руками ювелиров до зеркального блеска. Каждый постамент в виде кусочка сыра также вручную вылеплен из керамики и покрыт жёлтой глазурью.

**Производственная компания «Автозавод 3Д», Москва
www.avtozavod3d.ru**

II место
Ёлочные шары ручной работы в сундучке

Стеклянные ёлочные шары с художественной росписью выдуваются и расписываются вручную умелым мастером-стеклодувом. Сундучок изготовлен из берёзового шпона высшего качества. Наполнение — декоративная древесная стружка «Натуральное дерево».

**Фабрика ёлочных украшений ручной работы и корпоративного подарка
«Ele Gifts», Санкт-Петербург
www.Elegifts.ru**



III место
**Часы офисные «Сказка»
и ручка**

Часы изготовлены вручную из цельного куска древесины лиственных пород. Также расписаны вручную именитыми мастерами. Лаковое покрытие и многократный высокотемпературный обжиг делают изделие влагозащищённым и износоустойчивым. На каждом изделии имеется подпись автора росписи. Упаковка выполнена из брендированного картона.

**Ордена «Знак Почета»
АО «ХОХЛОМСКАЯ РОСПИСЬ»,
Нижегородская область, г. Семёнов
www.goldenhohloma.com
www.hohloma.shop**





I место Игра «Русское Лото» в ларце

Игра полностью изготовлена из массива и шпона карельской берёзы, покрыта лаком.

Крышка ларца украшена сложным мозаичным орнаментом из ценных пород древесины, инкрустирована небольшими деталями из натурального перламутра. На внутренней стороне крышки выгравированы знаменитые «кричалки» — народные названия чисел бочонков «Русского Лото». Каждый бочонок хранится в отдельной лузе в верхнем ярусе ларца вместе с льняным мешочком. Нижний ящик используется для хранения карточек (24 шт.) и фишек (монеток). Общий вес лото с упаковкой: 15 кг.

Компания «Карельские мастера», Петрозаводск
www.karelmaster.ru

II место Блокнот «Вторая масонская тетрадь»*

Блокнот из серии литературных блокнотов сделан по мотивам одной из 18-ти рабочих тетрадей Пушкина, которая получила у пушкинистов название «вторая масонская тетрадь Пушкина». На 11-ти страницах блокнота размещены автографы и 22 рисунка поэта, приложена брошюра с пояснениями, в них рассказ о Пушкине — через его рисунки, пометы на полях и автографы. Обложку (экокожа) можно персонализировать.

Типография «Власта-принт», Тула
www.vlasta-print.ru

* Оригинальные тетради А. С. Пушкина хранятся в Санкт-Петербурге в Пушкинском доме.

III место Часы каминные с функцией календаря «День-ночь»

Каминные часы предназначены для постоянной эксплуатации в помещении при температуре от 5 до 40 °С и относительной влажности воздуха не более 80 %. Циферблат может быть изготовлен под заказ, на него, как и на корпус часов, можно нанести логотип. Срок службы: 10 лет.

**Чистопольский часовой завод
«НЕПТУН»**
www.neptun-watches.ru



I место Сувенирная тарелка «Чемпионат России по пахоте»

Тарелка с объёмным изображением отлита из смолы, материал покрытия — чёрнёная медь, создана специально к Чемпионату России по спортивной пахоте. Концепция изделия предполагает быстрое и качественное изготовление сувенирных тарелок к любому спортивному мероприятию.

Компания «Ростр», Республика Мордовия, г. Саранск
www.newrostr.ru





I место

Набор «Повара и кулинары»

Набор включает в себя фартук с вышитой монограммой, кофр/чехол для одежды и ножей, брошь колпак, шарж/портрет в технике «вышивка». Ведь работа повара сходна с талантом юмориста — в том и в другом случае важно в точности знать, сколько добавить соли, специй, масла и уксуса. Статусная брошь в виде колпака — белоснежная эмаль и золотая подводка, понятный знак профессиональной принадлежности.

Ателье Марины Чисовой, Моск. обл., г. Балашиха
www.best-uniform.ru производство униформы
www.vyshivka-moskva.ru вышивка логотипов



I место

Конфеты ручной работы

Конфеты ручной работы — это эксклюзивная продукция для настоящих ценителей шоколада. Они изготовлены по уникальной рецептуре: все компоненты натуральны, различный эксклюзивный вкус, оригинальный дизайн и, конечно же, высшее качество! С помощью пищевого принта и какао-масла логотип наносится на каждое изделие. Для каждого заказа мы создаём индивидуальный концепт упаковки с фирменной символикой компании.

Кондитерская мастерская «АртКонфи»,
Моск. обл., г. Красногорск
www.artconfi.ru

II место

К Всемирному дню фотографии: Карл Булла

Подарочное издание Фотомонография: «Первый русский фоторепортёр Карл Булла» издана к 160-летию основоположника российского фоторепортажа (1855–1929).

510 иллюстрированных страниц, суперобложка, серебряный обрез и внутреннее оформление монографии делает её элитным подарком, который оценят и фотографы, и любители, и профессионалы, и ценители этого вида искусства.

Типография «Дитон», Санкт-Петербург
www.diton.ru



III место

Награда лучшему менеджеру

Награда отлита из оптически прозрачной смолы с включением объектов из металла. Технология заливки позволяет: производить изделия с довольно большой толщиной; размещать объекты на разных уровнях; окрашивать слои или всё изделие целиком. Опыт работы дает возможность заливать такие материалы, как бумага, дерево, металл, радиодетали, метизы и др. Персонализация: шильд из нержавеющей стали с лазерной гравировкой включён в общую композицию. Возможно нанесение поверхностной цветной УФ-печати.

Студия «3D-Art Steklov», Санкт-Петербург
www.artsteklov.ru



II место

Промоледенцы с логотипом

Леденцы с сюрпризом — это необычные сладости различных форм и вкусов. Секрет кроется в тайном послании, которое можно увидеть, съев верхний слой изысканного шоколада. Послание может содержать ваш логотип, QR-код и многое другое. Мы можем нанести любое съедобное изображение на сахарную глазурь. Леденцы могут быть любых размеров и форм, возможны с сахаром и без сахара, с натуральными ароматизаторами и красителями.

Кондитерская мастерская «АртКонфи»,
Моск. обл., г. Красногорск
www.artconfi.ru



III место

Карамельная Новогодняя ёлка

Каждая фигура — это продукт ручной работы, совершенно уникальный сувенир, который может быть украшен логотипом и выполнен по индивидуальному заказу. Ёлочка изготовлена: из карамели с использованием изомальта (низкокалорийный сахар); марципанового Деда Мороза (миндальная мука, сахар); леденца с логотипом в форме коробки с подарками (сахар, патока, изомальт, вода, краситель, ароматизатор).

Кондитерская мастерская «АртКонфи»,
Моск. обл., г. Красногорск
www.artconfi.ru





16 НОЯБРЯ —
ДЕНЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ!
 ПРИСОЕДИНЯЯСЬ К ИНИЦИАТИВЕ МАПП
 «ПОКУПАЙ РОССИЙСКОЕ»,
 ВЫ ПОДДЕРЖИТЕ
 РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ!

ДОМ МОДЫ LADA&LIZA

Новая мануфактура АО «Хохломская роспись» — Дом моды «LADA&LIZA» сохраняет исконный художественный промысел, развивает его, делает модным и современным, даёт хохломе новую жизнь. Традиционная хохломская технология, современная фурнитура, шёлк, дерево, полудрагоценные камни, кораллы и жемчуг — все это воплощено в коллекциях Дома моды.

Продуктовая линейка включает такие изделия, как шёлковые платки, сумочки и украшения из дерева и кожи с инновационной ручной росписью, выполненные по технологии классической хохломы. Сумки и украшения изготавливаются из древесины лиственных пород вручную по дизайнерским эскизам. Над каждой вещью работают стилисты и дизайнеры, потом её расписывают заслуженные художники. Ручная роспись одной сумочки занимает не менее 60 дней, на каждом изделии стоит авторская подпись.

Дом моды представляет коллекцию под названием «Сказки для LIZA&ELIZA». Богатство фантазии, красота природы, сила духа, вера в добро и широта русской души — всё это можно найти в сюжетах рус-

ских волшебных сказок, вдохновивших художников. «Сказка о царе Салтане», «Золотой петушок», «Конёк-горбунок», «Аленький цветочек», «Снегурочка» стали художественной основой для уникальных орнаментов, украсивших сумочки, шёлковые платки, браслеты, серьги и ожерелья.

Оригинальность композиции и построения орнамента заключается в стилизованных образах героев сказки, в том, как они вписаны в платочный принт. В создание рисунка было вложено всё мастерство и умение; мы сосредоточились на новой и ранее не используемой технике, это и послужило фундаментом для создания пяти великолепных платочных принтов, подобных которым ранее не было. Авторские рисунки построены на геометрии, просматриваются сказочные, изысканные цветовые решения, хохломской растительный орнамент расположен по периметру композиции, как бы её обрамляя; художники постарались выразить это в своих произведениях, и у них замечательно получилось.

НАШИ ВОЗМОЖНОСТИ:

- изготовление эксклюзивных изделий с авторской росписью;
- разработка уникальных принтов по индивидуальным техническим заданиям заказчика.

Дом моды «LADA&LIZA» приглашает к сотрудничеству компании, мультибрендовые бутики в России и за рубежом. Мы готовы рассмотреть индивидуальные формы сотрудничества с организациями, которые смогут представить изделия бренда на своих площадках. Также предлагаем варианты коллаборации крупным брендам и производителям, выпускающим аксессуары и сувениры.

www.goldenhohloma.com
www.lada-liza.com



ГОТОВИМ
ВОДУ

ДИЗАЙНЕРСКИЕ ГРАФИНЫ
ИЗ БЛАГОРОДНОГО СТЕКЛА
ДЛЯ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ



ОТЛИЧНЫЙ ВЫБОР ДЛЯ СЕБЯ И ВСЕЙ СЕМЬИ,
А ТАКЖЕ ОРИГИНАЛЬНЫЙ И ПОЛЕЗНЫЙ ПОДАРОК

gotovim-vodu.ru

8 (800) 550 17 45

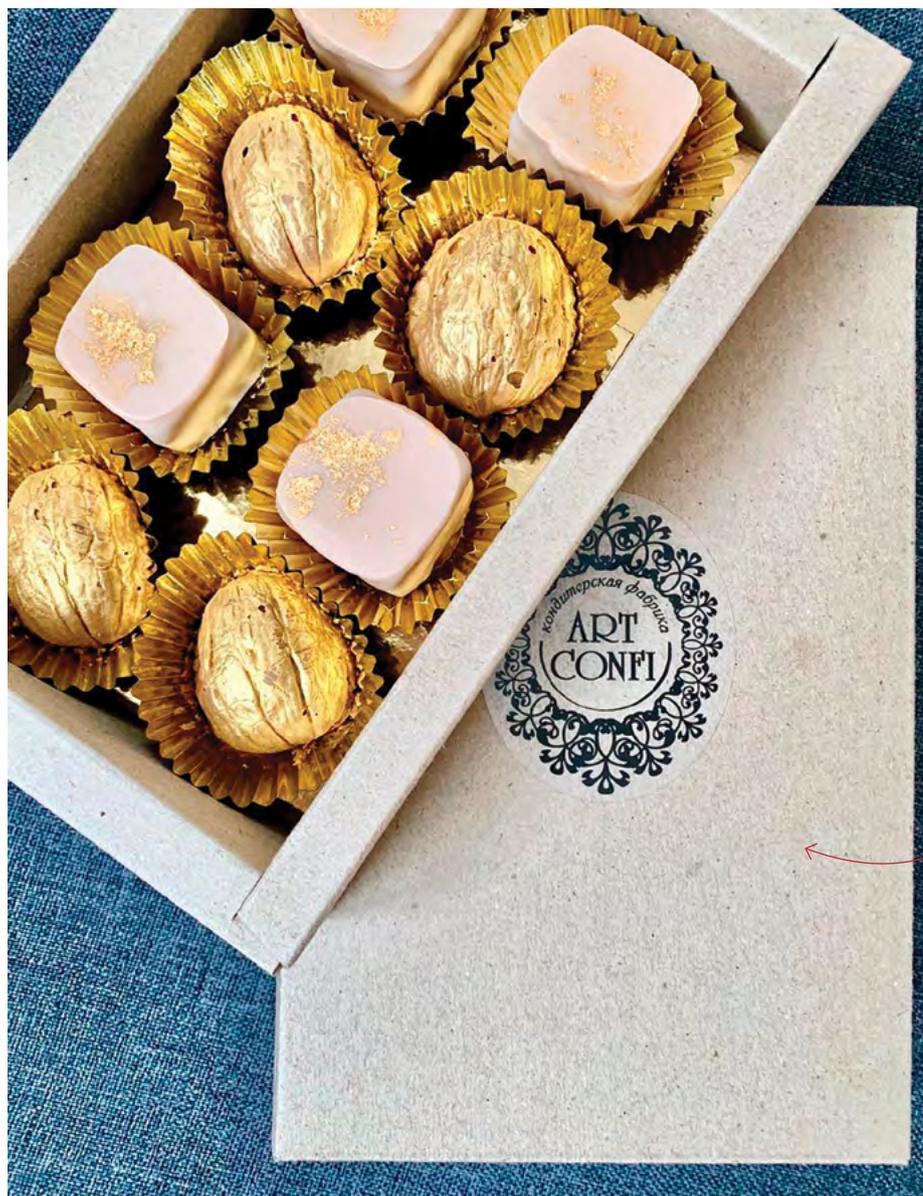


16 НОЯБРЯ —
ДЕНЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ!
 ПРИСОЕДИНЯЯСЬ К ИНИЦИАТИВЕ МАПП
 «ПОКУПАЙ РОССИЙСКОЕ», ВЫ ПОДДЕРЖИТЕ
 РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ!

I, II И III МЕСТО В КАТЕГОРИИ «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД»

СЛАДКИЕ ПОДАРКИ ОТ ARTCONFİ

Кондитерская мастерская «АртКонфи» создаёт брендированные сладости ручной работы с 1997 года. В ассортименте мастерской — карамель, марципан и все виды шоколада: чёрный, молочный, белый, авторский ремесленный, диетический без сахара и веганский.



Коробки конфет с логотипом. Кондитерская мастерская поможет изменить в привычной коробке конфет буквально всё: её внешний вид и цвет, форму конфет и вкус. Таким образом можно не просто подарить коробку конфет, а сделать её уникальной...

Сами конфеты создаются вручную, при их создании используется швейцарский шоколад: молочный, горький или белый. Необязательно заказывать конфеты с одной начинкой, можно индивидуализировать и разнообразить вкусы! Опытные кондитеры придадут конфетам любую нестандартную форму, добавят несколько начинок, и вы получите оригинальную коробку конфет с большим разнообразием вкусов.



Леденцы с логотипом идеально подойдут для мероприятия или welcome-зоны. Сам вкус леденца можно выбрать из огромного ассортимента каталога мастерской. На сегодня это единственная на рынке сладких сувениров компания, которая предлагает двойную печать на леденцах. Теперь можно нанести картинку не только на сам леденец, но и напечатать её внутри. Двойная печать является новинкой, и каждый, кто попробовал такой леденец, останется доволен его необычным исполнением. Печать наносится специальным принтером с пищевыми красками.



Шоколадные корзины с цветами — яркий и элегантный подарок ручной работы. Сама корзина сделана из швейцарского шоколада: белого, горького или молочного. Цветы выполняются из карамели. Профессиональные кондитеры исполнят заказ по эскизам или создадут оригинальные живые цветы любого вида, например тюльпаны, розы, лилии или ландыши. Многие из цветов ими уже воссозданы в карамели. Каждая шоколадная корзина упаковывается в персонализированную коробку, чтобы при вручении подарок выглядел ещё более презентабельно.



Сладкие фигурки. Это фигурки любых форм и конфигураций из швейцарского шоколада, карамели или марципана. Каждый силуэт разрабатывается кондитерами вручную, с учётом фирменного стиля компании. Уникальность состоит в том, что в мастерской изготовят изделие по фотографии человека или разработают индивидуальный тематический дизайн: спорт, профессиональные праздники, юбилейные события и торжества... Размер фигурки может быть от самой небольшой до метровой скульптуры. Каждое готовое изделие бережно упаковывается в индивидуальную упаковку и украшается.



Благодаря использованию качественных и натуральных ингредиентов изделия мастерской запомнятся не только оригинальностью, но и неповторимым вкусом.
Кондитерская мастерская «АртКонфи»
+7 (926) 676-18-83
www.artconfi.ru



16 НОЯБРЯ —
ДЕНЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ!
 ПРИСОЕДИНЯЯСЬ К ИНИЦИАТИВЕ МАПП
 «ПОКУПАЙ РОССИЙСКОЕ», ВЫ ПОДДЕРЖИТЕ
 РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ!

УПАКОВКА, ПОЛИГРАФИЯ, ДИЗАЙН

Создание упаковки — процесс творческий и лежит на стыке полиграфии, рекламы и дизайна.



Но далеко не факт, что обращение в вышеперечисленные организации снимет все вопросы, станет панацеей от всех сложностей и невидимых преград и сэкономит нам как временные, так и финансовые ресурсы.

Как найти организацию, где всё сделают под ключ? Помогут создать макет упаковки, помогут разобраться с материалами, способами оформления и сделают всё не только качественно, но и недорого. Ведь одно дело упаковать, например, мыло или пакет с гвоздями и совершенно другое — сервиз из 24-х предметов, пробирки с препаратами или кольцо, серьги и кулон. Да и при создании коробочки для мыла может возникнуть масса вопросов. Задачи, которые мы предъявляем к упаковке, чрезвычайно многочисленны и разнообразны.

Кто-то просит сделать упаковку для шубы, а кому-то надо упаковать и правильно преподнести пакет рекламных или финансовых услуг. И очень хорошо, когда на одном предприятии можно заказать не только папки с материалами для конференции, но и демонстрационный футляр с образцами кафеля, ведь это тоже упаковка.

В данном контексте перед специалистом по упаковке встанет ряд вопросов, от решения которых напрямую будет зависеть, останется заказчик или уйдёт к другому производителю.

Любой человек, поработавший в полиграфии, подтвердит, что заказчик очень часто приходит не только без техзадания, но и без чёткого понимания своих собственных задач. Помочь понять эти цели и будет главной задачей производителя — и если проявить чуткость, терпение и творческий подход, то наградой наверняка станет многолетнее плодотворное сотрудничество. Хороший специалист всегда предложит несколько концепций: по форме, по материалам, дороже и дешевле, по способам печати и постпечатной обработке. На таком производстве сделают образцы, пробы печати и внесут необходимые коррективы.

Как говорят в стенах нашего предприятия — не все дороги ведут к нам, но есть сайт и схема проезда.

А самое главное — есть огромное желание и потенциал для плодотворной работы по созданию красивой, осмысленно спроектированной упаковки, которая помогает не только правильно подать товар, не только сохранить и продать, но и заинтересовать возможного покупателя.

И действительно, такой вроде бы простой процесс создания упаковки зачастую превращается в главную боль для производителя или продавца товара либо услуги. Мы приходим в типографию — с нас требуют макет печати, на картонажном производстве попросят чертежи и описание технологии изготовления, отправят сначала в дизайн-студию, конструкторское бюро или рекламное агентство.

Приходите к нам, мы вместе сделаем сложное — простым.

ПК «КонФета»,
Санкт-Петербург
8 (812) 318-47-57
konfeta.pack@gmail.com
www.kon-feta.ru



ПРЕЗЕНТАЦИЯ



ПОСУДА ДЛЯ ИДЕАЛЬНОЙ СЕРВИРОВКИ

Бренд Image Collection представляет новинку 2020 года от итальянских дизайнеров — серию посуды IC ECO.

Это новые уникальные чайные и кофейные пары из магниевого ECO фарфора. «Эко» — посуда простых и совершенных форм от бренда Image Collection, разработанная итальянскими дизайнерами. Сочетание белого и чёрного фарфора — классика, которая никогда не выйдет из моды, всегда уместна на любом столе и великолепно будет смотреться как за завтраком, так и на деловой встрече.

Именно данную серию товаров можно считать отправной точкой начала создания коллекции для идеального стола. Концепция посуды разработана с гармоничным объединением эстетического элемента и удовольствием от использования посуды.

Любые виды персонализации доступны от 100 штук для готовых изделий со склада.

Компания «Пи-Ай-Ви»
www.imagecollection.ru
www.p-i-v.ru



флешка КАНЦЛЕР



ДЛЯ РАБОТЫ И ОТДЫХА
ДОМА И В ДОРОГЕ



USB-ВХОД
MICRO USB - ДЛЯ СМАРТФОНА

БЕСПЛАТНО
ПОЛУЧИТЬ
ОБРАЗЕЦ
mail@fl-emp.ru
ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ

TYPE-C ВХОД ДЛЯ
СМАРТФОНА



ВЫБЕРИ ДЕКОР В
ЦВЕТ ЛОГОТИПА



power bank МОЛНИЯ²



LED-ПОДСВЕТКА ◦
ОТГРАВИРОВАННОГО
ЛОГОТИПА

ПОКРЫТИЕ
SOFT-TOUCH ◦



2 USB-ПОРТА ◦
ДЛЯ БЫСТРОЙ
ЗАРЯДКИ

ЁМКОСТЬ
5000 mAh

СВЕТОЗАР

ДОЛГО СВЕТИТ | БЫСТРО ЗАРЯЖАЕТ

СВЕТАЩИЕСЯ ВИЗИТНИЦЫ С КАЛЕНДАРЁМ

Драйв света и фантастическое сияние визитницы вместе с календарём – это прорыв года!

Неповторимость в том, что настольный бизнес-сувенир СВЕТОЗАР работает на все 360°, играя всеми гранями сторон.

Фишка этой модели – светящаяся визитница, которая ненавязчиво прорекламирует вашу компанию! Ведь она -

как эффектный маяк на рабочем столе с полноценным функционалом визитницы: отдел для визиток и ручки.

Мы разместим на каждой из сторон светящегося акрила то, что для вас важно: изображение, логотип компании, календарь или часы.

При всей уникальности СВЕТОЗАРА он может зарядить ваш смартфон или будет светиться до 54 часов без подзарядки.



БЕСПЛАТНО ПОЛУЧИТЬ ОБРАЗЕЦ
mail@svetozar24.ru



ПРОЕКТ СВЕТОЗАР
+7 (952) 741-55-10
www.svetozar24.ru
mail@svetozar24.ru



ТАК ГОВОРИТ

ЛЕО

Лео — человек довольно откровенный, но очень скромный. Многие годы мы безуспешно пытались составить его деловую биографию, он всегда уходил от ответа, категорически отказываясь говорить о своём образовании, дипломах, титулах и наградах... Словом, о тех вещах, которые могли бы дополнить его портрет. В канун 60-летия Президента МАПП мы попросили записать интервью с Лео его дочь — Паулу Парттанен.

Тебе стукнуло 60. В такие дни принято подводить итоги. Попробуем?

Пожалуй, нет. Какие итоги? Я живу с таким чувством, что всё только начинается. У Конфуция есть интересная таблица (иначе это никак не назвать), где он регистрирует свойства, открывающиеся человеку с достижением определённого возраста. Про мой возраст у него сказано: «В шестьдесят лет научился отличать правду от неправды». Очень точно сказано, жаль только, что его «таблица» заканчивается на 70. Если доведётся прожить больше, обязательно до- полно её.

Ну, тогда расскажи о своём бизнесе. Как обстоят дела на коммерческом фронте?

С бизнесом так же, как и с итогами. Его почти не осталось. Компании продолжают действовать, однако тех оборотов, которые были десять лет назад, давно нет. В общем, теплятся, как угольки в гриле.

Но ведь деньги же тебе нужны? Хотя бы на удовлетворение самых насущных потребностей.

Я всегда относился к деньгам как к инструментам. А инструмент — всегда средство, а не цель. Так зачем же тратить и так весьма короткую жизнь на средства? Когда же в этом случае заниматься целью?

Деньги хороши, когда их мало. Тогда человек может распоряжаться ими. Когда их становится много — они начинают распоряжаться. Быть их рабом я совсем не желаю.

Зарабатывание денег не может, ну или, по крайней мере, не должно быть целью жизни. Потому что инструментами такого целеполагания («цель оправдывает средства») являются жадность, алчность и стяжательство — качества совсем не симпатичные. Предпринимательская деятельность постоянно требует принятия нелёгких решений, и если её конечной целью являются деньги или их зарабатывание, то решения очень быстро перестают отвечать общепринятым понятиям нравственности. Собственные поступки человек всегда может оправдать, что, по-видимому, является частью механизма выживания, и даже в самых сложных случаях, когда никакая аргументация не может «отмыть» поступка, имеется крайняя формулировка: «У меня не было иного выхода». Скорее всего, первые такие поступки тяжелы для самого

ЗАРАБАТЫВАНИЕ ДЕНЕГ НЕ МОЖЕТ, НУ ИЛИ, ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ, НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ЦЕЛЮЮ ЖИЗНИ

Не боишься такой откровенности? С точки зрения маркетинга — это большая ошибка!

Я уже давно ничего не боюсь. Могу даже дату назвать. В 50 лет я крестился. С того дня и перестал бояться, вверив себя в руки Создателя. Если идёт как идёт, значит у Создателя есть для меня иное предназначение, которое он укажет, когда настанет время.

И уж тем более не стал бы кривить душой в целях, предполагаемых маркетингом. Мой бизнес сосредоточен вокруг продукта, который действительно необходим людям, понимают они это в данный момент или нет. Манипулировать ими я точно не стану, ни ради прибыли, ни ради чего-либо ещё. Возникнет потребность — придут и купят, несмотря на любые мои высказывания о текущих размерах моего бизнеса.

Но ведь твои «угольки» ещё можно раздуть в большое пламя?

Полагаю, что можно, но у меня нет пока, во всяком случае, никакого желания это делать. Я недобровольно выскочил из этого беличьего колеса десять лет назад. И сначала, конечно, расстроился, нервничал и даже временно потерял сон. Но потом понял, что это же была не жизнь, а постоянная гонка, причём по кругу. Главный показатель активности предприятия недаром носит имя «оборот». Только крутится не он, а мы вокруг него. А круговое движение по определению не может иметь цели. И значит, оно лишь мираж, иллюзия движения.

предпринимателя, но с каждым следующим разом делать их становится всё легче и легче. Когда же нравственный закон внутри человека растворяется окончательно, он просто перестаёт задумываться на эту тему. Таким ли мы желаем видеть общество? Но ведь строим в данный момент именно такое...

По-моему, это просто слова. Ведь ты же не мечтал добиться того результата, к которому пришли твои компании?

Конечно, нет! Но я и не говорил тебе, что делал всё правильно в своём бизнесе. Скорее наоборот. Мои близкие часто говорили мне, что я плохой бизнесмен, но мне всегда это казалось больше комплиментом, нежели упрёком. Потому что под словом «бизнесмен» обычно кроется очень неприятный персонаж. Но деньги он зарабатывать, безусловно, умеет. Так или иначе.

Во мне никогда не было той жадности, амбициозности и желания быть победителем, которые толкают предпринимателей к безнравственным поступкам. Я, например, не бросал своих сотрудников в передрыгах российской экономики. Опять слова Иисуса: «Поступай с людьми так, как хочешь, чтобы они поступали с тобой». То, что многие из них не последовали моему примеру, когда тяжело стало мне, это их проблемы. Постфактум я снова поступил бы так же.

Сменим тему. Ты сказал, что недавно крестился. В какую веру и почему только сейчас?

Уже десять лет прошло. Крестился в православие, в церкви Святого Германа Аляскинского, рядом с домом в Финляндии. Почему в 50 лет? Обратимся снова к таблице Конфуция: «В пятьдесят лет я познал волю неба». Я прошу понять меня правильно, я не конфуцианец и вообще, может быть, прочитал его уже после крещения, просто он действительно очень точно выразил те изменения, которые могут происходить в человеке, если сам человек открыт для них.

А про крещение скажу: считаю, что младенцев вообще нельзя крестить. Это такой шаг, который человек должен совершить сам, осознанно. Даже Христос крестился в 30, и все, кого Иоанн Предтеча крестил в реке Иордан, были тоже взрослыми людьми. И когда делаешь это осознанно, то и живёшь после этого соответственно. Ну а какая может быть осознанная жизнь даже в 20 лет? Или в 30? Столько страстей!

А к пятидесяти два первых, животных, этапа жизни человека — становление и размножение — уже в принципе завершены, поэтому самое время подумать о душе (у кого она есть).

Если верить Библии (а почему бы ей не верить?), первые поколения людей жили по 800–900 лет, при этом первые два этапа занимали у них столько же лет, сколько и теперь. Но вот на жизнь для души у них оставалось значительно больше времени. Конечно, современная пенсионная система не выдержала бы таких выплат, поэтому мы так долго больше и не живём (это шутка, разумеется).

Очень ёмкий образ смысла человеческой жизни содержится в основах христианской религии. Это образ Божественной троицы. Как только его

Крестятся ведь в веру, а не в церковь. Я верю Христу, его словам. На сегодняшнем этапе развития общества это означает веру в смысл жизни. А крещение символизирует приобщение к этой вере. Ведь самая страшная трагедия современного общества как раз и состоит в утрате Веры. Вернее будет сказать, в подмене веры в Бога и в праведность верой в биологическую эволюцию и научный прогресс. Но как мы видим, эта новая вера тоже людей не осчастливила. Мы по-прежнему умираем от голода и недостатка чистой питьевой воды, хотя на другом конце этого «экономического чуда» люди выбрасывают до 30 % продуктов питания в помойку. На Западе появилась даже целая идеология — «дюкеры», люди, которые питаются исключительно из мусорки. Не потому, что у них нет денег на покупку продуктов, а потому, что это возможно!

Сегодняшнее атеистическое общество утратило не только веру в личного бога, но оно не верит и в смысл жизни. А если смысла нет, то жизнь отдельного человека не имеет никакого значения. Это удобно властям — можно посылать людей убивать и быть убитыми. Какая разница?! Один пал, на его место заступит другой, ведь главное — светлое будущее. Коммунистическое, капиталистическое, да какое угодно, хоть каннибальское, лишь бы не здесь и не сейчас. Мне такая идеология не подходит. Я не желаю быть шпунтиком какой-либо государственной машины.

А в церковь молиться не хожу потому, что мне это не нужно. Хотя понимаю людей, которым это необходимо. Ведь ходят же американцы

МОИ БЛИЗКИЕ ЧАСТО ГОВОРИЛИ МНЕ, ЧТО Я ПЛОХОЙ БИЗНЕСМЕН, НО МНЕ ВСЕГДА ЭТО КАЗАЛОСЬ БОЛЬШЕ КОМПЛИМЕНТОМ, НЕЖЕЛИ УПРЁКОМ.

ни интерпретировали богословы всех христианских конфессий, чтобы разъяснить верующим понятие триединства. А с моей точки зрения, всё очень просто и лежит на поверхности. Триединство — это человек в течение своей жизни. На первой стадии (становление) он, безусловно, сын. На следующей (размножение) он становится отцом, а затем обращается в святой дух, то есть живёт жизнью духа, души. А затем, когда душа достаточно подросла и в состоянии вести самостоятельное существование, тело перестаёт быть необходимым, и оно умирает.

И как часто ты ходишь в церковь? Исповедуешься, причащаешься (прости, если сказала что-то не так, не очень разбираюсь в терминологии)?

В церковь, конечно, хожу. Вернее сказать, посещаю церкви. Но не как богомольный прихожанин, а скорее как любопытный посетитель. Мне вообще нравится атмосфера церкви: звуки, запахи, воздух...

Прости, что перебиваю, но зачем же креститься, если в церковь ходишь только из любопытства?

к психологам и платят за посещение немалые деньги! Суфийская мудрость гласит: «Люби больше воду, а не кувшин». Вот её и люблю.

Ты так много говоришь о смысле. Люди живут неправильно, с твоей точки зрения?

Нет, так, пожалуй, рассуждать нельзя. Мы все, я верю, здесь впервые, поэтому мы все живём на ощупь, каждым шагом пробуя почву под ногами. Какие-то шаги получаются удачными, другие — нет. Но заранее об этом знать не дано. Поэтому ничья жизнь не может быть ни предметом для подражания, ни объектом для осуждения. Чтобы понять, как «правильно», человечеству нужны те библейские 800–900 лет. Для нас же главное — не сокращать свою жизнь намеренно и не поддаваться на уловки тех, кто может сделать это за нас.

Вернёмся к бизнесу. Ты ведь уже давно в сувенирной отрасли, не желаешь поделиться опытом?

Жгучей потребностью делиться не ощущаю в себе, хотя на приглашение отказом бы не ответил. В отрасли действительно очень давно. Моя первая сувенирная компания открылась в Финляндии аж в 1987 году. Тогда и жизнь была другой, да и бизнес тоже. В Финляндии в бизнес-модели была забота о персонале: компании строили для сотрудников тренажёрные залы, бассейны, кормили бесплатными обедами, устраивали дорогие корпоративы и т. п. А после финансового кризиса 1993-го всё изменилось. Кризис очень многое показал. В част-

ности то, насколько люди дорожат своими рабочими местами и готовы ко всему: и к понижениям зарплат, и к усилению эксплуатации — лишь бы не вылететь на улицу. Ведь здесь уже тогда все были подсажены на кредиты: жильё, транспорт, путешествия — всё в долг. В такой ситуации потеря работы равносильна большой жизненной катастрофе. Рестораторы, например, в условиях резкого снижения продаж придумали раздевать официанток. Еду и пиво разносили молодые женщины без верхних частей одежды. Понятно, что эти рестораны «topless» были более популярными, а у несчастных работниц выбор был невелик: либо снимай лифчик, либо — прощай работа, а вместе с ней квартира и машина. После кризиса большой бизнес уже не стеснялся и не заигрывал с сотрудниками, а прямо заявил о том, что нынешний курс — на максимизацию прибыли.

А я в разгар этого кризиса отправился в Россию. Купил квартиру на Невском около Аничкова моста и открыл сувенирную компанию Leo-LonglifeEasternExport. Потом появился «ФиннДизайн», а уже после российского кризиса 1998-го года моя финская компания открыла каталог «Остров Соколовиц». А ещё через год мне пришла в голову идея создать ассоциацию бизнес-сувенирных компаний, которая появилась и действует до сих пор под названием МАПП. Наблюдая, как в результате кризиса в Финляндии люди «страны благоденствия» превращаются в безмолвных рабов, в заложников своего образа жизни, я полагал, что Россия не должна повторить этого заблуждения. Но понят не был. А Россия на полных парусах ворвалась в те же ошибки.

Я посетила сайт ассоциации МАПП, почитала о ваших проектах. По-моему, интересно. А ты как думаешь?

Ассоциация, наверное, самое любимое дитя. Может быть оттого, что ей больше всех достаётся. Ни одна из моих компаний никогда не сталкивалась с таким количеством сопротивления, злобных нападок и просто равнодушного непонимания, как МАПП. Если, конечно, не считать «очистительных» налоговых проверок моих финских компаний. Никакой металл не выдержал бы такой агрессивной среды, а Ассоциация существует в ней уже более 20 лет и продолжает успешно действовать. Это ещё раз доказывает, что человеческие нервы крепче самых прочных металлов. Но здесь, конечно, главный удар принимают на себя сотрудники МАПП, а не я.

А что за налоговые проверки? Можешь рассказать поподробнее?

Собственно, это очень грустный рассказ. И не столько о налоговых проверках, а о том, как успешный бизнес превратился в то, чем он стал сейчас. В 2008-м офис «Острова Соколовиц» наконец-то «сехался» со складом и производством. Получилось почти целое огромное здание на Выборгской стороне. И в этом же году грянул кризис. Обороты упали, хотя не так критично, как в 98-м. И всё бы обошлось, я думаю, но в 2009-м в двух моих финских компаниях началась тотальная налоговая

проверка, которая вычистила из фирм всё что только было можно. Кризис-то был мировой, и Финляндию задело им не меньше России. Налоговые сборы упали, и, видимо, пополнять государственную кассу решили нашими деньгами. Я судился с налоговой несколько лет, пытаюсь спасти хоть часть денег, но только потерял ещё больше. Одно госучреждение (суд) никогда другое (налоговая) не обидит. Вот тогда я окончательно понял, что термин «правовое государство», которым называют политики Финляндии свою страну — это тоже маркетинг. Никакого главенства закона не существует, а есть произвол суда. Когда мои аргументы оказывались слабыми, суд разбивал их в прах контраргументами, а когда оказывались сильными, он просто не замечал их, вынося решения без их учёта. Вот и весь закон! Девять судов всех инстанций — ни одного выигранного процесса, даже ни одного возвращённого цента.

Предприниматели в Финляндии, как олени в тундре — пасутся себе на свободе, щиплют травку, метят свою территорию, зазывают рёвом самок, размножаются потихоньку, могут для развлечения рога друг другу пообломать. А вокруг бегают волки. И пока волки эти сыты и заняты своими делами, олешкам ничего не угрожает. Но как только они проголодались — ничто не поможет; ни крики о помощи, ни стадо, пасущееся рядом, ни сам Господь Бог. В общем: «Ты виноват уж тем, что хочется мне кушать».

И рвёт налоговая нас, как волк оленей, а депрессивные по натуре финны чаще всего отвечают только одним — вешаются или выскакивают на своих машинах на встречную полосу под колёса большегруза или автобуса (таких самоубийств происходит в стране по двести в год, хотя эта статистика не сильно афишируется).

У меня к тому времени уже был опыт судов. В 2005-м тяжело заболела мама, и я пытался перевезти её к себе. Иммиграционное ведомство отказало мне, ссылаясь на закон об иностранцах, по которому мать взрослого человека не является родственником. Вот если бы я был гомосексуалистом и попросил вид на жительство для своего сексуального партнёра, то легко получил бы его. По закону Финляндии он мне больше родственник, чем родная мать. Дошёл со своим делом до Европейского суда по правам человека, но оказалось, что за пределами ЕС людей нет, и права им, соответственно, ни к чему.

А к моменту, о котором рассказываю, мама совсем разболелась. Перестала узнавать близких, не понимала, где находится. Ей нужен был постоянный уход, который было некому обеспечить, кроме меня и (к счастью!) моей спутницы жизни. А я, несмотря на дела в бизнесе, судорожно искал решения маминной проблемы в России. Познакомился с историями людей, попавших в похожие ситуации, прочитал огромное количество их рассказов на форумах. Читая, рыдал навзрыд и сейчас еле сдерживаю себя. Там столько боли, что сердце рвалось на части. А у меня к тому времени уже было две с половиной операции на сердце позади (одна не удалась). Врачи строго рекомендовали не нервничать ни при каких обстоятельствах, ибо одним из симптомов моего сердечного недуга является внезапная смерть. Так внезапно ушёл в своё время и мой отец...

Истории этих несчастных женщин (в основном) надо бы читать российским министрам в виде вечерних сказок, чтобы им снились после этого страшные кошмарные сны. Может быть, тогда они вспомнят, зачем придуманы их должности.

А потом сгорел офис в Москве. Дотла. Скорее всего, подожгли. Думаю так, потому что внятного протокола я так и не получил. Фирма в Москве ещё немного просуществовала, но вернуться к прежним оборотам так и не смогла. И я уже был не в силах помочь ничем.

Как только налоговая «очистила» мои компании от денег, тут же банки попросили вернуть кредиты. Причём завтра. Когда в 93-м финские банки попали в тяжёлое положение, мы всем народом спасали их от банкротства, в том числе и я. Прошло пятнадцать лет, и банки больше не помнили об этом. Когда трудности возникли у меня, мой банк легко повернулся ко мне спиной.

Возникли долги, а за ними и кредиторы. Я пытаюсь им объяснить ситуацию, а они в ответ, улыбаясь: «Пришла беда — отворяй ворота».

А потом, как будто этого было мало, пропала фура с нашим товаром. Я сам отправлял её со своего склада в Хельсинки, отдавал водителю документы. Из Финляндии она выехала, а в Россию так и не пришла. До сих пор не знаю, что с ней произошло. В сложившихся обстоятельствах — это было чувствительно.

И не успели мы ещё очухаться от этой пропажи, как в офис нагрянула полиция и опечатала склад. Тогда я впервые обрадовался, что в России, в отличие от Финляндии, берут взятки. И хотя давать уже было почти не с чего, наскребли и дали.

Безусловно, когда делаешь бизнес, всякое случается, но чтобы столько в течение двух лет...

Совсем не напрасно говорят, что «чем выше взлетел, тем больше падать», и своих ошибок я, конечно, не отрицаю. После «жирных» нулевых годов «сека» как-то утратилась. Я сделал какие-то неправильные инвестиции, какие-то несвоевременные. Мы закупили складское оборудование, только начали (2007 год) проект по ручкам, на который тоже ушло немало ресурсов. Я открыл компанию по дачной недвижимости в Финляндии. Всё выстроилось, как карточный домик, и когда одна карта не выдержала нагрузки, рухнул весь дом.

И как ты с этим справился? Я имею в виду психологически...

Перестал планировать... сейчас объясню. Я вспомнил, что когда-то прочёл у Вольтера фразу: «Я решил быть счастливым, потому что это полезно для здоровья». Это послужило отправной точкой. Я понял, что счастье (в самом общем понимании) — это не внешние обстоятельства, а волевое решение. Я долгие годы планировал свою жизнь на полгода вперёд. Определял события, командировки, выставки и т. п., составлял календарь и рассылал по всем подразделениям — в Москву, Петербург, Хельсинки, Таллинн. Так было удобно всем, и прежде всего мне.

Я понял, что все мрачные мысли, которые портят жизнь, крутятся вокруг событий, которые уже состоялись либо должны состояться в недалёком будущем. И вот здесь я нашёл место для того, чтобы быть счастливым — текущий момент, здесь и сейчас. Я научился жить одним днём, и если в этот день ничего плохого не происходило, то вполне можно было прожить этот день счастливым. Было время, когда жить приходилось даже не одним днём, а одним часом. Это потребовало полного отказа от какого-либо планирования. Иначе не выдрессировать свой мозг. Он не может сегодня планировать, а завтра жить одним днём. Боже, как это раздражало поначалу близки! Но потом и они привыкли. Вообще без их поддержки и понимания ничего бы не получилось.

Потом, потихоньку, состояние пришло в норму, судорожный круговорот мыслей отступил, вернулся нормальный сон, что чрезвычайно важно вообще, а для сердечника в особенности.

Ну и, конечно, очень помогли собаки. Когда они видели, что у меня плохое настроение, они не отходили от меня до тех пор, пока меня не отпускало. Клали головы мне на грудь, сидели рядом... С тех пор уверен, собака — лучшее лекарство от стресса и депрессии.

В начале своей предпринимательской деятельности я занимался бизнес-консультированием. Будучи бикультурным человеком, помогал финским компаниям развивать бизнес в России, а русским — в Финляндии. Но потом сувенирный бизнес захватил меня настолько, что времени на другое практически не осталось. Сейчас, когда времени стало больше, опять стал брать клиентов. В основном русские компании, у которых проблемы с бизнесом в Финляндии. Но мне нравятся сложные случаи со спорами, судами, коллекторами, запущенной бухгалтерией...

Доброжелателям нравится играть идеей, что моя коммерческая деятельность умерла. Отвечу словами Высоцкого: «Нет, она затаилась на время».

После всего, что ты мне рассказал как верующий человек, ответь мне: есть ад?

Конечно, есть! И мы все в нём живём. Причём добровольно. И если нас не каждый день поджаривают на сковородке, это совсем не означает, что такого с нами случиться не может. Это как с теми олешками, про которых я говорил ранее. Пока не пришла твоя очередь — можешь щипать травку и размножаться.

А Царство Божье?

А Царство Божье, как сказал Иисус, внутри нас. И туда можно также добровольно переселиться. Из ада, в котором мы живём. Но для этого человек должен освободиться, стать творцом. Не в том понятии, которое вкладывается в это слово пропагандой, а настоящим творцом — создателем нового в себе и нового себя. Вот этот новый, свободный, имеет возможность выбора — жить в аду со всем остальными или уйти жить в Царствие Божье.

А что за история с ручками?

С ручек я начинал и как-то сразу прикипел к ним. Да и не было тогда ещё такого разнообразия сувенирной продукции, и потребители были вполне довольны получить бесплатную ручку. А для меня ручка всегда ассоциировалась с грамотностью, письменностью, каллиграфией, короче говоря, с развитием и культурой.

Потом поездил по заводам в Европе и Азии, вникал в процессы производства, восхищался инженерными решениями, на которые сам всегда был слаб. Здоровый человек всегда умеет радоваться таланту и умению других. Так родилась идея создания собственного бренда. Сначала российского — «Салиась», а затем и финского — Carelia. Сегодня о ручках знаю очень много, по виду могу определить если не производителя (их всё-таки больше 4 тысяч), то, по крайней мере, страну производства. И эта страсть почему-то во мне не утихает! Если хватит сил и Бог даст времени, создам когда-нибудь музей письменности. Скорее всего, в Петербурге, где у письменности хоть и короткая, но весьма достопамятная история.

А ручки твоих брендов будут продаваться в этом музее?

Нет, я их буду раздавать бесплатно. Если они доживут до этого светлого дня. Производство, а самое главное распространение ручек требует огромных ресурсов, которых на сегодняшний день у меня нет. Я бы с удовольствием отдал бренды «в хорошие руки», а сам бы сосредоточился исключительно на производстве. Качество требует массу внимания.

А почему финский бренд называется «Carelia»? Карелия ведь теперь в России...

Мне часто задают этот вопрос на российских выставках. И я стандартно отвечаю, что географии в России тоже учили плохо. Советский Союз по мирному договору 1944 года Карелию не отобрал, а разделил. Таким

образом, в составе Финляндии оказалось целых две губернии (по-современному, области) — Южная и Северная Карелия (прямо как Кореи, только режим одинаковый). Живут там карелы и потомки беженцев из частей, оставшихся в составе СССР. Бежало их 400 тысяч, а живущих потомков уже около двух миллионов. Так что Carelia — это очень ностальгический бренд для Финляндии.

А как ты относишься к благотворительности?

К самой благотворительности — хорошо, к разговорам о благотворительности — уже хуже, к благотворительным организациям — совсем плохо.

Мне кажется, что настоящая благотворительность определена лучше всего Христом: 1) когда левая рука не знает, что делает правая и 2) когда делятся последним, а не дают малое от большого.

Когда деяние происходит из рук дающего непосредственно в руки нуждающегося, то это настоящая благотворительность и настоящее сострадание. Если же этой помощи к тому же никто не видит или её не замечает, то ещё лучше, ибо тогда она не ставит в неудобное положение ни дающего, ни берущего. А если благотворительность требует организации, то это не акт милосердия, а маркетинговое мероприятие или коммерческое предприятие.

Идеальным мне видится общество, которое не нуждается в благотворительности вообще — каждый в состоянии помочь себе сам. Но пока такого нигде нет, хотя в мире полно очень богатых государств. В чём же государства видят свою задачу, если их граждане нуждаются в помощи благотворителей? Следуя определению древних римлян: государство должно учить, лечить и защищать. А оно, на видимых пространствах, ужасно учит, посредственно лечит и само прячется за спины своих граждан, когда возникает опасность, выкликая: «Отечество в опасности! Родина-мать зовёт!».

А ты занимаешься благотворительностью?

Без комментариев.

Давай вернёмся к общественной деятельности. А ты не пробовал расширить диапазон своего влияния? Я знаю, что в отрасли существует, например, очень массовый ресурс GiftsClub. Ты принимаешь участие в его работе?

Нет, хотя и имею доступ к некоторым его частям. Многие из моих «друзей» по Facebook пишут туда, и я могу их читать. Сам туда не пишу. Попытаюсь на примере объяснить, почему. Наибольшее число комментариев в прошлом году на этом ресурсе вызвала публикация значка с изображением обнажённой задницы. Все сразу же возжелали приобрести себе такое изделие, да ещё и в нескольких экземплярах. Я в молодости изучал возрастную психологию и помню, что подобные изображения должны радовать детей младшего школьного возраста, однако если подросток 11–12 лет ещё продолжает проявлять живую заинтересован-

А МНЕ КАК РУССКОМУ ЧЕЛОВЕКУ, ХОТЬ И ЖИВУЩЕМУ В ДРУГОЙ СТРАНЕ, А МОЖЕТ БЫТЬ, ИМЕННО ПОЭТОМУ, ЧРЕЗВЫЧАЙНО ОБИДНО ЗА ЯЗЫК. ВЕДЬ ВСЕ ЭТИ СОВРЕМЕННЫЕ «ХАЙПЫ», «МЕРЧИ» И «СЕЙЛЗЫ» — ДАЖЕ НЕ СЛОВА, А КАКОЙ-ТО ЛАЙ!

Прости, но какая разница? Если нуждающийся получил помощь, разве не это является главным?

То есть, опять мы упёрлись в то же: цель оправдывает средства. Я иного мнения об этом. Не следует забывать, что, оказывая помощь одним, ты тем самым лишаешь помощи других. То есть, публичная благотворительность несёт в себе больше горечи и обиды, чем счастья.

Мне кажется, что помощь нуждающимся вообще требует совсем других решений. А благотворительность должна существовать не для нуждающихся в помощи, а для предоставляющих её. Чтобы они не теряли человеческих чувств. И для этого никаких фондов не требуется.

ность предметом, то его стоит отвести к врачу. А здесь, вроде бы, взрослые люди — ведь ресурс объединяет сотрудников компаний. Ну скажи, какие серьёзные вопросы можно обсуждать с людьми, которые приходят в неопикуемый восторг от изображения, извини за просторечное выражение, голой жопы?

А ты пробовал? Может, не всё в них потеряно?

Честно говоря, не пробовал. Но мне и не нужно было. За меня это делают мои читатели, публикуя ссылки на мои статьи и злобно их комментируя. Я мог бы здесь сказать, что обожаю критику, но это было бы неправдой. Я — не мазохист. Но я также совсем не мечтаю о том, чтобы читатели соглашались со мной, чего большинство из них никак не может усвоить. Мне совсем не этого надо. Если мои тексты пробуждают читателя к реакции, значит он задумался, задействовал свой мозг. Это уже большое дело. А тот, кто хочет быть всегда прав, никому, кроме

себя самого, не интересен. Если у такого человека есть деньги или положение, ему будут льстить, приговариваться, потакать, а потом ненавидеть ещё больше за своё перед ним унижение. Мне такой кармы не надо.

Если позволишь, ещё один пример.

В прошлом году МАПП исполнилось 20 лет. Срок и вообще-то немалый, а в нашей отрасли так и совсем космических масштабов! Я написал юбилейную статью. И её активно комментировали в этом «Клубе». Но поздравлений с годовщиной я там не увидел. Никто вообще не комментировал высказанного в статье, все сосредоточились на критике автора. Единственное, что хоть каким-то боком касалось содержания — это критика моей защиты русского языка от ненужных иностранных заимствований и прямого попугайства. Но ведь правда, встречала ли ты какие-либо профессиональные объединения, например здесь, в Финляндии, в Америке или любой другой стране с названием на русском языке? А почему же тогда такое объединение в России носит имя на английском? Зачем? Хотя справедливости ради должен заметить, что критика, касающаяся именно русского языка, писалась людьми с нерусскими фамилиями. А они — не носители языка, а только пользователи. Поэтому он им и не важен. Это как разница в отношении к своему автомобилю и взятому в аренду. А мне как русскому человеку, хоть и живущему в другой стране, а может быть, именно поэтому, чрезвычайно обидно за язык. Ведь все эти современные «хайпы», «мерчи» и «сейлзы» — даже не слова, а какой-то лай! Может быть, поэтому в России больше и не рождается Тургеневых, Тютчевых и Буниных, что люди перестали уметь не только писать на родном языке, но даже не желают говорить на нём!

Привыкшие к коротким, напоминающим код, словам из английского языка, молодые люди стали сокращать слова и выражения русского языка. В московском ресторане быстрой еды вы, например, никогда не услышите нормального приветствия, вам скажут лишь: «Добрый!», а в конце пожелают: «Приятного». Неужели требуется так много энергии для произнесения полных фраз? Или это уже болезнь? Хорошо хоть порции не половинят! Хотя самое вкусное повара наверняка уносят домой.

А вот пример всё той же Финляндии. Здесь для каждого нового продукта, понятия или явления придумывается своё, финское слово, вне зависимости от того, где это было изобретено или внедрено. Поэтому в финском языке нет даже слов «компьютер» или «смартфон», хотя каждый, конечно, понимает, что они обозначают. Но они для финнов ИНОСТРАННЫЕ, а в своём языке им есть свои аналоги.

Извини, ты свободно говоришь на четырёх языках: английском, финском, шведском и русском, так?

Да, так...

Нет, я совсем не против других языков, наоборот, считаю, что каждый человек должен знать три-четыре иностранных языка как минимум. Но это не отменяет знания своего родного языка. И, уж

тем более, не означает попугайского повторения чужих слов! В конце концов, язык — важнейший фактор национальной идентификации. Нет языка — нет и народа. А значит, нет и культуры.

Так, может быть, и стоит написать им об этом? Так сказать, в воспитательных целях...

Нет, в воспитатели я не гоюсь, хоть и имею педагогическое образование. Человека вообще, по моему мнению, научить ничему нельзя, он может научиться только сам. А учитель или воспитатель требуется ему только для постановки правильных вопросов. Ответы на которые ученик должен искать сам.

Путь современного образования — тупиковый. Учителя кичатся научной основой образовательных процессов, а на практике вся система построена по принципам религии — никакое знание не является эмпирическим, всё воспринимается на веру и на доверие авторитетам. Все постулаты лишь внешне выглядят научными, но на самом деле — сплошной догмат. Единственное отличие — короткие сроки использования. Меня, например, учили в школе, что атом — мельчайшая частица материи, а сегодня физики говорят, что атом сам — целая Вселенная.

Единственное свойство мозга, используемое в обучении — память, мыслительные функции не требуются. Разве это образование? Это фарширование.

Я уже не говорю о профессиональном обучении — всяких там семинарах и тренингах по продажам и маркетингу, которые вообще являются видом лёгкого мошенничества и способом зарабатывания денег теми, кто сам ничего не умеет.

Так ли? Ведь часто приходится читать отзывы о том, что после обучения продажи выросли...

Да, это как раз совершенно естественно. Я и сам в кризисы и межсезонья, когда заказов мало, нанимал для своих продавцов различных тренеров. Не выбирая — любых. Потому что любое отклонение от рутины приносит положительный результат. А если тренер додумается ещё всё время повторять что-нибудь типа: «делайте как я говорю, и ваши продажи вырастут», то эффект обеспечен! Только он временный, краткосрочный и быстро проходящий. Вырвавшись на мгновение из рутины, продавец получает некий заряд новой энергии, но затем «батарейка» заканчивается и всё возвращается на круги своя. А руководители (не сильно дальновидные) успевают зарегистрировать увеличение объёма продаж, о чём совершенно искренне и повествуют в своих отзывах.

Кстати, таким же эффектом обладает, например, вывоз сотрудников на природу, пикник или корпоративный праздник. То есть, все эти мероприятия, безусловно, важны для компании, но абсолютно не являются заслугой тренеров или, как их теперь модно называть, «коучей». На их место можно поставить говорящего попугая, и результат окажется поразительно схожим.

Торговля существует, по меньшей мере, десять тысяч лет, а маркетингу лишь 50–60 лет. Он, конечно, стал хорошей ложкой дёгтя, отравив рыночное пространство вокруг себя, превратив обмен необходимыми товарами в безудержную потребительскую вакханалию. А любителям послушать, как можно продавать ещё больше, ещё чаще и ещё дороже, я хотел бы напомнить, что они лишь меньшую часть жизни — продавцы, а большую — покупатели, которым также будут продавать больше, чем нужно, и дороже, чем хотелось бы.

Как бы тебе этого ни хотелось, но интервью получилось всё-таки про итоги. Не правда ли?

Ну какие там итоги. Итоги будут за день до крематория. Просто с возрастом мужчины становятся болтливыми, особенно в присутствии молодых красивых дам...

Февраль 2020 г., Хельсинки.



НАРОДНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОМЫСЕЛ
ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
Фабрика «Ростовская Финифть»
ОСНОВАНА В 1918

*Широкий выбор подарочной продукции
по случаю юбилейных дат и
праздников придётся по душе как
индивидуальным, так и
корпоративным заказчикам.*



Контакты корпоративного отдела:

г. Ростов, Борисоглебское шоссе, д. 3

+7 (48536) 7-59-10, 7-73-73

e-mail: td@podarok-finift.ru

www.finift-nhp.ru

АЛФАВИТНЫЙ КЛАССИФИКАТОР БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

- mos **Москва** Moscow
- spb **Санкт-Петербург**
St. Petersburg
- len **Ленинградская область**
Leningrad region
- srk **Саранск** Saransk
- rst **Ростов-на-Дону**
Rostov-na-Donu
- prm **Пермь** Perm
- krk **Курск** Kursk
- sam **Самара** Samara
- ebg **Екатеринбург**
Ekaterinburg
- nnd **Нижний Новгород**
Nizhny Novgorod
- izh **Ижевск** Izhevsk
- plv **Павлово** Pavlovo
- sch **Сочи** Sochi
- chp **Чистополь** Chistopol
- ptz **Петрозаводск**
Petrozavodsk
- kir **Киров** Kirov
- vst **Великий Устюг**
Veliky Ustyug

Автосувениры

- Car accessories
- mos www.flash-imperia.ru
- sam www.rgsuvenir.ru
- mos www.usb2b.ru

Аксессуары для мобильных телефонов

- mobile phone accessories
- mos www.effectpress.ru
- spb www.imagicway.ru
- ebg www.logobank.ru

Альбомы

- Folders
- mos www.dpskanc.ru

Антистрессы

- Antistresses
- mos www.plus-gifts.com

Бейджи

- Badge
- mos www.dpskanc.ru
- mos www.unistorus.ru

Бейсболки

- Baseball caps
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.best-uniform.ru
- mos www.eurotex.me
- sam www.rgsuvenir.ru
- mos www.starkcotton.ru

Бизнес-сувениры, оригинальные

- Original business-souvenirs
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.bluntumbrellas.ru
- mos www.effectpress.ru
- mos www.flash-imperia.ru
- 800 www.gotovim-vodu.ru
- spb www.imagicway.ru
- ptz www.karelmaster.ru
- spb www.mojito-spb.ru
- srk www.newrostr.ru
- mos www.plus-gifts.com
- sam www.rgsuvenir.ru

Бирдекели

- Coasters
- mos www.deko-media.ru

Блокноты

- Block-notes
- mos www.ananasprint.ru

Брелоки

- Key-holders
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.deko-media.ru
- sam www.rgsuvenir.ru

Визитницы

- Visiting card folders
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.deko-media.ru
- mos www.dpskanc.ru
- rst www.finift-nhp.ru
- ptz www.karelmaster.ru
- sam www.rgsuvenir.ru

Винные и курительные принадлежности

- Wine and smoking accessories
- srk www.newrostr.ru

Гаджеты

- Gadgets
- mos www.flash-imperia.ru
- mos www.ledd.su

Ежедневники

- Diaries
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.deko-media.ru

- rst www.finift-nhp.ru
- mos www.effectpress.ru
- sam www.rgsuvenir.ru
- mos www.plus-gifts.com
- mos www.usb2b.ru

Значки

- Pins
- mos www.effectpress.ru

Зонты

- Umbrellas
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.bluntumbrellas.ru
- mos www.plus-gifts.com

Игры настольные

- Board games
- ptz www.karelmaster.ru

Календари настенные

- Wall calendars
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.ananasprint.ru
- spb www.mojito-spb.ru

Календари настольные

- Wall calendars
- ptz www.karelmaster.ru

Канцелярия для офиса

- Stationery
- mos www.dpskanc.ru
- mos www.merlion.com
- sam www.rgsuvenir.ru

Карандаши

- Pencils
- mos www.ledd.su
- mos www.merlion.com

Коврики для компьютерных «мышек», производство

- Mouse pads manufacturing
- mos www.merlion.com
- mos www.usb2b.ru

Кожаные изделия

- leather products
- mos www.best-uniform.ru
- mos www.dekimedia.ru

Кружки

- Mugs
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.plus-gifts.com

Кубки

- Trophies
- mos www.artsteklov.ru

Куртки, ветровки

- Jackets, wind-breakers
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.colourtex.ru
- mos www.eurotex.me

Монетницы

- Coin tray
- mos www.monetnica.ru
- mos www.noex.ru

«Мышки» компьютерные, ручная роспись

- Hand-crafted computer mice
- mos www.ledd.su

Наборы для пикника

- Picnic sets
- srk www.newrostr.ru

Награды, медали

- Awards, medals
- spb www.artsteklov.ru
- rst www.finift-nhp.ru
- srk www.newrostr.ru
- sam www.rgsuvenir.ru

Новогодние сувениры

- Christmas souvenirs
- spb www.artsteklov.ru
- mos www.best-uniform.ru
- mos www.bluntumbrellas.ru
- mos www.effectpress.ru
- rst www.finift-nhp.ru
- spb www.imagicway.ru
- spb www.mojito-spb.ru
- mos www.mospresents.ru
- srk www.newrostr.ru
- mos www.plus-gifts.com
- ekb www.rgsuvenir.ru

Одежда для промоакций

- Promo-textiles
- mos www.best-uniform.ru
- mos www.colourtex.ru
- mos www.eurotex.me
- mos www.starkcotton.ru

Открытки

- Postcards
- mos www.ananasprint.ru
- spb www.mojito-spb.ru
- spb www.imagicway.ru
- mos www.sovasilk.ru
- mos www.unita-cards.ru

Пакеты бумажные ламинированные

- Laminated paper bags
- mos www.effectpress.ru
- spb www.kon-feta.ru
- mos www.pakety-logotip.ru
- mos www.sovasilk.ru
- mos www.zomer.ru

Пакеты ПП, ПЭ

- Plastic bags
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.effectpress.ru
- mos www.pakety-logotip.ru
- mos www.sovasilk.ru
- mos www.zomer.ru

Папки

- Document folders
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.ananasprint.ru
- mos www.pakety-logotip.ru
- mos www.sovasilk.ru
- mos www.zomer.ru

Планинги

- Desktop calendars
- mos www.aero-pak.ru
- mos www.dpskanc.ru
- rst www.finift-nhp.ru

Подарки, оптовые поставки

- Wholesale gifts
- mos www.bluntumbrellas.ru
- 800 www.gotovim-vodu.ru
- rst www.finift-nhp.ru
- ptz www.karelmaster.ru
- spb www.imagicway.ru
- mos www.merlion.com
- spb www.mojito-spb.ru
- mos www.plus-gifts.com

Подарки, розничная торговля

- Retail selling gifts
- spb www.artsteklov.ru
- mos www.bluntumbrellas.ru
- 800 www.gotovim-vodu.ru
- ptz www.karelmaster.ru

Подарки ручной работы

Handmade gifts
ptz www.karelmaster.ru

Подставки для письменных принадлежностей

ptz www.karelmaster.ru

Полотенца, банные халаты

Towers, bathrobes
mos www.best-uniform.ru

Портмоне

Wallets
mos www.deko-media.ru

Портфели из кожзаменителя

Synthetic material brief cases
spb www.artsteklov.ru
mos www.deko-media.ru
spb www.finn.design.ru
mos www.plus-gifts.com
mos www.usb2b.ru

Портфели из кожи

Leather brief cases
spb www.artsteklov.ru
mos www.deko-media.ru

Посуда

Tableware
mos www.aero-pak.ru
rst www.finift-nhp.ru

Рубашки-поло

Poolo-shirts
mos www.colourtex.ru
mos www.eurotex.me
mos www.starkcotton.ru

Ручки шариковые

Ball-point pens
mos www.aero-pak.ru
mos www.merlion.com
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.premec-russia.ru
mos www.rgsuvenir.ru
mos www.usb2b.ru

Ручки эксклюзивные

Exclusive pens
mos www.merlion.com
spb www.sailhas.ru

Рюкзаки

Rucksacks
mos www.colourtex.ru
mos www.usb2b.ru

Скатерти

Table cloth
mos www.best-uniform.ru

Сладкие подарки

Sweet gifts
mos www.mospresents.ru

Сувениры из дерева

wooden souvenirs
ptz www.karelmaster.ru
spb www.mojito-spb.ru

Сувениры из стекла

Glass souvenirs
spb www.artsteklov.ru
800 www.gotovim-vodu.ru

Сумки для ноутбуков

Folders for notebook-computers
mos www.colourtex.ru
mos www.usb2b.ru

Сумки из кожи

Leather bags
mos www.aero-pak.ru
mos www.pakety-logotip.ru

Сумки из текстиля

textile bags
mos www.aero-pak.ru
mos www.best-uniform.ru
mos www.colourtex.ru
mos www.eurotex.me
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.usb2b.ru

Толстовки

Sweatshirts
mos www.aero-pak.ru
mos www.colourtex.ru
mos www.eurotex.me
mos www.starkcotton.ru

Упаковка подарочная и атрибуты к ней

Gift's boxes
mos www.deko-media.ru
srk www.newrostr.ru
mos www.usb2b.ru

Фоторамки

Photo frame
mos www.dpskanc.ru
mos www.usb2b.ru

Футболки

t-shirts
mos www.aero-pak.ru
mos www.colourtex.ru
mos www.effectpress.ru
mos www.eurotex.me
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.starkcotton.ru

Часы

watches
mos www.aero-pak.ru

Шарфы, галстуки, платки

Ties and scarfs
mos www.best-uniform.ru

Шнур

mos www.zomer.ru

Ювелирные изделия с корпоративной символикой

rst www.finift-nhp.ru

USB-аксессуары

USB accessories
mos www.3venta.ru
mos www.effectpress.ru
mos www.flash-imperia.ru
ekb www.logobank.ru
spb www.mojito-spb.ru
mos www.plus-gifts.com
sam www.rgsuvenir.ru
mos www.usb2b.ru

VIP-подарки

VIP gifts
mos www.aero-pak.ru
spb www.artsteklov.ru
mos www.bluntumbrellas.ru
mos www.effectpress.ru
rst www.finift-nhp.ru
mos www.merlion.com
spb www.mojito-spb.ru
srk www.newrostr.ru
mos www.plus-gifts.com

Вышивка на изделиях

embroidery
mos www.aero-pak.ru
mos www.starkcotton.ru
mos www.vyshivka-moskva.ru

Гравировка лазерная

Laser engraving
mos www.aero-pak.ru
mos www.pakety-logotip.ru

Гравировка механическая

Mechanical engraving
mos www.aero-pak.ru

Дизайн

Design
495 www.blb.ru
mos www.mojito-spb.ru

Конверты (печатать на конвертах)

Envelopes
mos www.sovasilk.ru
mos www.ananasprint.ru

Коробки подарочные, производство от 1-й штуки

gift box producing
mos www.ananasprint.ru
spb www.kon-feta.ru
spb www.mojito-spb.ru

Наклейки методом шелкографии

spb www.kon-feta.ru
mos www.sovasilk.ru
mos www.zomer.ru

Наклейки полноцветные, производство

Sticker printing
mos www.ananasprint.ru

Нанесение многоцветного стойкого изображения на металл

Printing of polychromatic permanent picture on metal
spb www.kon-feta.ru

Обслуживание торговой марки заказчика

Brand service
spb www.artsteklov.ru

Переплетные работы

Binding
spb www.kon-feta.ru

Персонализация

spb www.imagicway.ru
spb www.kon-feta.ru

Печать цифровая, полноцветная

mos www.ananasprint.ru

Плоттеры режущие

mos www.sovasilk.ru

Реклама наружная

Outdoor advertising
mos www.focsag.ru

Ручные работы

Handworks
spb www.artsteklov.ru
rst www.finift-nhp.ru
ptz www.karelmaster.ru
spb www.kon-feta.ru
spb www.mojito-spb.ru

Слепое тиснение, конгревное

Blind stamping, kongrevny
mos www.aero-pak.ru
mos www.pakety-logotip.ru

Тампопечать

Tampo printing
mos www.aero-pak.ru

Типография

Printing house
mos www.ananasprint.ru
mos www.sovasilk.ru

Тиснение фольгой

Foil stamping
mos www.aero-pak.ru
mos www.ananasprint.ru
spb www.kon-feta.ru
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.sovasilk.ru

Трикотаж, производство

textile industry
mos www.best-uniform.ru
mos www.eurotex.me

Художественные материалы

Art materials
spb www.elegifts.ru

Шелкография

mos www.aero-pak.ru
spb www.kon-feta.ru
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.sovasilk.ru

P.O.S. материалы

P.O.S. files
mos www.dpskanc.ru
spb www.kon-feta.ru
spb www.imagicway.ru

Аксессуары для мобильных телефонов Mobile phone accessories

Бейджи Badge

Бизнес-сувениры, оригинальные Original business-souvenirs

Винные и курительные принадлежности Wine and smoking accessories

Ежедневники Diaries

Ежедневники Diaries

Графины дизайнерские

Зонты Umbrellas

Канцелярия для офиса Stationery

Корпоративная одежда, производство

Монетницы Coin tray

Награды, медали Awards, medals

Новогодние сувениры



Новогодние сувениры
www.mospresents.ru
 +7 (495) 780-27-26



Одежда для промоакций Promo-textiles



EUROTEX 2010

8 (800) 301-31-34
EUROTEX.ME
 EUROTEX@MAIL.RU
 ETC@EUROTEX.ME



Открытки Postcards



Корпоративные
 новогодние открытки
 Приглашения на юбилей

МОСКВА: +7 (495) 663-71-88; +7 (495) 697-09-55



Пакеты бумажные ламинированные Laminated paper bags



Пакеты бумажные и ПВД
 Подарочная упаковка

Открытки, приглашения
 Сувениры, подарки

+7-495-221-93-62
info@sovasilk.ru




ZOMER.RU

8 (495) 517-75-27
 8 (965) 380-15-30

однотонные бумажные пакеты

ПВД пакеты от 100 шт (шелкография)
 Бумажные пакеты из крафта, фланина, мелованной бумаги, под заказ и под печать
 Пластиковые ПНД пакеты от 100 шт (шелкография)

info@zomer.ru

г. Москва, 1-й Варшавский проезд, д. 1а, стр. 24

Пакеты ПП, ПЭ Plastic bags



ПАКЕТЫ
 БИОРАЗЛАГАЕМЫЕ
 ОТ 100 ШТ.

www.pakety-logotip.ru
 +7 (495) 913-63-93



Ручки шариковые Ball-point pens



ШВЕЙЦАРСКИЕ РУЧКИ Premec
 SWISS IS WITH PRIDE
 RADICAL Chalk
 BRAVE

PREMEC-RUSSIA.RU +7 495 660-3635



РУЧКИ
 «САИАСЪ»
www.sailhas.ru

КАЧЕСТВЕННЫЕ
 МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ
 ПИШУЩИЕ
 ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
 РОССИЙСКОГО
 ПРОИЗВОДСТВА



Ручки шариковые
rosgifts.ru




Сладкие подарки Sweet gifts



Новогодние сувениры
www.mospresents.ru
 +7 (495) 780-27-26



Толстовки Sweatshirts



ct
 colourtex

+7 (495) 212-90-11

КОРПОРАТИВНАЯ ОДЕЖДА И СУВЕНИРЫ



Упаковка подарочная и атрибуты к ней Gift's boxes gift box producing



ДЕКО МЕДИА Упаковка подарочная
 Производство:
 шкатулки,
 коробки,
 ...




конфета ФАБРИКА
 КАРТОННОЙ
 УПАКОВКИ

коробки • пакеты • папки и альбомы
 оформление подарков • ленты с печатью
 сделано в Санкт-Петербурге

8(812)318-47-57 • konfeta.pack@gmail.com • www.kon-feta.ru



Футболки t-shirts

ФУТБОЛКИ

Hanes Stedman®

ДЕЛОВОЙ ТЕКСТИЛЬ
ДЛЯ
ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ

www.1gifts.biz

STARK cotton

Футболки от производителя от 110р.

8-495-984-54-30

www.starkcotton.ru

USB-аксессуары USB accessories

ФЛЕШ ИМПЕРИЯ

USB-АКСЕССУАРЫ

8(800)100-38-35

www.flash-imperia.ru

POWER BANK

HARD DISK

USB FLASH

LEDD Company

www.LEDD.SU

INFO@LEDD.SU

+7 (495)646-09-08

USB СУВЕНИРЫ

USB-аксессуары USB accessories

FLASH НАКОПИТЕЛИ

IT сувениры

Новая позиция на нашем складе:

art 55001

triventa

...a desire for novelty

www.3venta.com

+7 (495) 64-999-20

VIP-подарки VIP gifts

УНИКАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ
РУЧНОЙ РАБОТЫ

+7 (921) 461-32-91

www.KARELMASTER.RU

VIP-подарки VIP gifts

CARAN D'ACHE

Genève

BLACK CODE

SWISS MADE

НАРОДНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОМЫСЕЛ
ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

Фабрика «Ростовская Финифть»

ОСНОВАНА В 1918

Полиграфия - все виды услуг Printing service

ТИПОГРАФИЯ

АНАНАС

ANANASPRINT.RU

Шильды

ШИЛЬДЫ
ДЛЯ ЕЖЕДНЕВНИКОВ
НА ЛЯССЕ И НА РЕЗИНКУ
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ И
СТАНДАРТНЫЕ

LEDD.SU +7 495 646 09 08

ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСЕН

Есть тема коронавируса, и сегодня она на всех первых полосах мировых, российских СМИ и ТВ. Вирус воспринимается как острая и опасная своими последствиями проблема... И есть тема экологической безопасности, которая, на первый взгляд, не так остра и немного уже затёрта. Но несёт человечеству гораздо большую угрозу.



Использование биоразлагаемых пакетов — это наш с вами общий вклад в уменьшение этой угрозы. Дело не только в том, что сами экопакеты на порядок безопасней, но и в том, что их применение понемногу меняет сознание наших сограждан. Каждый пакет с подписью «экологически безопасен» — это негромкий призыв к сохранению природы.

В конце концов, полиэтиленовые пакеты начнут уходить из нашей жизни, как и многие другие одноразовые вещи. Но пока не создана культура применения предметов многократного индивидуального использования, пока не создан такой рынок, наша задача — прямо сейчас облегчать нагрузку на экологию нашей страны, да и на планету в целом.

Биопакеты — отличное решение на этом этапе. Они обладают тем же замечательным соотношением цены и потребительских качеств, что и обычные пакеты. Их можно так же изготавливать минимальными тиражами от 100 штук и так же ярко и красочно наносить на них логотипы!

Более того, до июня этого года биопакеты можно заказать по цене обычных пакетов. И таким образом заявить об активной социальной позиции своей компании, не увеличивая при этом свой рекламный бюджет.

Воспользуйтесь акцией компании «Аэрополиграфия» «Биопакеты по цене обычных», приуроченной ко Дню Экологии 6 июня, закажите пробный тираж экологических пакетов и внесите свой вклад в защиту окружающей среды!

Компания «Аэрополиграфия»
www.pakety-logotip.ru



ОТРАСЛЕВЫЕ ВЫСТАВКИ

ВЫСТАВКА	МЕСТО	ДАТА	
ПОДАРКИ	Москва, Гостиный двор	17-19.03.2020	www.gifts-expo.com
IPSA	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	18-19.03.2020	www.ipsa.ru
CHRISTMAS BOX. PODARKI	Москва, Крокус Экспо	24-26.03.2020	www.christmasbox.ru
РУСАРТСТИЛЬ	Москва, ЭкоЦентр «Сокольники»	02-05.04.2020	www.expo-resurs.ru
МИР КАНЦЕЛЯРИИ	Киев, Украина	14-16.04.2020	www.stationery-expo.com
GIFTIONERY TAIPEI	Тайбэй, Тайвань	23-26.04.2020	www.giftionery.net
5P-EXPO	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	13-14.05.2020	www.5p-expo.ru
МОСКОВСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ДИЗАЙНА	Москва, Гостиный двор	13-15.05.2020	www.design-reklama.ru
PRINT PARK	Санкт-Петербург, Исторический парк «Россия – Моя история»	26.05.2020	www.printparks.spb.ru
БЕЛГОРОДСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА	Белгород, Белэкспоцентр	26-28.05.2020	www.belexpocentr.ru
CENTRAL ASIA REKLAM	Алматы, Казахстан	27-29.05.2020	www.reklamexpo.kz
CENTRAL ASIA OFFICE	Алматы, Казахстан	27-29.05.2020	www.officexpo.kz
KAZPROMO	Алматы, Казахстан	27-29.05.2020	www.kazpromo.kz
РЕКЛАМНЫЙ ХАБ СЕВЕРНОЙ СТОЛИЦЫ	Санкт-Петербург, Экспофорум	15-16.06.2020	www.expoforum.ru
HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR	Гонконг	25-28.07.2020	www.hktcdc.com
PSI RUSSIA	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	08-10.09.2020	www.psi-russia.com
ПОДАРКИ	Москва, Гостиный двор	21-24.09.2020	www.gifts-expo.com
РЕКЛАМА	Москва, Экспоцентр	22-25.09.2020	www.reklama-expo.ru
GLOBAL SOURCES	Гонконг	11-30.10.2020	www.globalsources.com

ПОДРОБНОСТИ НА WWW.IAPP.RU В РАЗДЕЛЕ «ВЫСТАВКИ»



TENTY SUOMESSA
MADE IN FINLAND



CARELIA™
COLLECTION

NeoGRAPHIC

По вопросам приобретения
изделий в России обращаться:
ООО «Остров Сокровищ»
Зеленков пер., 7А
194044 Санкт-Петербург
тел. (812) 318-18-91
info@carelia-pen.com

«Carelia» - качество без этикеток



«NeoGraphic» - серия металлических шариковых ручек под лазерную гравировку, сочетающих в себе современный дизайн, инновационные покрытия и решения, бескомпромиссное качество и доступную цену.

www.carelia-pen.com

Pelikan 

Jazz®

НАСТРОЙ СВОИ ЦВЕТА

CARAN D'ACHE
Genève

 SWISS MADE

BLACK
CODE

 merlion

www.merlion.com | +7(495) 981-84-84