

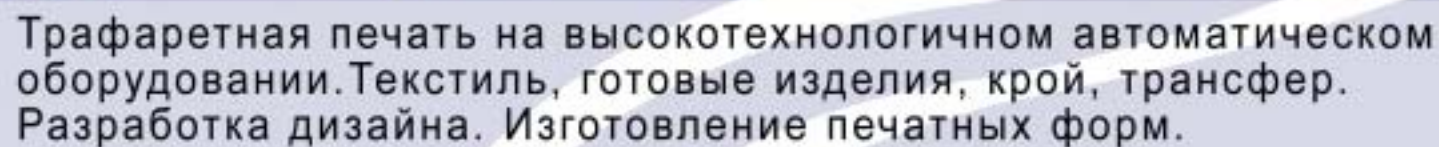


PROMOSHAPKA[®]
РОССИЙСКАЯ ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА



www.promoshapka.com

Москва: тел/факс: (495) 652-28-05, e-mail: moscow@promoshapka.com; тел/факс: (495) 105-63-10, 105-63-08;
Воронеж: (495) 58-29-29, e-mail: info@promoshapka.com; С.Петербург: (812) 347-75-35, e-mail: shapka@talvt.spb.ru



226-1638 109-8614
746-6547 782-8253

www.rd-t.ru
email: rd-t@inbox.ru

ЛУЧШИЕ ПОДАРКИ
к 23 ФЕВРАЛЯ, 8 МАРТА!
а также ЛЕТНЯЯ СУВЕНИРКА
УЖЕ НА СКЛАДЕ

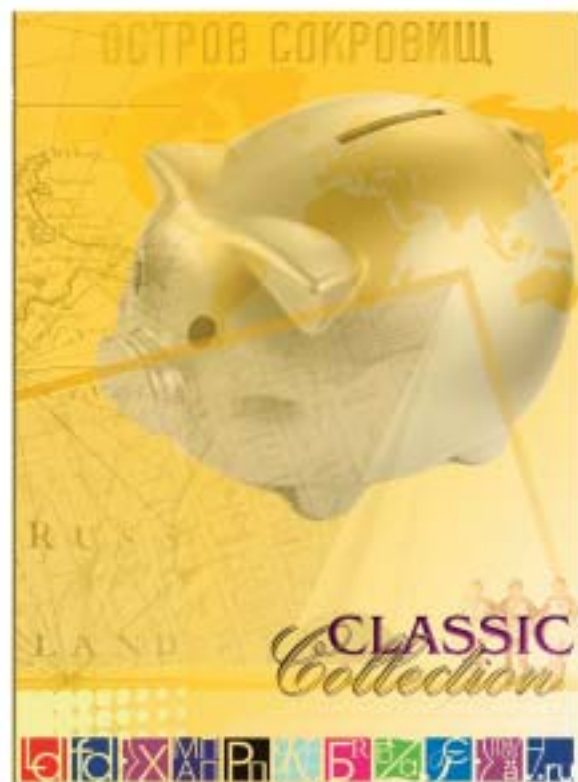


Prestige
РЕКЛАМНЫХ
СУВЕНИРОВ

г. Москва, Щелковское шоссе, д. 2
тел.: (495) 729-57-79 факс: (495) 730-36-15
E-mail: info@center-prestige.ru
www.center-prestige.ru



Официальный интернет-сайт
Самарской области



Коллекция каталогов "Острова Сокровищ" в 2007 году пополнилась еще одним русскоязычным томом. В трех сувенирных каталогах, дополняющих один другой, найдется все необходимое для ваших заказчиков. Свой экземпляр каталогов можно получить в наших офисах или во время проведения рекламных выставок в Москве и Санкт-Петербурге.

БЕВЕРНЫЕ УЗОРЫ

махровые изделия с логотипом

Пестротканые (с цветным рисунком)
Гладкокрашенные (однотонные)
С логотипом в бордюре / в структуре
Стриженные / Нестриженные



Пледы
Фартуки, прихватки
Скатерти
Подушки-думки
Весь спектр текстильных изделий
Персонализация
Упаковка



г. Санкт-Петербург, Уральская, 17
(812) 350-88-85, 350-88-55, 350-98-45
norduzor@mail.ru www.norduzor.com

содержание

слово редактора

8 Год Две тысячи 007

мапп

9 О «национальном сувенире» замолвим слово

новости

выставки

наша тема

традиционное

22 Монетница – модница, а не просто подставка под мелочь

24 Магнит-прилипала, продвигающий товар

28 Воздушная реклама

текстиль

30 Корпоративный плед

32 По одежке встречают...

34 ELITE-LINE – навстречу прекрасной половине

37 Сумка рекламных возможностей

коллекции

38 Гвоздики и тюльпаны

40 Калейдоскоп 2007. В моде эмоции!

42 Металл и мастер

эксклюзив

46 Богатейшее мастерство филиграни

47 Звучная песня фарфора

календарь выставок

классификатор сувенирной продукции

классификатор рекламных услуг

www.iapp-spb.org
www.profi.iapp-spb.org
www.base.iapp-spb.org
www.class.iapp-spb.org

наши
ресурсы



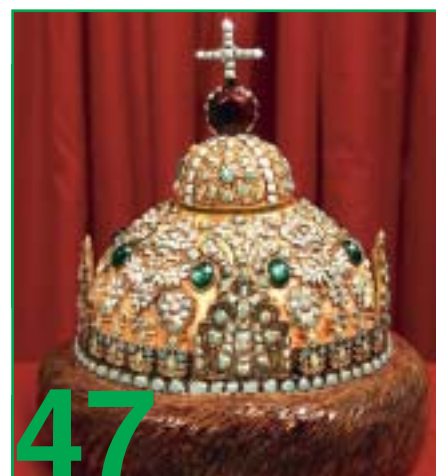
Наша служба
и опасна и трудна
(агент «LEO»)

8



Русское
хвастовство =
Матрешке

9



47

Фарфоровый
подарок

В спорте, походе
и на охоте



42

38

«Прилипните» к
клиенту
оригинально...



Господа - 23.
Дамы - 8.
Решение
проблемы здесь!



24



34

Текстильные
изделия
сильных
торговых
марок

32

№25

7 252007 15012007

«ПРОФЕССИОНАЛ
рекламно-сувенирного бизнеса»
№25, 2007 г., (январь)

Президент МАПП:
Лео Костылев
(info@finndesign.ru)

Редактор журнала:
Александра Сойту
(info@iapp-spb.org)

Художественный редактор:
Алексей Чачин
(chachin@mail.ru)

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Андрей Петров

Сотрудники МАПП:
Алла Алейникова,
Галина Дроздова,
Татьяна Улисова,
Валерия Сергеевко
Ольга Устимчук

Дизайн, верстка:
чачинchachin_алексей
/дизайн-проект/чч//
(chachin@mail.ru)

Web-дизайн, фото:
Роман Пушкарь
(glintwine@inbox.ru)

Адрес редакции: 192007, Россия,
С-Петербург, ул. Днепропетровская, 65
Тел. +7 (812) 766-09-66, 766-68-90
Факс +7 (812) 766-09-77
E-mail: info@iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка
по собственной базе данных.
Журнал в розничную продажу не поступает.
Подписка оформляется через редакцию

Информационная поддержка:
Радио «Эхо Москвы»
Печать: Типография «Цвет-Принт»
Б. Пушкарская, 10, лит. А. Тел.: (812) 233 73 37
Уст. тираж : 4000 экз.

Журнал выходит под эгидой МАПП

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

Журнал распространяется всем членам МАПП
бесплатно во все время членства в Ассоциации;
Журнал участвует и распространяется на выставках в
России:
Москва: ИПСА, РАППС, Экспопарк, Экспоцентр
Санкт-Петербург – Ленэкспо, Рестэк, Принтэк,
Евразия.
Пермь, Сочи, Казань, Красноярск, Архангельск,
Ростов-на-Дону и других.
Журнал распространяется на выставках за пределами
России – в Дюссельдорфе, Париже, Скандинавии;
Журнал рассылается по фирмам России, заявившим
рекламно-сувенирную деятельность единственным или
одним из родов своей деятельности;
Журнал будут получать также производственные
фирмы, которые производят нанесения на рекламно-
сувенирную продукцию, а также ассоциации и другие
некоммерческие организации в сфере рекламно-
сувенирного бизнеса и фирмы-организаторы выставок
рекламно-сувенирной продукции;
И иные заинтересованные лица.
Поставщиком базы данных рассылки является
«Рекламный гид России».

ИГО
КОСТЫХОВ

Если же это была весточка для нас, целью которой было показать, что зло никогда не остается безнаказанным, то сообщение получилось по-американски плосковатым. Сад-дама фактически повесили за уничтожение ста пятидесяти повстанцев, Простый год, шестой по счету от двух тысячелетия рождения Христа, был поистине не в христианском духе. Омраченный убийствами и от-

равлениями на всем своем протяжении, он и закончился закономерным – повешением бывшего президента Ирака. И, конечно, смешно было бы спорить, Хусейн был деспот и тиран, но казнить, а особенно, вешать в наше время, мне кажется, полный моветон! Последний раз подобной участи были удостоены руководители фашистской Германии по результатам Нюрнбергского процесса. Но их деяния ни в какое сравнение не шли со злодеяниями несчастного местного сатрапа бывшего Вавилонского царства. Да и мир за прошедшие шестьдесят лет сильно изменился, подорвав и потеплев настолько, что даже арктические льды не выдерживают. Кому же нужен был такой конец? И в назидание чего и кому он преподнесен нам в реальном времени телевидением всей планеты?

Если в назидание тем лидерам стран, которые, бедо не чуя, разоряют и уничтожают собственные народы, обогащая себя и своих ближайших соратников, то я – не против. Им, пожалуй, стоит помнить о возможности и такого поворота событий. Но разве останавливала кого-нибудь печальная участь Пиночета или Милошевича, которые хоть и успели умереть своей смертью, но были замучены правосудием, не говоря уже о таких примерах, как Чаушеску.

в то время как только американских солдат за иракскую кампанию уже погибло более четырех тысяч. Проместное население вообще молчим! Получилось, что для уничтожения насилия потребовалось еще большее насилие, что никак не сочетается с нарочитой набожностью американского президента. Глядя на Америку широко раскрытыми глазами, российские лидеры всех рангов тоже стали постоянными посетителями церквей. За океаном еще принято заканчивать каждое выступление словами: «Да благословит Вас Бог»! В России пока так не заканчивают, хотя в контексте поступков российского истеблишмента, уже можно начать. Может быть, в этом году на

в ы -
борах в Думу мы уже
услышим первые благословения.

Тем более что благословения были бы очень к месту сейчас российскому народу, власти которого живут как в последний день. Высасывающая газ и нефть из недр земли и превращая их в абсолютно бесполезную субстанцию – деньги. А что делать дальше они не знают, поэтому складывают эти деньги в стабилизационный фонд. И если в девяностые годы предвыборные лозунги содержали еще какую-то долю разумного, как, например, желание поддержать российского производителя и помочь малому и среднему бизнесу, то нынешние носят совсем уже маразматический характер. Например, лозунг о повышении заработной платы до двадцати тысяч рублей. Нет, я не против больших зарплат! Но даже студенту понятно, что повышение зарплат неминуемо ведет к повышению себестоимости выпускаемой продукции, а значит к снижению ее конкурентоспособности. Если же принять во внимание тот факт, что Россия уже испытывает дефицит электроэнергии, а это значит, что увеличения производства быть не может, то на фоне даже этих двух фактов понятно, что Россию после выборов этого года ждут нелегкие времена. Продукция России и сейчас уступает практически во всех отраслях аналогичной продукции из Юго-Восточной Азии, а положение с электроэнергией в ближайшие годы намного усугубит ситуацию. Если же вспомнить о том, что газом и нефтью теперь опять владеет государство, то это будет означать приоритет именно этих «высасывающих» отраслей российской экономики над всеми остальными, и в получении электроэнергии в том числе.

Здесь как нельзя кстати, вспоминается главное лицо христианской религии, ибо хочется воздуть взор к небесам и воскликнуть: «Господи, как хорошо, что я не богат и мое сердце не будет обливаться кровью, видя, как гибнут мои заводы»!

Президент МАПП

0007

Откуда ты взялся, «сувенир»?

Первый рекламный сувенир был придуман в 1845 году американским страховым агентом, который раздавал своим клиентам небольшой календарь с телефонами своей страховой конторы – это факт исторический и задокументированный. Примеру страхового агента последовали многие предприниматели, и уже через несколько лет рекламный сувенир в штатах превратился в традиционный инструмент рекламного воздействия. К 1900 году в ассортиментный перечень рекламных сувениров вошли лошадиные попоны, тенты для автофургонов и деревянные шупы для измерения уровня бензина. Ряд сувениров того периода, такие, как линейки и карандаши, широко используются и по сей день. А если «копать глубже», дарения появились намного раньше – ведь сувениром и подарком было принято задобрить заморского царя и гостей, да и многие найденные погребения фараонов указывают на то, что римские владельцы не жалели денег и творчества на сувениры для своих Богов. Здесь конечно не проследивается промышленных масштабов, но можно констатировать – «сувенирный бизнес» развит не первое тысячелетие.

В России с конца XIX века, когда началось развитие выставочного дела,



любой выставочный павильон был, как и в наши дни, буквально начинен малой сувенирной продукцией: каталогами, проспектами, сувенирными карандашами, дешевыми пепельницами, фарфоровыми безделушками с фирменным знаком изготовителя. История производства рекламных сувениров в нынешнее время едва вмещается в полтора десятилетия, если конечно не считать советские времена, когда массово производили коммунистическую символику, а фир-

менный, дорогой сувенир могли себе позволить только крупные заводы, потому что изготавливали их за границей и за немалые деньги.

В начале 90-х годов, на фоне всеобщего возрастающего спроса и хлынувшего из-за границы товара, новые российские коммерческие предприятия не хотели отставать от



западных, таким образом, в России стали открываться разного рода представительства европейских фабрик по производству и сбыту сувенирной продукции. Они принимали заказы на большие партии сроком изготовления от 2 месяцев, потому что приходилось «творить и ваять» подарки не у себя в стране, а за границей. И тогда стало ясно, что выгоднее и перспективнее завезти технологию, тем более что для этого не требовалось особых финансовых вложений.

Кто он есть Босс сувенирный?

Сейчас, несомненно, на рынке сувенирной продукции доминируют производители Юго-Восточной Азии. Здесь производится 85 % всей сувенирной продукции, а в серии «промо-сувениры» – все 95 %. Убеждать сейчас покупателя в том, что сувенирные часы изготовлены в Германии или Франции – это, по меньшей мере, непрофессионально. Место производства теперь знают все – Китай. А Европа производит совсем недорогие, мелкие сувениры, такие как пластиковые ручки, прозрачные брелоки, и сопутствующие канцелярские товары, доставка которых из Азии дорого бьет по кар-

ману покупателя. Вместе с тем, на сегодняшний день объем рекламно-сувенирного рынка во Франции составляет, по разным оценкам, около 750 млн. долл., в Германии – 4 млрд. долл., в Италии – около 1 млрд. долл., в Норвегии и Польше этот рынок имеет суммарный оборот в размере около 300 млн. долл. В США, до событий 11 сентября 2001 г., рынок рекламно-сувенирной продукции оценивался приблизительно в 20 млрд. долл.

Европейские поставщики в большинстве своем только разрабатывают дизайн сувенирных линий, а затем размещают заказы на производственные предприятия, расположенные в той же Азии. И удивительно, миллиардную армию рабочих «чайной страны» не удивишь многомиллионными тиражами, они организовали «сувенирный бизнес» по выгодной цене не имея складов на своей территории – произведенную под заказ продукцию сразу же отправляют в Европу, или мелкими партиями – в Россию. Российские крупные поставщики обычно получают товар с европейских складов. Вот так вкратце можно «обрисовать» на данный момент мировой «сувенирный бизнес».

О российской «сувенирке»

После спасительной «перестройки» общеэкономический подъем в России благоприятно отразился и на рынке сувениров. Участники рынка отмечают увеличение спроса на качественную и дорогую сувенирную продукцию. В денежном выражении объем этого рынка его участники оценивают примерно в 130 млн. евро. Никакой статистики о том, сколько сувениров ввозится в Россию, сколько производится внутри страны, практически нигде нет. Компании привыкли ориентироваться на собственные финансовые обороты и на собственные





представления о доле рынка. Немаловажно подчеркнуть, что сувенирный бизнес сильно подвержен сезонным колебаниям. За 2 месяца в году – ноябрь и декабрь – поставщики сувенирной продукции делают 40% годового объема своих продаж. Оборот российского рынка «сувенирной продукции», по оценкам специалистов, составляет приблизительно 250-300 млн. долл. в год и ежегодно прирастает на 15-20% в среднем по отрасли. При этом некоторые компании демонстрируют и значительно более существенный рост. Эксперты единогласно сходятся во мнении, что за последние годы российские заказчики стали профессионально разбираться в предложениях бизнес-сувениров и уделяют больше внимания этой составляющей рекламного бюджета, тогда как раньше статьи расходов на сувениры было принято формировать по остаточному принципу. И на это есть несколько основных причин.

В последние годы рекламно-сувенирная продукция неизменно демонстрирует позитивные статистические результаты по своему воздействию на аудиторию. Российские потребители устали от традиционных видов рекламы, а преимущество сувениров, направленных на продвижение собственного бизнеса заключается в том, что они распространяются, по сути, среди целевой аудитории. Основной сувенирный бизнес в России сконцентрирован в двух столицах – Москве и Санкт-Петербурге. Эти фирмы, пред-

Заморский сувенир

Сувенирный рынок на Западе уже завоевал свою нишу и вобрал в себя достаточно серьезный денежный оборот. Вместе с тем следует отметить, что в развитых странах мира сущест-

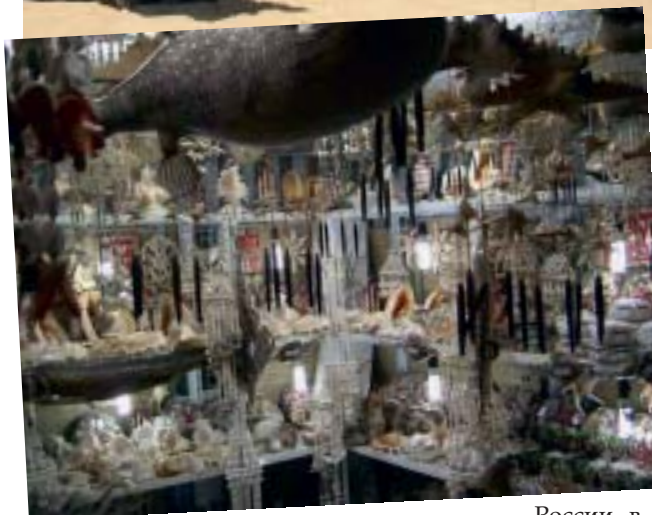


лагающие изготовление сувениров, можно разделить на три основные категории. Первая и самая малочисленная группа – это держатели собственных складов, работающие по собственным каталогам, имеющие развитую дилерскую сеть по всей стране. Таких в стране можно от силы набрать десяток. Вторая группа – это предприятия, работающие исключительно под заказ, базируются они в основном в Китае или странах Западной Европы, имеют сравнительно небольшие склады в России по самым популярным артикулам. Третья группа – фирмы, специализирующиеся на изготовлении узкого спектра продукции по строго определенной технологии: календари, ручки, значки, флаги, текстиль и прочие необходимые бизнесу мелочи – грубо говоря, это ходо-вой товар, в таких фирмах тиражи не многомиллионные, но достаточные для существования производства.

вуют уже довольно давние, сложившиеся традиции «сувенирного дела», рынок рекламно-сувенирной продукции занимает существенную долю рекламного рынка в целом и образует отдельный сегмент. Предприимчивые европейцы во всем находят свои пути развития бизнеса. Диктуют моду на изготовление всего, начиная от дизайна ушка иголки до суперсовременного и вместительного компьютера в ладонях модницы. На сегодняшний день основным производителем и потребителем сувенирной продукции в мире являются США. Годовой оборот рынка США специалисты оценивают примерно в 20 млрд. долл. А оборот сувенирного рынка стран Евросоюза колеблется на уровне 8 млрд. долл. Также эксперты отмечают, что с 2001 года западный рынок переживает серьезный спад: по разным оценкам, снижение составляло порядка 15-20% в год. Можно с уверенностью сказать, что европейский рынок сувенирной продукции только сейчас сумел восстановиться в прежних объемах, а потому взоры руководителей большинства компаний Европы все больше обращаются к России, отечественный рынок становится для них одним из самых привлекательных с точки зрения роста. Европейские умы нацелены «на ваяние» все новых и новых стилей и направлений сувенирно-рекламного бизнеса. Производители из Италии, Германии, Швейцарии, в основном, занимаются высокотехнологичными и дорогими изделиями из металла, такими как известные всему миру ножи Victorinox. Конечно, на рынке существуют и азиатские аналоги этих ножей, качество которых уже проверило время. Европейские сувениры смогли наладить свой собственный конвейер таким образом – «европейская идея создания» – «изготовление за счет сырья третьих стран, используя самый дешевый азиатский труд». К примеру, сейчас вполне обычным стало использование в швейцарских часах японских механизмов, упакованных в китайские корпуса. Как ни крути, но «европейский сувенир» с азиатской начинкой получается.

Аналитики российского сувенирного рынка отмечают ежеквартальный спрос на подарки, сделанные европейскими специалистами: пластиковые ручки и брелоки, зажигалки и кожаные аксессуары – это минимум заказов российских коллег. Набирают обороты деловые подарки или подарки для VIP-персон. Российский заказчик требует самые изысканные формы и виды сувенирной продукции с соответствующим содержанием – это не дает европейцам останавливаться на достигнутых оборотах, предлагая требовательной публике все более и более совершенную продукцию. В России наступила эра «VIP-сувениров», и это на руку западникам, они и только они, могут диктовать моду на сувенирном рынке.

В чем по нашему мнению отличительная особенность российского су-



венира от западного? Она кроется, наверное, в глубине души русского человека. Давно уже не секрет, что самые богатые люди – это русские, купившие «значительную часть» Великобритании и имеющие «увесистый», в денежном эквиваленте, бизнес в Штатах. И, по мнению западных экспертов, российский рынок сувенирной продукции отличается от западного наличием дорогой, эксклюзивной, VIP-продукции, которая представлена только в России. Дело в том, что отечественный рынок еще очень молод, не говоря уже о традициях корпоративной культуры, она еще у россиян только на стадии развития, и потому дарить партнерам, подарки стоимостью 300-400 долларов и выше в нашей стране не считается зазорным. А наоборот, это считается вполне нормальным и обычным делом. Русское хвастовство и соперничество в душе срабатывает. Тогда как на Западе сувениры бизнес-класса стоимостью выше 50 долларов – это крайняя редкость, и законодательством они расцениваются как взятка. И в некоторых странах законодательно предусмотрено, что, при получении такого дорогого подарка, обладатель обязан отдать государству треть его стоимости.

«Национальный сувенир» – миф или реальность?

А как все-таки должен выглядеть «национальный сувенир»? И что по-

нимать под словом «национальный»? Если привязка кроется в российском государстве – это одно понятие, если конкретно к определенному народу, живущему в России – это абсолютно иное, ведь тогда надо будет вырисовывать отдельно «татарский», «калмыцкий», «русский», «марийский», «адыгейский».... сувениры. Они имеют место быть, но все же в общегосударственном понятии должен быть сувенир, олицетворяющий российское государство, народ – так сказать быть визитной карточкой России. И такой подарок был, и я думаю, что останется – матрешка! Поговаривают, более традиционного русского сувенира не существует в природе. Триада «водка-медведь-матрешка» долгое время олицетворяла образ советского человека, а потом и

России, в сознании западного туриста. А если копнуть немного в историю, то окажется, что типично русская матрешка – это просто вариант на тему японской игрушки. В конце XIX века в Москву, на игрушечную



создание русского аналога, в их версии старичок помолодел и предстал в виде мальчика и девочки в национальных русских костюмах. И название новое нашлось – от распространенного в то время женского имени Матрена. Опять получается, что русская матрешка и та с заморскими корнями! Неужели русские умельцы не имели своего промысла сувенирного? Имели. Просто не в таких масштабах. Я думаю, следующие темы для наших разговоров как раз будут о традиционных промыслах российского государства, мастерах-умельцах, и об их достижениях. И обязательно поговорим о европейских мастерах, диктующих моду «сувенирному делу».

Андрей Петров



Article tells a story of Russian folk souvenir and how it could be used for promotions. Traditional tale creatures and wooden toys – could they represent also companies?

фабрику, дочь известного мецената Мамонтова привезла японскую игрушку Фукурума, представляющую собой несколько фигурок лысого старичка, вложенных одна в одну. Фабричные мастера сразу же взялись за

На перекрестке BeeTL и "Пятой Аvenues"

Агентство интегрированных коммуникаций BeeTL, входящее в ГРК ACG и специализирующееся на размещении рекламы в местах продаж, подписало контракт на эксклюзивное размещение рекламы в Торгово-Развлекательном Центре "Пятая Аvenues".

В рамках подписанного соглашения, агентство размещает рекламу на световых коробах, напольных стикерах, парковочных щитах и потолочных конструкциях внутри магазина, а также на фасадах снаружи.

По словам руководителя департамента In Store коммуникаций агентства BeeTL Сергея Гуренидзе, подписание эксклюзивного контракта с форматом ТРЦ позволит агентству предлагать своим клиентам дополнительные возможности размещения, органично интегрируемые в уже имеющийся пакет предложений и значительно расширит возможности рекламодателей в сфере имиджевой рекламы.



Группа Рекламных Компаний ACG, г. Москва

Каталог "Русский элитный подарок"

В рамках каталога "Русский элитный подарок" сформирована коллекция элитных подарков и сувениров для любителей охоты и отдыха на природе. В неё вошли подарочные шампуры с рукояткой из ореха и бронзы в кожаных колчанах с художественной росписью на охотничьи темы, чарки из бронзы с головами зверей (художественное литье), наборы для пикника и охоты в металлических, кожаных и пластиковых кейсах, книги об оружии в кожаных переплётах ручной работы и многое другое.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP-подарки".

РА "АГАТ", г. Москва

Широкоформатная лазерная гравировка

Впервые в России компания АКОМТЕК представляет новую услугу по экспресс-нанесению широкоформатной лазерной гравировки на поверхность любого металла, камня, керамики, также пластика и кожи.

Сама идея лазерной гравировки в России не нова, но возможность обработки металла и камня лазером на площади до 850x500 мм представляется впервые. Лазерный станок работает по принципу обычного плоттера с высоким разрешением, что значительно упрощает процесс любого нанесения и исключает ошибки и брак в процессе работы.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг в рубрике "Лазерная гравировка".

Компания "АКОМТЕК", г. Санкт-Петербург



POS-материалы...теперь с Востока

Специализированная Рекламно-Сувенирная Компания ДАЛЬСУВЕНИР с января 2007 года начинает поставки POS-материалов: стоек, стендов, дисплеев, промостоек, дегустационных столов и многое другое от ведущих фабрик Китая.

Уникальность предложения состоит в том, что изготовление данной продукции возможно по макетам и размерам заказчика. Вся продукция поставляется непосредственно с фабрик. В предложение также включены POS-материалы не разборного, а складного типа, ранее не представленного на российском рынке. Отбор фабрик-производителей фурнитуры и фабрик по сборке проводился более года. В первое время предложения будут представлены двухуровневой системой ценообразования; ПРОМО - наиболее доступные и VIP - высококачественные. По графику открытий представительств в регионах России в настоящий момент работает представитель в Санкт-Петербурге и Новосибирске.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках: "Бизнес-сувениры оригинальные", "Канцелярия для офиса", "Ручки шариковые".

Компания "Дальсувенир", г. Владивосток



Сумочки для мобильного телефона с фотодизайном

Компания "Би-джи дизайн" представляет новую продукцию: сумочки для мобильных телефонов, изготовленные из материала собственного производства по технологии и на оборудовании PHOTOFABRIC.

Изображение нанесено на передней и задней стороне сумочки. Размер подходит практически под любой мобильный телефон современной модели. Сумочки незаменимы для проведения промоакций сотовых компаний и салонов мобильной связи. По Вашему заказу возможно нанесение любого фотодизайна и информации с лицевой и оборотной стороны сумочек.

Подробная информация на сайте компании.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Нанесение методом сублимации".

Компания Фотофабрика, г. Санкт-Петербург



"Профессионал" растит брата...

Международная Ассоциация Презентационной Продукции представляет новый проект - полноцветный журнал "Лидер" для конечных потребителей бизнес-сувениров и канцелярской продукции.

Цель журнала - формировать спрос на конкретную бизнес-сувенирную и канцелярскую продукцию у прямого потребителя этой продукции непосредственно.

Мы предлагаем конечному заказчику покупать у посредников или непосредственно в магазинах ИМЕННО ВАШИ БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КАНЦЕЛЯРСКИЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ, рассказывая о них на страницах нашего журнала и доставляя этот журнал на стол руководителям и ответственным лицам широкого круга крупных и средних потребительских фирм России.

Приходите на страницы журнала "Лидер" - и все конечные заказчики придут к Вам!

МАПП, г. Санкт-Петербург

БУРДЮК ОТ ДЕКО МЕДИА

ДЕКО Медиа предлагает своё решение проблемы запрета грузинских и молдавских вин.

Владельцам магазинов и супермаркетов надо просто перевести запрещённые вина из категории "Виноводочной продукции" в категорию "Сувениры". А, точнее, "Кожаные бизнес-аксессуары", а, конкретней - использовать кожаный БУРДЮК в качестве упаковки для этой "сувенирной" продукции. Чтобы не пропало старое вино. А также увеличить продажи вновь привезённого, заказывайте у нас кожаные бурдюки и продавайте как сувениры! Они должны быть маркированы как непригодные к потреблению вовнутрь, но зато будут пропираренные самим государством не только на Россию и СНГ, а практически на весь мир! Дополнительно к этому можно воспользоваться нашим уникальным предложением: полноцветная печать на коже! Фотография Геннадия Онищенко на кожаном бурдюке с грузинским вином! Есть ли более политически актуальный и рекламно-самодостаточный товарный продукт?

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Упаковка подарочная и атрибуты к ней".

Компания "ДЕКО Медиа" г. Москва



Подводя итоги

Одним из ключевых событий 2006 года для компании ВОКК было начало дистрибуции новой для России торговой марки X-rep, модельный ряд которой включает в себя 15 уникальных коллекций, представленных различными видами пишущих инструментов. Латунный корпус позволяет легко наносить гравировку. Богатый ассортимент позволяет наиболее полно представить продукцию марки в торговой точке и обеспечивает стабильно высокие продажи. За 4 месяца продаж продукция марки была представлена более чем в 350 торговых точках. В наступившем 2007 году ВОКК планирует увеличить дистрибуцию бренда X-rep до 1500 торговых точек по всей России.

Национальная дистрибуторская компания "ВОКК", г. Нижний Новгород



Green LUX переезжает!

В середине января 2007 г. Агентство выставочной печати "Green LUX" переезжает в новый офис на Новочеркасский проспект (ст.м. Новочеркасская). Рядом: Красногвардейская площадь, Большеохтинский мост, Газпромсити.

Новые офисные помещения и склад больше прежних почти в 2 раза. Мы собираемся установить дополнительное оборудование, увеличить складские запасы, привлечь новых клиентов и улучшить общее качество обслуживания.

Ждем вас по новому адресу. Все подробности указаны на сайте компании.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Мобильные выставочные системы".

GreenLUX, г. Санкт-Петербург



Деловая полиграфия!!!

Классическую продукцию, без которой пока не обходятся учебные заведения страны, предлагает компания "Деловая полиграфия". С нашей помощью любой колледж или вуз может удовлетворить свои потребности в традиционных зачетках и студенческих билетах. Кроме того, многие учебные центры, ведущие подготовку кадров, курсы повышения квалификации и т.д. нуждаются в свидетельствах, дипломах, удостоверениях, сертификатах, - такую продукцию в твердом переплете традиционно и качественно изготавливает "Деловая полиграфия".
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Переплетные работы".

Деловая полиграфия, г. Курск

И снова о печати



Рекламно-производственный центр "Лидер" расширяет спектр услуг для корпоративных клиентов. Теперь помимо транспортной рекламы, изготовления баннеров и широкоформатных плакатов, появилась возможность развивать еще одно популярное направление - оперативную полиграфию. Быстродействующая система полноцветной цифровой печати Canon позволяет оперативно осуществлять сложные дизайнерские решения для самого требовательного заказчика. Особо радует возможность изготовления средних и небольших тиражей рекламно-представительской продукции на тисненой и металлизированной дизайнерской бумаге, что весьма актуально в череде наступивших праздников. Объявлена сезонная зимняя программа для Рекламных Агентств.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Полиграфия - все виды услуг".

Рекламно-производственная фирма "Лидер", г. Санкт-Петербург

Полезный январь!



10-12 января 2007 года в Дюссельдорфе Ассоциация PSI проводит выставку рекламно-сувенирной продукции! Традиционно считается, что выставка в Дюссельдорфе - это "вся сувенирная Европа". Крупнейшие европейские производители, поставщики и складские компании представят Вам свою продукцию. В прошлом году "44-я" выставка собрала более 17000 посетителей! Вас ждут яркие стенды, незабываемые встречи, интересное общение, знакомство с новинками рекламно-сувенирного бизнеса, а также возможность заключения контрактов и проведения переговоров с интересующими Вас компаниями! До встречи на выставке в Дюссельдорфе!
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Антистрессы".

Компания LEXX Group, г. Москва

Лохнесс удивляет...



Рекламное агентство "Лохнесское Чудовище" продолжает радовать и удивлять своих клиентов оригинальными сувенирами. На этот раз, в преддверии Нового Года, компания изготовила по заказу ОАО "Объединение 45" японские сады с маленькими моделями машинки-миксера, автобетононасоса, завода по производству бетона, а также строительного объекта. Все изделия выполнены из керамики и раскрашены вручную. Второй компонент нового года подарка для ОАО "Объединение 45" - это часы с объемной "шапкой" из керамики. Идея часов выражена в слогане - "Вокруг света за 45 минут". По периметру объемной Земли с картой России едут машинки-миксеры.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Сувениры из керамики".

Рекламное агентство "Лохнесское Чудовище", г. Санкт-Петербург



Новая коллекция бизнес-аксессуаров Avantre

Компания "Меркурий Трейд Логистик" представляет новую коллекцию бизнес-аксессуаров швейцарской марки Avantre - датированные и недатированные ежедневники, визитницы и телефонные книги, а также серия классических портфелей из кожи. Ежедневники исполнены в трех вариантах обложки (гладкая из кожзама, фактурная обложка под кожу и обложка из натуральной кожи) и шести цветах. Коллекция портфелей включает портфели с одним и двумя отделениями, саквояж и папку-портфель. Классический стиль сочетается с контрастной прострочкой. Скругленные формы, стилизованная фурнитура и особая обработка кожи задают неповторимый стиль.
Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции в рубрике "Ежедневники".

Компания "Меркурий Трейд Логистик", г. Москва



Модель последнего поколения дизайнерских разработок

Компания Офис-ОСТ рада представить новинку-2007 - Термопереплетчик Tiko - модель последнего поколения дизайнерских разработок Tiko. Очень простой и удобный в работе. Индикация подключения к сети, готовности к работе, звуковая индикация окончания переплета. Удобная опция - автоматическое отключение включенного термопереплетчика при захлопывании крышки аппарата. Всего за 1 минуту вы можете переплести до 200 листов бумаги плотностью 80 г/м², длиной до 300 мм.

Офис-ОСТ, г. Москва



Новое о вышивке

В этом сезоне "Плюмар" рад предложить своим заказчикам новый для нас способ нанесения логотипа на текстиль - вышивку. Преимуществом данного способа является возможность нанесения логотипа - ярко, красочно, отображая все цветовые особенности логотипа. Опыт и профессионализм сотрудников, а также собственная производственная база, оснащенная современным оборудованием для вышивки, позволяют выполнять заказы любой сложности в соответствии с требованиями и пожеланиями клиента.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Ежедневники".

РА "Плюмар", г. Санкт-Петербург

Новые услуги от компании "Рекламно-Производственная Группа"!!!

Рекламно-Производственная Группа ООО "РПГ" предлагает новые услуги:

- Изготовление широкоформатной печати интерьерного качества, с использованием эко-солвентных чернил, с разрешением 720-1440dpi. Оборудование: ROLAND SJ-645, ширина печатного поля 1600 мм, шестицветная печать;
- Размещение видеорекламы на медиа-комплексах в общественном транспорте и маршрутных такси СПб и области;
- Фото и видеосъемка для создания роликов;
- Разработка нового видео или статического ролика;
- Доработка роликов заказчика.

Собственная база рекламодателей: более 100 медиа-комплексов (ЖК-мониторы 15"-19") на 25 маршрутах города.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Наружная реклама" и "Широкоформатная печать".

ООО "РПГ", г. Санкт-Петербург



Оборудование для изготовления пазлов



Компания "Тендер СПб" предлагает в новом сезоне машины для изготовления пазлов. Технология изготовления пазлов очень проста. Для того, чтобы сделать пазлы, Вам понадобятся: картон толщиной 1мм и самоклеящаяся бумага для струйной или лазерной печати. К слову, себестоимость изготовления пазлов очень низкая, т.к. пазлы вырезаются пазловой матрицей. Количество полученных фрагментов зависит от формата матрицы.

- A3 - 180 фрагментов;
- A4 - 88;
- A5 - 48;
- A6 - 48.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг в рубрике "Мобильные выставочные системы".

Компания "Тендер СПб", г. Санкт-Петербург

Новые струйные принтеры MS – прямая печать на футболках!

Компания "GMP" Санкт-Петербург представляет новинку - принтер итальянской фирмы MS для прямой полноцветной печати на хлопчатобумажной ткани (футболки, рубашки, брюки), коже, древесине и других материалах толщиной до 45 мм. Разрешение печати до 2882 dpi, установленные цвета: 4 + 1 (WHITE). Есть возможность печати на белых и темных материалах. Небольшие размеры принтера делают машину пригодной для использования на небольшом производстве. Он легко переносится, поскольку не требует специальных приспособлений, утилит и систем слива чернил. Все что необходимо для запуска принтеров, это стандартный компьютер и питание 220В.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в классификаторе рекламных услуг, в рубрике "широкоформатная печать".

Компания "GMP", г. Санкт-Петербург

Дизайн Острова Сокровищ

Компания "Остров Сокровищ - ФиннДизайн" объявляет о запуске новой производственной линии. Теперь фирма предлагает своим клиентам все возможности оперативной полиграфии и, в частности, календари по доступным ценам. В ассортименте практически все возможные виды комплектаций настенных календарей, и три вида настольных. На каждый из календарей могут быть нанесены любые изображения и рекламная информация, по желанию заказчика. Также предлагается календарь-плакат. Это может быть интересно для дизайн-студий и крупных рекламных агентств. Основные плюсы таких календарей - в возможности использовать значительную площадь под нанесение, и это же составляет главную трудность - основные творческие и финансовые затраты при их разработке приходятся именно на дизайн.

Остров Сокровищ - ФиннДизайн, г. Санкт-Петербург



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА-ФОРУМ
“ЗОЛОТАЯ РИШКА”
 ПолиграфЭкспо. МедиаИндустрия. Реклама 2007

**4 - 6 АПРЕЛЯ
 2007 ГОДА**

г. Ростов-на-Дону, МегаЦентр “Горизонт”
 (пр. М. Горького 32/2)

- допечатные услуги, печатные услуги, послепечатные услуги
- реклама на TV, радио, аудио-реклама
- реклама внутри помещений
- наружная реклама
- рекламная печать

Тел.: (863) 265-34-45, 262-70-57,
 262-70-56 (многоканальный)
 E-mail: info@plaza-expo.ru www.plaza-expo.ru

ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС “НИЖЕГОРОДСКАЯ ЯРМАКА”

**2007
 ВЫСТАВКА**

**ЕКЛАМА
 & МАРКЕТИНГ**

3-6 АПРЕЛЯ
 НИЖНИЙ НОВГОРОД

Россия, Нижний Новгород,
 ВЗАО “Нижегородская Ярмарка”, ул. Совнаркомовская 13
 Тел.: (8342) 77-53-77, 77-58-85, 77-57-99,
 Факс: (8312) 77-99-76;
 E-mail: vse@yarmarka.ru, pressa@yarmarka.ru,
 http://www.yarmarka.ru

ВТОРОЙ РЕКЛАМНО-МАРКЕТИНГОВЫЙ ФОРУМ ЮГА РОССИИ

ВЫСТАВКА
 В ЭЛЕМЕНТ: РЫНОК РЕКЛАМЫ

**РОСТОВ-НА-ДОНУ
 19-21 апреля 2007**

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- Рекламно-производственные предприятия и рекламные агентства
- Наружная и внутренняя реклама
- Дизайн, корпоративная стилистика и символика
- Сувенирная продукция и канцелярия
- Полиграфическое и упаковочно-этикеточное оборудование и расходные материалы

Тел./факс: (863) 240-32-60, 240-32-61
 rostex@azanet.ru www.rostex-expo.ru

Российская Часовая Компания

Часы с бесплатным логотипом, от производителя.
 Эксклюзивные подарки, сувениры.
 Значки из драгметаллов.
 (499) 978-66-58; 978-62-94
 www.RWC.ru
 RWC@RWC.ru

Добавьте новость о своей компании
 Напишите статью о вашей деятельности
 Представьте продукцию вашей фирмы
 в любом материале может присутствовать ссылка на сайт вашей организации

www.iapp-spb.org

Бесплатная рекламная площадка
 для бизнес - сувенирных фирм

pro-dimex 2007
 2nd International Direct
 Import Exhibition for
 Promotional Products
 31st Jan. - 2nd Feb. 2007
 Cologne, EXPO XXI

**pro
 dimex**

Now also in Las Vegas/USA!
 1st International Direct
 Import Exhibition for
 Promotional Products
 March, 19th - 21st 2007
 The Venetian at Sands Expo, Las Vegas

The trade fair where Asian and East European suppliers will exclusively present their promotional products

Supported by CCPIT's/China Ningbo, Huangzhou, Yiwu, Shanghai, Shenzhen, Zhejiang, Shanxi and by the International Trade development Associations GIC Hongkong, IGCC India, Taitra Taiwan, KOBIA Korea and ITD Hungary.

Exhibitors' statements:

- "We are very pleased with the quantity and quality of visitors, our expectations were fully met." (Monika Promotion, Ondrej Smid, Poland)
- "Real professionals came, our booth was very well visited." (Ningbo Kangrun Import & Export Co. Ltd., Jason Hu, China)
- "More contacts than on other fairs, many German customers, who we don't meet otherwise, enough time to have intensive conversations." (AB Promotions, Andreas Kalberer, Vietnam)

Visit also our educational workshops!

Find more informations and the registration form for your free entry voucher under www.pro-dimex.com or by calling +49(0)211-6009599.

TARSUS

Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

ПОДАРКИ 2007

Международные Специализированные Салоны:

ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА

БИЖУТЕРИЯ И АКСЕССУАРЫ

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ

ВСЕЬ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



ПОДАРКИ. ВЕСНА 2007

26 - 29 Марта 2007г.
Россия, Москва,
Центральный Выставочный Зал «Манеж»,
Манежная пл., 1 и Сапожковская пл.



ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007

25 - 28 Сентября 2007 г.
Россия, Москва,
Выставочный Комплекс Гостиный Двор,
ул. Варварка, д.3
и Центральный Выставочный Зал «Манеж»,
Манежная пл., 1.

ООО «Подарки Экспо»

Россия, Москва, 117036, Черемушкинский проезд, дом 5.

Тел.: (495) 775-25-32, 126-68-14. Факс: (495) 126-01-60

E-mail: expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com



ВСЕМИРНАЯ ВЫСТАВКА

ПОДАРКОВ

28 апреля – 1 мая 2007

Hong Kong Gifts & Premium Fair
Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Очередное крупномасштабное событие в Гонконге, ведущей платформе международной торговли

- Крупнейшая выставка подарков в Азии (номер 2 в мире), более чем 4 200 стендов
- 22 года мы привлекаем ключевых игроков данной индустрии
- Максимально удобное расположение в центре города
- 17 категорий товаров
- Две новые тематические зоны: «Детский Мир» и «Подарки для дам»



Программа бесплатного размещения в отеле предлагается компаниям, посещающим выставку в первый раз.
Связывайтесь с Викторией Таирли по тел: +7-495-9181770, факс +7-495-9560552,
Email: moscow.consultant@tdc.org.hk

 香港貿易發展局
Hong Kong Trade Development Council

in co-operation with


КРОКУС ЭКСПО

АПКОР

6-я международная выставка
КАНЦЕЛЯРСКИХ
И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

СКРЕПКА
ЭКСПО 2007

коллективный
организатор



при поддержке



20-23 марта
2007 г.

в МВЦ "Крокус Экспо"
павильон №2, зал 11

прием заявок на участие
www.apkor.ru, expo@apkor.ru
телефоны: (495) 789 93 80
648 91 38

информационная поддержка

office file

канцелярское
обозрение



Секрет@рь.RU

СЕРВИС



информационная
поддержка

СОВРЕМЕННЫЙ
ОФИС



ЖУРНАЛ
КАНЦЕЛЯРИЯ

БУМАГА

Christmas Time

В Е С Н А

9 Международная торговая ярмарка новогодней и праздничной индустрии

Разделы ярмарки:

20 – 23 марта 2007

МВЦ «КРОКУС ЭКСПО», Москва

Организатор:

Компания «ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты»

Тел./факс: (495) 238 4500, 238 4785, 238 4552

E-mail: annalev@expopark.ru

<http://www.christmas.ru>

Главный информационный спонсор: ВЕДОМОСТИ

- Елочные украшения
- Искусственные ели
- Декоративный свет, гирлянды
- Флористические украшения
- Подарки и сувениры
- Игрушки
- Свечи
- Аксессуары для приема гостей
- Праздничная упаковка
- Карнавальные костюмы
- Пиротехника
- Услуги праздничных агентств

EXPO-PARK

МОНЕТНИЦА – МОДНИЦА, А НЕ ПРОСТО ПОДСТАВКА ПОД МЕЛОЧЬ

Монетница – модная «рекламная тарелка» для мелочи

Практически каждый день человек бывает в магазине, а значит, встречается с этой модницей. Монетница представляет собой особый вид подставки под мелочь и денежные



купюры, тем самым невольно используется для рекламы товаров в кассовой зоне. Выпускаемые сейчас кассовые тарелки могут быть всевозможных форм, размеров и расцветок. Но это сейчас, а всего полтора десятка лет назад для подставки под мелочь зачастую использовались обычные блюда, а то и просто поверхность прилавка. О том, чтобы производить «специальные тарелки» для монет, тогда не было и речи. Но рекламный рынок пришел во все сферы деятельности человека, поэтому кроме основной функции (обеспечивать удобный обмен деньгами), монетницы приобрели еще одну – рекламную. Так монетница стала уникальным инструментом позиционирования. Кассовая тарелка заставляет обратить внимание на потребителя в тот самый момент, когда он раскрывает свое портмоне. Покупатель, не задумываясь, считывает рекламу с подставки, забирая сдачу, тем самым, решая главную задачу рекламной акции. Можно сказать, информация находит потребителя. Конечно, монетница с определенным дизайном позволяет достичь больших результатов.

Монетницы-тарелки изготавливают из разнообразного сырья. От материала зависит презентабельность, прочность, стоимость подставки под мелочь. Чтобы сделать оптимальный выбор, нужно ответить на простой вопрос: в каких условиях будет использоваться монетница? Сегодня наиболее распространены кассовые тарелки из меламина и пластика. Но в дорогих магазинах, салонах и бутиках монетницы выполняют не только рекламную, но и имиджевую функцию. Сердито дешевые подставки под мелочь здесь не годятся, зато идеально подойдут полиграфические и изящные монетницы из комбинированного материала – стекла и пластика. Монетницу можно считать многоэтапной в продвижении товара, потому что сама суть продвижения – рекламный элемент в ней может меняться. Кроме того, возможно использовать разборные

кассовые тарелки из стекла и пластика. Вариант подешевле – акриловая монетница. Вариант подолговечнее – меламина. Подставки под мелочь из акрила и кассовые тарелки из стекла и пластика могут иметь ложементы (полости) для образцов продукции. Это тоже очень удобно. Абсолютная новинка рынка – это монетницы с подсветкой! Механизм включения подсветки очень прост и эффективен. Под тяжестью монет, которые кладутся на поверхность, происходит замыкание контактов. Через несколько секунд загораются светодиоды, которые подсвечивают рекламируемый продукт или логотип.

Подставки под мелочь отличаются большим разнообразием видов и форм. И это правильно: в рекламе выигрывает тот, кто чем-то отличается от других. Дизайнеры проектируют кассовые тарелки как классической формы (строгий квадрат, круг и т.п.), так и монетницы сложной конфигурации. Подставки под мелочь создаются цельными или разборными, из одного или нескольких материалов. Одним словом, монетница сегодня – это целое направление в рекламе. К примеру, меламиновые монетницы имеют только цельную конструкцию. Она обычно имеет вогнутую площадку для мелочи, чтобы деньги не рассыпались, и четыре опоры. Кассовые тарелки из меламина снабжаются рекламными вставками сразу, прямо на заводе. Изображение наносится непосредственно на поверхность, и заменить его нельзя.

Пластиковые и стеклянные кассовые тарелки могут представлять собой как цельные конструкции, так и состоящие из нескольких элементов монетницы. В сумме рекламной вставкой служит самоклеющаяся зеркальная наклейка, которая крепится к обратной стороне подставки. Если требуется регулярная замена рекламных вставок, удобнее использовать составные монетницы. Пластиковые и стеклянные кассовые тарелки состоят из нескольких элементов. Такие подставки имеют открывающуюся полость. Монетница комплектуется сменными полиграфическими вставками из мелованной глянцевой бумаги. Некоторые кассовые тарелки имеют большую полость, куда помещается рекламируемая продукция, называемая в народе «наглядным това-



ющих подставки для мелочи предлагают выполнение полиграфической вставки в монетницу. Это намного уменьшает стоимость конечного продукта – готовой монетницы. Для полиграфической вставки подходит практически лю-

бом». Такая монетница-контейнер наглядно демонстрирует продукт – жевательную резинку, зажигалку или пачку сигарет. Помните, выбирая монетницу, Вы должны учитывать задачи, которые Вы будете решать при помощи «модницы».

Немаловажно получить не просто «голый заказ» в виде каркас-монетницы, большинство фирм, изготавлива-

бая не очень плотная бумага. Вставка, для более удобной и «комфортной» сборки монетницы, должна соответствовать следующим размерам 134,5x194,5мм. Вес монетницы составляет примерно 150 грамм.

Андрей Петров



ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ из пластика, меламина и стекла

НОЭКС

(495) 916-9608 www.noex.ru

МАГНИТ – ПРИЛИПАЛА, ПРОДВИГАЮЩИЙ ТОВАР

Никому достоверно не ясно, когда и при каких обстоятельствах появилась реклама в жизни человека, но все сходится в одном – она появилась тогда, когда только появился сам человек, и образовались торговые отношения, а, значит, купля-продажа. Сейчас даже самый маленький бизнес – и тот с рекламным бюджетом; это понимает как матерый, так и начинающий бизнесмен. И любое рекламное сопровождение товара обязательно включает в себя сувенирную продукцию.



Изготовление сувениров на заказ – услуга, необходимая компаниям, которые ценят оригинальность во всем. Изготовление сувениров на заказ всегда более точно отражает индивидуальность компании и позволяет порадовать партнеров и заказчиков поистине неповторимыми подарками. Изготовление сувениров по желанию заказчика – это разработка оригинальной подарочной продукции из любого материала – дерево, пластик, стекло и т.д.

Сегодня мы поговорим о сувенирах, изготовленных с применением магнитов. Первое упоминание о магните датируется XI веком и представляет собой «сообщение китайцев Шен Куа и Чу Ю об изготовлении компасов из природных магнитов и использовании их в навигации». С началом «технической революции» и активной разработкой механизмов, магнит стал применяться в производстве.

Рекламный магнит или сувенирный магнит – это эффективный и, главное, недорогой бизнес-сувенир. Он может быть любой формы и любых размеров. На его поверхности можно выполнить логотип фирмы, товарный знак, фотографию товара, телефоны организации, и эта информация будет обращать на себя внимание Ваших потенциальных клиентов несколько раз в день. К гибкому магниту может крепиться календарь или мини-блокнот, и они порадуют своей практичностью. По исследованиям, проведенным в США, рекламные магниты присутствуют на 90% домашних холодильников, дверцу которых открывают, в среднем, 30-35 раз в течение дня. Средний срок «жизни» такой рекламы – от 2 до 5 лет. Такое большое количество контактов в течение продолжительного времени с низкой стоимостью производства – не к этому ли стремятся все пиарщики? Получить эффект с наименьшими финансовыми затратами!

Гибкие магниты представляют собой рекламное изображение, нанесенное на эластичный магнитный лист с последующей вырубкой по нужному контуру. Именно магнитная основа обеспечивает «прилипание» к различным метал-

лическим поверхностям – дверце холодильника, водонагревателю или стиральной машине, системному блоку компьютера или офисной доске. Металлическому шкафу или кузову автомобиля. Материал, используемый для производства таких магнитов легок, имеет хорошую механическую прочность и устойчив к коррозии. Одним из коммерческих способов производства рекламных магнитов является промышленный способ, с тиражами от нескольких десятков до сотен тысяч экземпляров; производительностью – десятки тысяч штук в смену; и что немаловажно – стоимость заказа по приемлемым ценам. И все это представляет собой такую технологическую цепочку: офсетная печать – припрессовка пленки (ламинирование) – каширование на магнитную резину – вырубка. На выходе мы имеем магнитный сувенир.

Какие виды рекламных магнитов бывают? Самый простой – магнитная наклейка, это наиболее популярный вид магнитно-сувенирной продукции. Плоский магнит часто становится раздаточным материалом из-за невысокой стоимости и способности визуально привлекать внимание большого количества людей. Блокнот с магнитом – понравится всем, он постоянно на виду, и это отличный инструмент для поддержания активного контакта как между торговой маркой и потребителем, так и между сотрудниками компании. Очень удобно, отправляясь за покупками, составить список необходимых продуктов, не тратя время на поиск бумаги и ручки. Магнитная рамка для фотографий – это оригинальный подарок, фирменный дизайн. Фоторамки с магнитом украсят интерьер дома или офиса и позволят напоми-



нать о дорогих людях и интересных событиях в рамке с вашим логотипом. Ну, а подобное соседство вызовет доверие к вашей рекламной акции или компании. Магнитные пазлы и головоломки – внесите элемент игры в ваше рекламное сообщение. Покупатель получит возможность невольно проверить уровень интеллекта домочадцев или сослуживцев, повесив такой магнит. Магнитные визитки – почему не сделать такую привычную вещь, как визитка – яркой и оригинальной? Вам хочется, чтобы о вас не забыли и оценили ваше чувство юмора по достоинству? Закажите себе комплект магнитных визиток, и скоро она будет красоваться, «прилепленной» к холодильнику.

Магнитный календарь – незаменим не только дома, но и в офисе, в приемных госучреждений. Календари всегда на виду, но порой не во всех помещениях удобно и возможно размещать их на стене. Решение этой проблемы – магнитный календарь. Кроме этого, с магнитными вставками могут быть дисконтные карты и визитки, записные книжки и закладки, линейки, почтовые открытки, азбука и развива-

ющие игры для детей, и многое другое. Но самое главное, обладать «магнитной серией» – это прекрасный вариант для коллекционера. При нынешнем разнообразии выпускаемого товара можно угодить в Книгу рекордов Гиннеса.

Как донести рекламу до покупателя с помощью магнитных сувениров? Рекламный магнит может оказаться на блоке компьютера или на столе в виде фоторамки вследствие раздачи покупателям в торговом зале, рассылки по почте или вложении в качестве сувенира в упаковку, вплоть до



адресного вручения при доставке товара или оказании определенных услуг. Сувенирную продукцию можно считать визитной карточкой Вашей компании для партнеров, сотрудников, чиновников и, особенно, конкурентов. Сувениром становится любой предмет, на который нанесены логотип или фирменный знак Вашей компании. Несомненно, сувенирная продукция сегодня – это неотъемлемая часть маркетинговой стратегии любой уважающей себя компании и успех в бизнесе. Сувенир – это «палочка-выручалочка», он напоминает о Вас тогда, когда Вы спите, когда Вы уже про него совсем забыли, он напоминает о Вас на столе Вашего постоянного партнера или клиента. В конкурентной борь-

бе Ваш магнитный сувенир с фирменным логотипом на столе у клиента может стать аргументом в Вашу пользу и – предметом зависти конкурирующих компаний.

Сейчас никому не нужны тридцать магнитных календарей и пятьдесят рамок для фото. Рекламные сувениры тоже должны быть не просто красивыми и броскими, а оригинальными. К примеру, художник Пьер Проск вместе с двумя исследователями из лаборатории Future Applications Lab шведского института Виктории работают над проектом «Поэтические магниты для холодильника». По его словам, каждый магнит имеет маленький жидкокристаллический дисплей на 16 символов. На этом дисплее магнит может произвольно «произвести» слово, определить

его как существительное, глагол, прилагательное или наречие и передать категорию соседним магнитам, имеющим собственные слова.

Таким образом, магниты могут «общаться» друг с другом, «обучаться» правилам грамматики, изменять слова в соответствии с ними, составляя на холодильнике свои «поэмы и романы». Если человеку не нравится то или иное слово, показываемое магнитом, он может снять его с холодильника и встряхнуть, чтобы получить новое. В теории можно будет просто «перезагрузить» магниты полностью, чтобы они «забыли» все правила грамматики. Изобретатели надеются, что в будущем магниты будут в состоянии «общаться» даже через беспроводной Интернет, представлять собой игры и кроссворды. Разумеется, возникает вопрос: зачем это всё нужно человечеству? А чтобы жизнь была краше! Ищите яркие точки жизни Ваших клиентов, куда еще не проникли банальные рекламные сувениры. Если ваша фантазия не справляется, положитесь на умы, творящие «магниты-прилипалы».

Андрей Петров

Advertising on magnets is not unusual any more. What could be unusual in magnets is idea how to make an interesting product. Calendars, shopping lists, puzzles with high resolution printing are very attractive and cost effective.

Рекламные магниты

449 руб

Рекламный магнит оригинальной формы размером 70 на 60 мм, полноцветная печать с защитной глянцевой ламинацией, общая толщина 0,6 мм

Цена указана при тираже 10 000 экз. без учета стоимости допечатных работ

Упаковка в коробки

WWW.PRINTMAGNET.RU • [495] 784 79 99

Тел.: (495) 257-5452
(495) 257-3588
Факс: (495) 257-3588

http://www.master-media.ru
E-mail: hike@master-media.ru

MASTER MEDIA

**Рекламно-производственная группа
"Мастер Медиа"**

Разработка и изготовление эксклюзивных сувениров из камня и металла.

**ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД
«ВОЕННЫЙ ЗНАК»**

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

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

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

РАНЖ

ВСЕ ВИДЫ
СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

(495) 778 19 16
WWW.RANZH.RU



Пакеты,
ежедневники,
подарки,
бизнес-сувениры
... и все такое

приходите: www.agdp.ru
звоните: +7 (495) 995-97-23
пишите: agdp@agdp.ru

ОЛСАМ
Сувенирная Компания

(495) 981-82-37
natali@allsam.ru
www.allsam.ru



Производство:

значков
медалей
наград
закопок для галстуков
наградных знаков
брелоков

ВОЗДУШНАЯ РЕКЛАМА

Вам нужно провести рекламную акцию? Вы занялись продвижением Вашей компании?

Среди наиболее эффективных и доступных рекламных носителей, можно выделить воздушные шары. Очевидные плюсы:

- они всегда привлекают взгляды
- передают настроение легкости, яркости и тепла
- шарик не скомкают и не спрячут в карман, Ваш логотип будут видеть все.



Панно и гирлянды из воздушных шариков, большие шары, объемные фигуры всегда добавят любому мероприятию ощущение праздника и обязательно привлекут внимание посетителей. Возможностей применения воздушного шара очень много, надо лишь выбрать, что подходит именно Вам!

Быстро придать помещению или зданию праздничный, эффектный вид можно с помощью арки или гирлянды из воздушных шаров. Если Вы хотите, чтобы было сразу видно, кто виновник торжества, на макушках шариков с легкостью печатается логотип. Из шарикового разнообразия цветов

Вы обязательно найдете нужный Вам оттенок. После того, как воздушные шары с рекламой готовы, остается их надуть и раздать, развесить, выпустить. Для наполнения шаров используются гелий или воздух. При создании арок возможно применение шаров разных размеров. Оформление подобного рода выглядит очень презентабельно, а срок его службы в помещении – не менее месяца, на улице же все зависит от погодных условий. Украшение корпоративных торжеств воздушными шарами давно стало хорошим тоном, признаком успеха.



Еще один вариант применения воздушных шаров – панно. Размер панно может быть любой, главное, чтобы на нем хорошо смотрелся Ваш текст или рисунок. Тут все зависит от фантазии. Панно может быть витриной, необычно обернет здание в честь открытия и упакует любой предмет, к примеру, автомо-

биль.

В честь крупного мероприятия лучше всего устроить сброс или запуск шаров. Это будет захватывающей и запоминающейся кульминацией праздника. При этом также возможно создание Вашего логотипа или текста.

Если планируется мероприятие на стадионе или любой другой огромной площади, советую выбрать шар размером 1-4 метра. Он будет виден издалека и сразу привлечет внимание.

Для рекламной акции можно предложить скидку в обмен на шарик, который раздается посетителям на улице. Информация о скидке печатается непосредственно на шаре, или прикрепляется специальный купон.

На выставке можно оригинально оформить стенд, так что Вас сразу заметят.

Как видите, способов применения воздушных шаров огромное количество! Поняв, что Вам нужно для запланированного мероприятия, Вы, уже со знанием дела, обратитесь к «шариковым» мастерам и сможете рассчитывать на быстрое и точное выполнение заказа.

Гусева Александра

Balloons for promo-actions or for more visualization of company's image offer Europe Uno Trade from Saint-Petersburg. No one will put balloon with your logo to the pocket, so it will be always on top.

Европа уно трейд

- ★ Рекламная печать на шарах
- ★ Оформление воздушными шарами и бумагой

Звоните: (812) 604-4435, 604-4436

(495) 748-01-77, 8-800-200-0014

www.balloons.spb.ru

www.SHARIK.ru

АНТАРЕС ООО Рекламно-производственная фирма «Антарес»
Тел.: (495) 609-87-84, E-mail: antares@antares.ru, <http://www.antares-info.ru>

- Бизнес сувениры по каталогам и на заказ
- Текстиль
- Полиграфия
- Нанесение символики (шелкография, тампопечать, лазерное гравирование)
- Упаковка из ПВД, ПВХ, картона
- Фотосъемка
- Дизайн
- И многое, многое другое

Высокое качество по доступной цене

Рекламно-производственная компания
ООО «МЕРКУРИЙ»
При производстве металлических знаков используются современные технологии: литье, горячие эмали, эпоксид, травление, шелкография, штамповка, гальванизация под металл, античное покрытие под старину.

НАГРАДНАЯ И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

mercyriy@mail.ru
тел.: 7(495)748 17 59

Волшебная ручка!
Исполняет 3 Ваших желания!

www.akc-msk.ru

Трехгранные ручки под нанесение!
тел.: (495) 542-04-78; факс: (495) 540-66-11/12

КОРПОРАТИВНЫЙ ПЛЕД

Плед – это предмет быта, который включает в себе столько смыслов и ассоциаций, что стал символом. Плед – это уют, безопасность, домашний очаг и так далее. В торговле американских поселенцев с коренным населением одной из валют были одеяла. Одеяла с надписью «ноги» в доме престарелых у Ильфа и Петрова – самая характерная деталь этого приюта, особенно навевающая тоску. Клетчатый плед дедушки, который сидит в кресле-качалке – сказки, уют, безопасность. Даже камин всегда где-то рядом.

Еще пару лет назад плед, как рекламный носитель, был слабо представлен на рынке сувениров. Предложение ограничивалось двумя-тремя расцветками акриловых и флисовых пледов. Заказчик вынужден был соотносить свои запросы с существующим предложением.

На сегодняшний день ситуация изменилась, и пледы заняли место на этом рынке как полноценная позиция.

Сейчас пледы представлены во всех ценовых категориях. Начиная от недорогих – акриловых, и заканчивая VIP – из 100% новозеландской шерсти. Широкий размерный ряд – до 200х240 см. Предложение не ограничено только классическими вариантами пледов. Это могут быть различные варианты пледов для пикника, дорожных пледов.

Появилась возможность заказать пледы в определенном сочетании цветов (даже при небольших тиражах). Согласитесь, лучшая персонализация для пледа – это плед в корпоративных цветах компании. Вы можете выбрать пряжу для будущего изделия («карта цветов» включает в себя более 300 оттенков), выбрать рисунок пледа («рапорт»), и, утвердив эскиз изделия, через короткий промежуток времени, необходимый для производства, получить свой корпоративный плед.

Когда Ваш корпоративный плед готов, по желанию его можно дополнительно персонализировать традиционными методами. Чаще всего используют прямую вышивку или вышивку на шевроне. Для больших тиражей рекомендуем тканую жаккардовую нашивку. Дорогому шерстяному пледу, возможно, больше подойдет кожаная нашивка с тиснением.

Последний, но немаловажный штрих – подарочная упаковка. Всегда можно выбрать из готовых моделей или заказать что-нибудь индивидуальное.

Плед, как подарок, одинаково хорош для женщин, и для мужчин. У женщин он ассоциируется с домом и уютом, у мужчин с камином или дополнительным аксессуаром в автомобиле.

В качестве подарков пледы заказывают для самых различных целей. Чаще, недорогие акриловые – для рекламных акций. Шерстяные – для различных корпоративных мероприятий – Новый год, День рождения фирмы, 8 марта, 23 февраля и т.д. Пледы для пикника наиболее актуальны в автомобильной тематике. Но конечно, это не является правилом, все зависит от задач, предпочтений и бюджета.

If you need soft and warm business gift what could be better then blanket! Wool blanket could be useful in various accessions and also be easily individualized. Direct embroidery or embodied stickers are usually used for this kind of production, but leather label with blind stamping may be more suitable for wool goods.



КОРПОРАТИВНЫЕ ПЛЕДЫ
НА WWW.PLAID.RU

Шерстяные
акриловые
флисовые пледы

Производство
пледа в
корпоративных
цветах

Персонализация

Индивидуальная упаковка

Работа со склада и под заказ

тел./ факс 1495
533 44 82
234 41 55
info@plaid.ru

VLADI
CORPORATE
WWW.PLAID.RU

ФинДизайн (Санкт-Петербург)
www.findezign.ru
(812)766 09 25 (812)766 09 38
(812)766 09 29 (812)766 09 47

Леон директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495)79 68 100 (495)650 60 34
(495)606 41 99 (495)650 60 29

Остров Сокровищ

представляет:

Две марки - одно качество.
Только лучшее!

WWW.1GIFTS.BIZ

ПО ОДЕЖКЕ ВСТРЕЧАЮТ...

Приближается весна, а ей, как всегда, сопутствует повышение интереса к текстильным изделиям с фирменной символикой. Готовясь к очередному текстильному сезону, необходимо сделать правильный выбор коллекции, ибо именно это на сегодняшний день является основой продаж в данном сегменте.

Ситуация на мировом текстильном рынке такова, что ни Европа, ни Америка уже некоторое время не имеют

собствует им. Многие из профессиональных производителей текстиля для целей рекламного бизнеса стараются добавлять в изделия детали, облегчающие нанесение, как, например, дополнительные скрытые молнии для удобства производства вышивки на одежде с подкладкой.

Две коллекции текстильных изделий, которые мы хотим представить в этой статье, как раз и отвечают в лучшем виде тем требованиям, которые к ним предъявляет наш рынок. Их объединяет наличие всех необходимых качеств текстиля для бизнеса, известность брендов, качество дизайна и материалов изготовления. В то же время коллекции различны по своим визуальным качествам, а в плане ценовых параметров скорее дополняют друг друга, нежели являются конкурентами. Это, уже хорошо известные в России и зарекомендовавшие себя с лучшей стороны, «U.S. Basic» и «Slazenger».

Особенностью коллекции «U.S. Basic» является не только наличие сильного бренда, но и наиболее выгодные цены. Коллекции футболок и рубашек-поло этой марки являются примером наиболее удачного сочетания цены и качества. Достаточное количество цветов и размеров делают эти изделия пригодными практически для любых заказчиков. Все изделия выпускаются из материалов, тщательно отбираемых поставщиком, и естественно рассчитанных на то, что они будут использоваться для

возможности конкурировать на этом рынке с производствами Юго-Восточной Азии. Именно поэтому, на большинстве текстильных изделий можно прочесть, что они изготовлены в Индии, Китае, Вьетнаме, Бангладеш и т.п. Расхожее мнение гласит и по сей день, что сделанные в этом регионе изделия не обладают достаточным качеством. Конечно, отчасти это правда, но если серьезно взглянуть в рынок этих изделий, то альтернативы так называемым «китайским» текстильным изделиям просто нет. Те, кто тешит себя надеждой на приобретение текстиля, который бы был сделан где-нибудь в другом месте, просто мечтает! Таких изделий больше не существует.

Осознав этот факт и приняв его как данность, нужно сместить акцент выбора текстильных изделий со страны-изготовителя на ту марку, которая эти изделия представляет на рынке. Именно здесь и найдутся самые главные критерии выбора изделий. Все существующие, так называемые, «западные» марки текстиля имеют либо свои собственные (как «Fruit of the Loom», например), либо работающие на них по условиям договора, заводы в зонах низких зарплат. На этих предприятиях происходит непосредственное производство изделий, процесс в основном автоматический и не очень сложный. Настоящее отличие одной марки от другой состоит не в стране производства изделий, а как раз во всем остальном. Это и дизайн изделий, который большинством больших марок делается

«внутри» фирмы, и качество используемых материалов, его цвета, окраска, состав. Это и размерный ряд, а также, безусловно, наличие или отсутствие деталей, как фактора зависящего от стоимости изделия. Поэтому, делая выбор текстильных изделий для продажи своим заказчикам, стоит, прежде всего, обращать внимание именно на эти детали. Ну и немаловажным фактором в выборе текстиля, конечно, является понимание фирмой-изготовителем особого предназначения того текстиля, который должен предлагаться в нашей отрасли. Весь текстиль должен иметь поверхностную обработку, которая не препятствует производству нанесений на изделия, а еще лучше спо-

производства нанесений. Еще одной отличительной чертой текстиля этой марки является наличие внутри коллекции мини-коллекций изделий одной цветовой гаммы. Таковы, например, изделия серии Runner, состоящие из мужской и женской рубашек-поло, рубашки регби, мужской и женской флисовой куртки, жилетки и куртки одного стиля и цветовой гаммы: темно-синего/синего или темно-синего/красного. Используя такие коллекции, можно подобрать изделия корпоративного текстиля для всех сезонов и всех работников фирмы, несущих элементы одного стиля. Среди известных изготовителей текстильных изделий, к сожалению, очень немногие могут похвастаться такими коллекциями внутри коллекций.

Второй особенностью коллекции «U.S. Basic» является полнота ее ассортимента. В коллекции широко представлены как футболки, рубашки, свитера, флисы, куртки, так и реже встречающиеся в подобных коллекциях изделия для активного отдыха. Это и большая коллекция рубашек, жилеток, шорт и более утепленных изделий для тех, кто привык проводить свободное время на воздухе. Помимо ценовой привлекательности и широкого ассортимента изделий, «U.S. Basic» может быть желанным и полезным подарком, что и является одной из главных задач любого изделия, которое классифицируется как презентационная продукция.

Марка «Slazenger» уже давно зарекомендовала себя на рынке текстильных изделий и не нуждается в отдельном представлении. Особенно хорошо известна она любителям спорта, в частности, тенниса, для которого «Slazenger» не только выпускает одежду, но и является спонсором многих турниров. Коллекцию отличает оригинальный дизайн, наличие большого количества цветовых решений и сочетаний. Наличие большого количества деталей в каждом изделии не может не сказываться на цене, однако, заплаченные за этот текстиль деньги неизменно возвращаются в виде удовольствия использования этих изделий, а в нашем случае, еще и в виде довольно подарком заказчика или сотрудника фирмы. Поскольку «Slazenger» ориентирован на спортивную одежду, это не



другим корпоративным текстилем, связанную с тем, что логотип марки всегда напечатан на изделиях с достаточной видимостью. Обычно производители корпоративных текстильных изделий стараются убрать марку с видных мест, освобождая их тем самым для нанесений символики фирмы-заказчика. Этот же производитель нарочито оставляет «свои следы» на изделиях. Хотя следует признать, что логотипы обычно печатаются в таких местах изделий, которые вряд ли будут использованы для корпоративных нанесений – под воротником на плечевой части спины изделий, на рукавах рядом с манжетой и т.п. Марка «Slazenger» стоит в одном ряду с самыми известными марками спортивной одежды, и именно поэтому производитель считает, что наличие ее в каком-либо месте корпоративного изделия не только не нанесет вреда фирменному стилю, а лишь добавит ценности такому изделию.

Прошли безвозвратно те времена, когда заказчик интересовалась в текстильных изделиях лишь их цена, а качество всегда оставалось в ее заложниках. Так же как ушло время бесполезных покупок на рекламном рынке. Нынешний заказчик понимает, что лишь тогда деньги потрачены не впустую, когда изделия, подаренные тобой, будут использоваться, и лишь тогда и рекламная идея, и сама подарочная идея хороши, если получатель такого подарка останется доволен им длительное время. Именно поэтому самое время предлагать заказчикам текстильные изделия сильных торговых марок, которые будут долгое время напоминать об их дарителе и создавать позитивные эмоции в отношении него.

Обе текстильные коллекции широко представлены фирмами, входящими в каталог «Остров Сокровищ». В Москве изделия можно приобрести в компании «Леон Директ», а в Санкт-Петербурге в компании «Остров Сокровищ-Финндизайн».

Лео Костылев

One of the oldest promotional business companies presents novelties of two textile collections: US Basic and Slazenger.

«Остров Сокровищ-Финндизайн»
(812) 766-09-25; www.finndesign.ru

«Леон Директ»
(495) 796-91-00; www.leondirect.ru

ELITE-LINE – НАВСТРЕЧУ ПРЕКРАСНОЙ ПОЛОВИНЕ

ELITE-line представляет женскую коллекцию одежды для промоушн

Промоодежда ELITE-line пользуется заслуженным доверием многих рекламных агентств и корпоративных клиентов. Развитая сеть региональных представительств, жесткий контроль качества на производстве, разумная ценовая политика, стабильное присутствие продукции на складе, широкий спектр услуг по нанесению фирменной символики и бесперебойные поставки – все это позволило ELITE-line за сравнительно короткий срок создать солидную базу постоянных клиентов. Сегодня ELITE-line – это нечто большее, чем просто одежда для промоушн. ELITE-line – это целая концепция, предполагающая непрерывное изучение рыночных тенденций и серьезную работу по облегчению процесса сотрудничества с клиентами. Важный элемент этой концепции – обновление ассортимента и цветовой гаммы продукции.

Женская коллекция одежды для

промоушн – новинка, открывшая новую страницу в истории бренда. Создание женской коллекции промоодежды стало существенным шагом навстречу клиентам.

Если говорить о футболках, то для женщин ELITE-line предлагает, помимо классических цветов (красный, оранжевый, желтый, светло-зеленый, зеленый, голубой, синий, черный, серый, меланж, белый, бордовый), исконно женский цвет – розовый. По крою женские футболки также значительно отличаются от традиционных футболок «унисекс» – если футболки «унисекс» идут без боковых швов, то женские шьются с боковыми швами. Приталенный силуэт и лайкра подчеркивают фигуру и позволя-

ют девушке быть женственной даже в одежде для промоушн. Это очень важный фактор, потому что после проведения мероприятия одежда, которая не нравится и плохо сидит, гарантированно будет отправлена туда, где она точно не будет обеспечивать узнаваемости бренда. Поэтому ELITE-line настаивает на том, что промоодежда должна быть качественной и стильной, чтобы было желание носить ее в повседневной жизни.

Сегодня у банальной промофутболки есть множество достойных соперников. Так, для женщин ELITE-line предлагает приталенные рубашки поло с коротким рукавом. Отличительные черты рубашки поло – эластичный воротник с лайкрой, усиливающая тесьма по вороту и в плечевом шве, боковые разрезы и двойные швы стретч-нитью по пройме, рукаву, горловине и низу изделия. Женские рубашки поло



можно заказать как с пуговицами, так и без них.

Особое внимание стоит обратить на утепленную одежду для промоушн, которая занимает отдельное место в коллекции ELITE-line. Теплые толстовки флис, представленные в женской коллекции одежды, отлично подходят как для зимних, так и для летних промомероприятий. Если это летнее мероприятие на открытом воздухе или, тем более, любое зимнее мероприятие – «тимбилдинг», тренинг или презентация в загородном отеле – теплые вещи

здесь точно будут необходимы. Женские толстовки флис не лишены элегантности. Благодаря застежке на усиленной пластиковой молнии, манжетам и открытым двойным декоративным швам вещи отлично садятся по фигуре. Толстовки дополнены карманами, что делает их особенно удобными.

Изделия женской коллекции доступны в следующих размерах: S, M, L и XL.

Так сложилась практика, что большинство промоутеров, встречающих нас на выставках, в торговых

комплексах и других оживленных местах – это девушки. Кроме того, в отдельных сферах деятельности заняты по большей части женщины, и существует огромное количество компаний с большим процентом женского коллектива. Поэтому для ELITE-line стало важным предложить клиентам такую одежду для промоушн, которая бы не портила облик прекрасной половины человечества. Результат этого стремления – женская коллекция промоодежды, представленная в ассортименте всех дилеров ELITE-line в России.

ELITE-line represents new collection of ladies' corporate textile. Four sizes and lot of colours and models must fit everybody.

ELITE-line®
одежда для promotion

www.elite-line.ru

Компания ЭКОТЕЛЬ
производит полотенца с логотипом
на собственном оборудовании



тел.: (495) 107-6034 ecotel21@inbox.ru
www.ecotel21.ru



**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ
КУПОНА СКИДКА 5%**
**Любая реклама
на полотенцах**
Гибкие системы скидок
для рекламных агентств

www.maxra.ru
www.polotence.net
dmmkv@dol.ru
atrium04@inbox.ru
(495) 317-35-81, 317-23-09
(495) 317-28-72, 317-35-77

СУМКА РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Повседневные, бытовые носители имиджевой рекламы раздела ВТЛ, вероятно, самая неосвоенная рекламная отрасль. На таких функциональных вещах, как автомобили, телефоны, сумки и т.д., имиджевые рекламные послания смотрятся более убедительно, чем где бы то ни было. Тра-

це, – такие же сумки, только меньше размером и, например, с другим слоганом.

Стройбазы, с которых ежедневно увозят тысячи единиц продукции, в том числе и достаточно дорогой, имеют возможность представить выгодную альтернативу такому



диционные рекламоносители часто вызывают предубеждение своим существованием, и разработчики рекламы вынуждены вкладывать в нее двойную убедительную силу – для того, чтобы привлечь внимание к рекламируемому объекту, и для того, чтобы побороть в зрителе это предубеждение, привлечь его внимание к самому шуту. Есть и другие рекламоносители – с «неподмоченной репутацией». Эстетически грамотно оформленная реклама на сумке воспринимается ненавязчиво и стильно.

Выразительное изображение или знак, помещенный на сумке, показывает и ежедневно напоминает владельцу и окружающим, чем занимается компания, к чему стремится и каких ценностей придерживается.

Способов применения этого рекламоносителя может быть очень много. В каждом из приведенных ниже примеров может быть свой случай, мероприятие, событие (например, изменение стратегии развития фирмы, или просто рождение дочки директора). Для каждого из них можно сделать сумку, используя все возможности кроя и нанесения, а также воображения заказчика и разработчика.

Небольшая компания, насчитывающая десять-двадцать человек и имеющая необходимое количество сумок оригинального кроя, с эмблемой, лейблом фирмы, со слоганом или картинкой, объединит коллектив этой акцией. Рекламная или имиджевая кампания может быть разработана специально для оформления такой сумки, то есть под конкретную цель и рекламоноситель – инструмент её достижения.

Салон автообслуживания, заказавший небольшую партию качественных сумок, с пожеланиями, возможно, даже нескольких видов, приобретает возможность делать подарки, отмечая ими «избранных» клиентов.

В фирмах, занимающихся транспортировкой грузов, большие сумки или поясные кошельки водителей с логотипом станут ежедневным напоминанием работникам, клиентам и партнёрам о духе компании.

Строительные фирмы, обеспечившие своих прорабов удобной и информативной тарой для рабочего инвентаря, имеют в запасе хороший стимул для рабочих, стремящихся вверх по карьерной лестнице.

явлению, как продуктовые полиэтиленовые пакеты с лейблами супермаркетов.

Перечисление примеров использования сумок в рекламных кампаниях здесь прекращается. Тот, кто имеет дело с вышеперечисленными организациями, сможет придумать гораздо больше таких примеров, самое главное – не оторванных от реальности, а заказанных под конкретный срок и сумму.

Новое – это хорошо забытое старое. Вещь, которая использовалась столько, сколько существует разумный человек, в 21 веке находит бесконечное количество новых вариантов применения – на рынке рекламы и презентации.



Article tells about bags and the way they could be used in promotional market. Even small quantities of sport or business bags could be produced in Russia according to company's colours and with corporate logo.

МаксФил
МАКСИМАЛЬНЫЙ КОМФОРТ в миниальном пространстве



кейсы • сумки • рюкзаки • портфели • косметички • несессеры • футболки • толстовки • бейсболки •

разработка и производство рекламной имиджевой продукции с нанесением логотипа заказчика методом шелкографии и вышивки

тел. (4722) 36-19-90/91/92; факс (4722) 36-19-93
www.makspil.ru E-mail: makspil@mail.belgorod.ru

(495) 147-35-05 / 143-87-74

ЖДАТЬ НЕ НАДО!



ВСЕ УЖЕ НА СКЛАДЕ!

www.realsector.ru

“Швейно-галантерейная фабрика”
Собственное производство рекламной имиджевой продукции.
308015 г.Белгород ул.Сумская Д.12
тел./факс 8-4722-36-77-76 / 57-88-94
www.sumki.bel.ru
kotikov@bel.ru
sergei_kotikov@mail.ru



Что подарить на 23 февраля и 8 марта

Близятся 23 февраля и 8 марта, и наверняка многие задаются вопросом о том, что подарить друзьям, партнерам и коллегам в эти праздники.

Первыми озадаченными оказываются женщины. Им нужно не просто преподнести подарок коллегам и партнерам, но и сделать это очень продуманно, так, чтобы мужчина почувствовал, что к нему относятся с уважением и воспринимают как интересную личность. Едва успев выразить свою благодарность, мужчины начинают задумываться, как порадовать прекрасную половину человечества в день 8 марта. Женщинам нужно показать, что их любят и ценят, а, главное, что их слабости воспринимаются как достоинства.

Выбирая подарок мужчине или женщине на 23 февраля и 8 марта, большинство из нас чаще всего останавливается на подарках, которые кажутся

традиционно мужскими или женскими. Однако важно понимать, что в наше время женский подарок – это не всегда пудреница в виде сердца или вазочка. Так же, как и мужской подарок – это не всегда что-то, связанное с боевой славой или военными подвигами. Сегодня в деловом мире строгая бизнес-леди и мужчина, проявляющий больший интерес к котировкам акций, чем к танкам – это скорее правило, чем исключение.

Так что же стоит дарить коллегам и партнерам на 23 февраля и 8 марта?

Достойный ответ на этот вопрос можно найти в каталоге Millennium Gifts, предлагающем большой выбор подарков и сувениров, которые можно отнести как к категории только мужских или только женских, так и к категории «унисекс».

ДАМЫ

Классический женский подарок – музыкальная шкатулка для драгоценностей от Giglio. Отделения, обшитые мягкой материей, специально предусмотрены для колец, подвесок, браслетов, колец и прочих женских радостей. Разнообразие форм, внешнего оформления и внутреннего устройства шкатулок Giglio удивит даже самую требовательную даму. Музыкальная шкатулка – символ изысканной классики и тонкого вкуса. Сделать такой подарок – значит подчеркнуть артистичность и одаренность дамы, по достоинству оценить ее кругозор и пристрастия в искусстве.



Ручки, созданные специально для женщин, сегодня можно найти у многих производителей пишущих инструментов. Пожалуй, самые утонченные экземпляры – в коллекциях Korloff и Bossert&Erhard. Яркие цвета и изящные



линии, характерные для этих ручек, делают их бесконечно привлекательными. Ручка бизнес-леди не должна быть черной или серой. На этом настаивают оба производителя, единодушно предлагая дамам красный, оранжевый, голубой и синий цвета. Korloff даже немного расширил это предложение, дополнив его насыщенным желтым, розовым и зеленым.



Футляр для визитных карт Dalvey

Футляр для кредитных карт и зажим для денег Dalvey

Порадовать женщин решила и известная во всем мире шотландская марка Dalvey. Деловым дамам Dalvey предлагает бизнес-аксессуары в розовом и сиреновом исполнении – футляр для кредитных карт, зажим для денег, футляр для сигарет, дорожные часы и кошелек.

Прекрасный подарок для женщин, рассчитывающих свое время по минутам – изящные настольные часы от Credan. В создании этих маленьких произведений искусства используется техника золотой инкрустации. Проработанные до мельчайших деталей, эти часы станут роскошным напоминанием о том, что женское время ценится особо.



Кстати, поклонникам часов придется по вкусу еще один интересный подарок – шкатулка для часов. Renzo Romagnoli предлагает дамам широкий выбор шкатулок для хранения часов и ювелирных украшений. В арсенале Renzo Romagnoli – только высококачественные материалы, самые интересные и порой неожиданные дизайнерские решения. Шкатулки, отделанные кожей безупречной выделки, доступны в самых разных цветовых исполнениях, в том числе и в любимых женских цветах – розовом и красном.



Шкатулка для ювелирных изделий Renzo Romagnoli

ГОСПОДА

Подарок мужчине не всегда должен быть функциональным и практичным. Мужчины тоже мечтают и увлекаются: романтик живет в каждом из них. Главное, умело его разбудить.

Игровые принадлежности от Renzo Romagnoli или Bradford – отличный подарок для мужчин, склонных к риску и смело шагающих навстречу трудностям. Жизнь без риска скучна и однообразна. Аксессуары для игры в кости, карты, шахматы, бинго, нарды или рулетку – символическое подтверждение этого факта.



Подарочный набор для игры в рулетку Renzo Romagnoli

Подарочный набор (домино+карты+кости) Bradford

Азартные игры и сигары – удовольствие только для смелых персон, тех, кто ценит кратковременные наслаждения и с улыбкой смотрит в будущее. Сигара – символ успеха и состоятельности. Курительные принадлежности и сигарные аксессуары от Renzo Romagnoli, Humidif, Woodmax или Giglio станут отличным подарком, который непременно оценит по достоинству любой мужчина, претендующий на звание успешного человека.



Хьюмидор на 100-120 сигар Woodmax



Хьюмидор на 20 сигар Giglio

Какой юноша не мечтал стать моряком! Эту мечту частично воплотят в жизнь подарки из коллекции Sea Power, будь то часы в виде штурвала или иллюминатора, подзорная труба или свисток боцмана.



Подзорная труба Sea Power

Анна Маморцева,
PR-менеджер проекта Millennium Gifts,
www.mgifts.ru

Безусловно, нельзя не упомянуть традиционные мужские подарки, уже давно ставшие классикой, – настольные наборы и мужские аксессуары из кожи и металла. Здесь пространство выбора огромное.



Настольный набор Renzo Romagnoli

Настольные наборы можно найти в коллекциях ведущих мировых производителей офисных принадлежностей в самых разных ценовых категориях. Это могут быть и наборы средней ценовой категории от Olmecs, и наборы VIP-класса от Edwood, Woodmax или Renzo Romagnoli. При этом важно понимать, что даже наборы средней ценовой категории (стоимостью от 2000 до 6000 рублей) – это наборы, достойные стать подарком. Невысокая стоимость подарка не означает низкое качество. Цена набора зависит от материалов, из которых он сделан, от концептуальности набора, от количества предметов.



Настольный набор «Бочка» Olmecs



Зажим для денег, запонки и зажим для галстука Underwood

Аксессуары – изделия из кожи, запонки, зажимы для денег и другие интересные вещицы, созданные специально для мужчин, предлагают известные мировые бренды – MontBlanc, Korloff, Dupont, Delta, Dalvey, Silles и Underwood. Аксессуары для мужчин – универсальный подарок, не требующий изучения личных пристрастий человека.

В целом, важно отметить, что подарок на 23 февраля или 8 марта должен не только подчеркивать самые яркие стороны личности мужчины или женщины, которым он преподносится. Подарок непременно должен отражать дух отношений, сложившихся между дарителем и одариваемым. Если речь идет о риске и смелых решениях, то любые игровые принадлежности станут прекрасным, а главное, символическим подарком и для женщины. Если эти отношения характеризуются тонкой гармонией и детально проработанной организацией, лучший подарок в данном случае – коллекционный сувенир из коллекции Credan или Vanbo, который придется по душе как разбирающейся в искусстве женщине, так и мужчине с хорошим вкусом. И, наконец, самый универсальный подарок – винный набор. Иногда необходимость в пробке и штопоре испытываем все мы – и мужчины, и женщины.

КАЛЕЙДОСКОП 2007. В МОДЕ ЭМОЦИИ!

В последнее время маркетологи отмечают ослабление воздействия традиционных рекламоносителей. Вынужденные искать новые подходы к уставшей от массовых посылов аудитории, они все чаще обращаются к рекламным сувенирам как к одному из эффективных инструментов управления отношениями с клиентами. Подарок – незаменимый коммуникационный инструмент, особенно если задача рекламной акции – установление эмоциональной связи с потребителем.

В наши дни вся реклама становится более эмоциональной. Вспомните рекламу таких известных брендов, как БИЛАЙН, МТС, СПОРТМАСТЕР и др. На смену войне «тарифных планов» пришли яркие образы, чувства. На рынке рекламных сувениров эмоции также берут верх и на смену консервативным, офисным аксессуарам приходят теплые, яркие, веселые подарки. Эта тенденция отчетливо отражена в новой коллекции КАЛЕЙДОСКОП 2007.

Реклама на воздушном змее

Яркое небо, усыпанное воздушными змеями – теперь это не только картинка из китайской жизни. Многие европейские компании часто используют этот красивый трюк в своих рекламных акциях. Устроить подобный праздник и навсегда остаться в памяти потенциальных клиентов можете и Вы: в коллекции КАЛЕЙДОСКОП представлены большой и маленький воздушные змеи в красно-сине-белых цветах российского флага.



Укройся от дождя! Новая коллекция зонтов.

Новая коллекция зонтов, в которую вошли зонты разных ценовых категорий и самых разных цветов, тоже порадует наших заказчиков. Темно-синий зонт из коллекции ORIENT EXPRESS – отличный подарок для босса и важного партнера.

Разноцветные зонты «PROMO» – отличный инструмент для промоакции.

Специально для автолюбителей и всех автомобильных компаний – зонт «КОРОБКА ПЕРЕДАЧ». Стильный большой зонт «ГОЛЬФ» (его диаметр 132 см) – надежно укроет от дождя даже двоих человек и, вопреки непогоде, подарит отличное настроение.



Яркие брелоки

Рекламный сувенир должен быть ярким, привлекательным, запоминающимся.

Поэтому даже в коллекцию металлических брелоков мы добавили больше ярких красок. Популярность брелоков в мире бизнес-сувениров обусловлена тем, что именно брелок, верный спутник ключей и постоянный обитатель наших карманов, барсеток и сумочек, является недорогим, но очень востребованным носителем рекламной информации. Выбирая брелоки для раздачи во время выставки, промо- и BTL-акции стоит остановить свой выбор на ярких, цветных брелоках из коллекции КАЛЕЙДОСКОП. Такой сувенир каждый день будет радовать глаз и надолго останется и в памяти, и в кармане Вашего заказчика!

Креативные игрушки

Как и дети, все взрослые любят игрушки. Креативные игрушки из коллекции КАЛЕЙДОСКОП развивают способность анализировать, тренируют логическое мышление, помогают расслабиться, отвлечься от рутины дел, дарят удовольствие и радость. В то же время игрушка является эффективным бизнес-сувениром и маркетинговым инструментом, так как притягивает внимание окружающих, вызывает всеобщий интерес, длительное время находится в поле зрения и в руках человека, создает позитивный имидж. В разделе игрушки коллекции КАЛЕЙДОСКОП Вы найдете такие игрушки, как «Лестница в небо», «Конструктор», «Игротека», «MAGIC BALL». Среди новинок – веселая деревянная игрушка «CRAZY TOWER». Попробуйте на шаткой поверхности выстроить башню из разноцветных кубиков. Если повезет – Вы победитель!



Теплые пледы

Теплый мягкий плед – не новая позиция в нашей коллекции, но, по-прежнему, всеми любимая и популярная. Именно поэтому мы расширили линейку пледов в нашем каталоге. Теперь в нем представлены акриловые, флисовые, шерстяные и полшерстяные пледы на любой вкус и кошелек. Пледы дарят ветеранам, сотрудникам, заказчикам, партнерам. Подарок актуален в любое время года, с ним комфортно и тепло и дома у камина, и в дороге, и во время пикника на природе.



Рекламные сувениры вошли в нашу повседневную жизнь. Чтобы Ваш подарок заметили среди пестрого многообразия сувенирки, вложите в него эмоции!

Company Renaissance College from Moscow introduce new collection of their «Kaleidoscope 2007» catalogue. More sensitive gifts are requested by market and they know what could be offered.

Светлана Зыкова,
Генеральный директор
компании «Ренессанс Колледж»

МЕТАЛЛ И МАСТЕР

Мужчина испокон веков считался защитником своего рода, семьи, добытчиком пищи, и главным помощником



его был охотничий нож. В средние века нож перешел в разряд средства обороны и символа благополучия сильного пола и, со временем, превратился в изысканный сувенир.

В этой группе подарков специалисты выделяют высококачественные, иногда специализированные ножи, прошедшие сертификацию и допущенные к свободной продаже. Такой нож может быть очень похож на свой боевой или охотничий аналог, не отличаясь от него ничем – ни маркой или качеством стали, ни балансировкой, ни исполнением.

Металл всегда играл в жизни мужчины важную роль. Он применяется во всех областях жизни и деятельности. Из простого куска железа, проходя разные процессы обработки от горячейковки до шлифовки и сборки, специалист, соединяя дерево с металлом, создает удивительное изделие. Не перевелись еще на российской земле такие мастера, которые до сих пор делают удивительные вещи. Это подарки, достойные настоящих мужчин.

В зависимости от личности получателя будущего подарка можно выбрать один из следующих типов ножей: охотничий – это подарок увлекающемуся охотой и рыбалкой; военный – соответственно, военному, или когда-то мечтавшему стать служащим; нож водолаза – для любителя подводного плавания, и, наконец, нож парашютиста и скалолаза – экстремалу, любящему приключения.

Клинки ножей, в основном, изготавливают из нержавеющих марок сталей 65х13; 95х18; всемирно известной и признанной Дамасской стали. Ко времени крестовых по-

ходов о дамасских клинках и доспехах ходили легенды, одна из которых была описана в романе Вальтера Скотта «Талисман». Дамасская сталь представляет собой кованую многослойную сталь без хромовых добавок. После искуснойковки дамасская сталь приобретает исключительную прочность, вязкость и характерный узорчатый рисунок.

Кроме всего прочего коллекционеры, собирающие «предметы храбрости» разнообразные по назначению, форме, виду ножей и клинков будут благодарны прекрасному подарочному набору, состоящему из нескольких ножей, мачете и топора. Удобный кейс собственного изготовления, инкрустированный металлом и кожей в сочетании с коваными ножами, – подчеркнет изысканность такого подарка. Такие надежные кейсы предназначены для охоты, туризма, рыбалки, выезда за город с семьей и с друзьями.

Подарочные наборы уникальны и неповторимы в своем исполнении: художественная работа по коже придает им элегантность и красоту. Кроме того, возможна персонализация, путем нанесения соответ-



ствующих надписей, лейблов или гербов.

Для изготовления рукоятей ножей используются разнообразные породы древесины: орех, дуб, ясень, наборные ручки из бересты и кожи. Композиция из дерева и могучей стали – это воплощение силы в Природе. А воспетый подарком защитник Отечества – мужчина – будет нести защиту и добро в каждый дом.

Андрей Петров

Entrepreneur Barinov from Vorsma represent in his article different kinds of knives. Knives for hunters, fishers and other active life style and also big souvenir set in leather boxes. Could be individualized with laser engraving and this way also be a part of promotional business.



ИП Баринов С.А.
Подарочные наборы и ножи.
Нижегородская область, г.Ворсма, Усадьба Совхоза д.1Б
тел./факс (83171) 6-64-23
e-mail: sebaro@mts-nn.ru

ДЕЛОВЫЕ ПОДАРКИ LIST

Ежедневники, тел. юнги, планинги, органайзеры, классеры, визитницы, брелоки, фляжки, зажигалки, фотоальбомы, гостевые юнги, коробки, ключницы.

ПАПКИ для офиса, конференций, бумаг, адресные, меню.

ООО "ПОЛИГРАФ СТУДИЯ ЛИСТ"
e-mail: liststudio@list.ru, тел./факс: (495) 730-1831, (495) 262-1813.
www.liststudio.ru

www.arnigifts.ru arni@arnigifts.ru

Кухня, Освещение, Дом, Компьютеры, Игрушки, Спорт, Медицина, Автомобили, Транспорт

АРНИ
оригинальные бизнес-сувениры тематические подборки
7 (812) 380 7240, 337 8380
575 9732, 575 9734

прямые поставки!

Компания МЕЗА

Представительские подарки, бизнес-сувениры из натуральной кожи.

Традиции
Стиль
Качество

Производство изделий из натуральной кожи, нанесение логотипов. Подарочные упаковки.
e-mail: meza@aha.ru, <http://www.meza.ru> Тел. (495) 656-09-54, 656-09-67

Фловер Люкс

Новая весенняя коллекция
VIP-открыток: строгие классические, нежно-романтические, "hand-made", художественные, ароматизированные. Широкий выбор, на любой вкус!!!

(495)
790-70-16
783-66-17

www.flowerdelux.ru
www.flowerlux.ru

Глаголь
рекламная группа

ШЕЛКОГРАФИЯ

**ПОЛИГРАФИЯ
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
ТЕКСТИЛЬ
П/Э И БУМАЖНЫЕ ПАКЕТЫ
POS-МАТЕРИАЛЫ**

(495) 964-98-88, 741-18-12
(495) 506-85-74, 505-05-80

www.glagol-group.ru

БУМАЖНЫЕ ПАКЕТЫ

ЦИФРА
PERSONAL DIGITAL SERVICES

Способ печати:
Цифровой - от 1 шт.
Трафаретный - от 100 шт.
Офсетный - от 500 шт.

Материалы:
Мелованные бумаги
с последующей ламинацией
Имитлин, эфелин и пр. материалы
с повышенной плотностью
Злитые и дизайнерские бумаги

Виды печатной отделки:
Матовая и глянцевая ламинация
Тиснение фольгой
Выборочный УФ-лак

www.cifer.ru

ТИПОГРАФИЯ ЦИФРА

- Цифровая печать XEROX и INDIGO
- Офсетная печать HEIDELBERG
- все виды рекламной и деловой полиграфии
- художественные альбомы, каталоги, календари
- Широкоформатная печать MIMAKI и COLORGRAF

Санкт-Петербург - (812) 336-9212
Москва - (495) 981-3347

Приглашаем менеджера в московское представительство.
Резюме по e-mail: paket@svdigital.ru

МОСКВА

745-40-16
745-40-17
540-35-42

agrafa@mail.ru www.agrafa.ru

аграфа
рекламное агентство
типография

Печать на текстильной продукции
Печать на полиэтиленовых пакетах
Печать на воздушных шарах
Деловая и рекламная полиграфия
Бизнес-сувениры
Оформление воздушными шарами
Широкоформатная печать
Разработка фирменного стиля
Дизайн

БУМАЖНЫЕ ПАКЕТЫ

ЗОМЕР
(495) 517-7527
580-7517

ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ ПАКЕТЫ

www.zomer.ru

Конфеты, дрели, люстры, станки...-это не означает, что мы беремся за что попало, просто мы можем - ПОЧТИ ВСЕ!

6 причин работать с нами:

- гарантированный оперативный сервис
- профессионализм сотрудников
- богатый накопленный опыт
- короткие сроки исполнения заказов
- вкусный дизайн
- всегда хорошее настроение!

ormel
DESIGN & PRINTING

(495) 787-9344/787-9328/783-0455//www.mural.ru

МОНОЛИТ ГАРАНТ
РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

на рынке более пяти лет

имеет собственное производство:

- по вышивке шелкографии
- тампопечати
- тиснению
- гравировке
- цифровой печати
- ламинированию
- трансферному переносу
- изготовлению бумажных полиэтиленовых пакетов
- сувенирной продукции
- склады для оптовой торговли

тел./факс: (495) 173-0346/4617/1996
e-mail: ormel@rinet.ru www.monolit-garant.ru

ООО "АБСОЛЮТ-ФЭКТОРИ"
РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

Р.О.С.
ВЫСЕЧКА

ПАКЕТЫ БУМАЖНЫЕ

- ЛАМИНАЦИЯ А1 А2 А3
- ПОЛИГРАФИЯ А1 А2 А3
- СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ
- ТИСНЕНИЕ
- ШЕЛКОТРАФАРЕТ
- ТАМПОПЕЧАТЬ

Тел.: 221 1690, 799 4906
E-mail: absolut-factory@mail.ru www.afactory.ru

ГЕРАЛЬДИКА
производство гербов и сувениров

Продажа, изготовление гербов и сувениров под заказ
(812) 710-65-08
www.heraldry.rus.net

БОГАТЕЙШЕЕ МАСТЕРСТВО ФИЛИГРАНИ

Один из древнейших видов художественной обработки металла – скань. Название происходит от древнерусского «скасть» – свивать. Ещё эту разновидность ювелирной техники называют филигрань (итальянское слово *filigrana* происходит от латинских *filum* – нитка, и *granum* – зерно). Узор на металле в этой технике выполняется из витой проволоки, и из мельчайших металлических шариков.

На Руси скань известна очень давно – филигранные изделия встречаются еще в раскопках курганов IX века. Современное декоративное искусство наследует и развивает богатейшие традиции прошлого.

Филигрань отличается чистотой линий, изяществом отделки. Художники находятся в постоянном творческом поиске. Компонуя узор, художники следят не только за соразмерностью его отдельных частей, за плавностью и красотой изгибов как крупных, так и



мельчайших элементов, но и за рисунком просветов, поскольку он играет большую роль в построении узора. Очень важно, чтобы орнамент не был перенасыщен, перегружен декоративными деталями.

Художники ищут новые мотивы, сочетания. Так пришли к применению, включению в рисунок природных камней, хрусталя, финифти, перламутра.

Подготовка мастеров такого класса проводится через специализированные

художественные училища.

Например, Государственное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Павловский техникум Народных Художественных Промыслов». Большую роль в обучении таким традиционным исконным промыслам играет наставничество – передача опыта старшими мастерами ученикам.

На сегодняшний день филигрань украшает квартиры многих наших соотечественников и иностранцев. Среди покупателей филигранны – Администрация Президента РФ, Министерство обороны РФ, ОАО «РЖД», ОАО «Газпром», Государственная Дума, областные и городские администрации и другие покупатели.

Сувениры, изготовленные при помощи техники филигранны, есть у великого музыканта М. Ростроповича и его жены певицы Г. Вишневецкой, а также у политиков – премьер-министров правительств России и Англии.

Преимущество филигранны в том, что, несмотря на сложность и уникальность, эти изделия можно разрабатывать и выполнять достаточно быстро – любые заказы в сжатые сроки, к юбилею, Дню рождения, спортивным соревнованиям.

Филигрань изготавливается только вручную, поэтому каждое изделие уникально.

На основании решения Министерства культуры Нижегородской области одно из предприятий, занимающихся филигранью, отнесено к организациям народных художественных промыслов Нижегородской области.

Филигрань – старинная техника художественного промысла, традиция и мастерство которой представляет значительную культурно-историческую ценность.

Игорь Ардамацкий

ЗВУЧНАЯ ПЕСНЯ ФАРФОРА

Керамика принадлежит к древнейшим созданиям человека, рожденным из его жизненно необходимых потребностей. В первобытные времена ее производство определялось исключительно факторами пользы, и достоверно можно

сказать, что творческих замыслов тогда не наблюдалось. Слово «керамика» следует возводить к греческому обозначению горшечной глины, от которого происходит и греческое слово *keramos* – глиняная посуда.

Сырье для изготовления керамических товаров подразделяют на материалы для черепка, глазури и материалы для декорирования. Материалы для черепка – это пластичные глинистые вещества, такие как глина и каолин; отощающие кварцевые материалы и плавни. Под глиной понимают тонкодисперсную горную породу, представляющую

собой смесь различных минералов – водных алюмосиликатов (каолинит и др.). В производстве фарфора и фаянса используют огнеупорные, беложгущиеся глины, с содержанием оксидов железа не более 0,8-1%, в гончарном производстве – легкоплавкие красножгущиеся глины. Каолин – наиболее ценный глинистый материал, отличающийся высокой огнеупорностью, но слабой пластичностью.

История керамики разнообразна и очень интересна. Когда человек научился обрабатывать глину, он начал изготавливать посуду. В развитии художественной керамики было сделано много замечательных открытий. Люди экспериментировали с сортами глин и примесей, с приемами формовки и обжига, украшения изделий. В стремлении получить тонкую, красивую, прочную керамику, производители из разных стран делали похожие изобретения. Секрет производства фаянса был известен мастерам Древнего Египта в XV в. до н. э., позже вновь был изобретен в 3-4 веках в Китае. В XVIII веке европейцы открывали секрет фарфора, уже с VI века известный китайским мастерам. Мастера керамики из Англии и Франции, создали свои разновидности фарфора, например, мягкий фарфор или костяной фарфор.

Преемственность традиций при производстве керамики видна в истории гончарного искусства, которое всегда было связано с домашним ремеслом. В наше время многие коллекционеры коллекционируют керамику, как произведения искусства. Ведь сделанная несколько веков назад керамическая ваза, сейчас может стоить несколько сот тысяч долларов, не говоря уже о памятниках культуры, в которых присутствуют керамические и фарфоровые изделия.

Почему люди так любят фарфор? Давно всем известно, что он легко бьется, но красиво звучит; очень тяжелый, но придает особую грацию и шарм любой композиции; порой сложно предугадать какой он может получиться в изделии, но восхищает в первородном виде... Таков он – Его величество Фарфор. Он бывает «английских и французских видов», а при Петре I появился и российский фарфор. Мастером-первооткрывателем стал русский ученый Дмитрий Иванович Виноградов, он, создавая свое первое фарфоровое детище в строгой секретности от злых происков, шиф-

ровал свои записи на итальянском, латинском, древнееврейском и немецком языках. В течение 12 опытных лет рецепт русского фарфора был найден и сейчас успешно конкурирует на мировом рынке. Русской посуде из фарфора нет равной – это общеизвестный факт, в свою коллекцию



она включает разнообразные столовые и рюмочные наборы, салфетницы, солонки, вазы для конфет и фруктов и заканчивая винными барами и фарфоровыми бочками. Нет предела фантазии как для мастера, так и для потребителя. Заказав «фарфоровый подарок», картину или панно-фреску, не забудьте оставить свои автографы на нем в виде логотипа компании и контактных телефонов. Если Вы солидный бизнесмен – закажите подарок из серии «vip-фарфора», он будет сделан по Вашим пожеланиям в единственном экземпляре. Такие сувениры будут ежедневно напоминать о Вас и Вашем бизнесе, а значит, красота спасет мир!

Андрей Петров

One of the most sophisticated gifts is porcelain and ceramic products. This article is dedicated to the history of ceramic gifts and how they could be used by promotional market.



Береза
ЛЕФОРТОВО

ООО «Керамик»,
Лифортский фарфоровый завод,
основанный в 1992 году, выпускает
высокохудожественные изделия из
фарфора и керамики, прикладного
декоративно-утилитарного назначения
с ручной (авторской) росписью
известными подглазурными красками.
Утонченность, чистота, легкость,
нежный певучий «голос» – нет посуды
благороднее, красивее фарфора.

Адрес: г. Москва, ул. Лифортский вал, д. 9
Телефоны: (495) 382-36-78, 382-63-08
Web: www.keramik-lefortovo.ru
E-Mail: info@keramik-lefortovo.ru

Казаковское предприятие художественных изделий

Вы всегда можете разместить заказ на разработку и изготовление для своих родных и близких, коллег и партнеров по бизнесу, уникальные сувенирные и подарочные изделия из филигранны, которые прекрасно впишутся в любой интерьер офиса или квартиры.

Это: панно, вазы для конфет и цветов, подстаканники, шкатулки различной величины и конфигурации, наборы чайных ложек, подсвечники, оклады для книг, изделия церковного назначения.

Все виды изделий могут быть исполнены как с символикой, так и без нее.



Телефоны: (83173) 701-74, 701-38.

Адрес: 605166, Нижегородская обл., Венский район, село Казаково, ул. Заводская, д. 1

ФУТБОЛКИ

ПЕЧАТЬ
ПО ТЕКСТИЛЮ

- ЕЖЕДНЕВНИКИ BRUNNEN
- VIP - ПОДАРКИ
- ПРОМО-СУВЕНИРЫ
- П/Э ПАКЕТЫ
- ТЕКСТИЛЬ
- ИСПОЛНЕНИЕ
ЖЕЛАНИЙ



БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС

WWW.GI-GA.RU

Тел.: (495) 965-0264, 965-0284, 995-3075,
8-905-549-7510, 8-901-711-1865

Название выставки	Город	Время проведения	Контактная информация
IPSA Winter Show	Москва Центр Международной торговли	30.01.07-01.02.07	anna@ipsa.ru
Pro-dimex	Германия Кельн	31.01.07-02.02.07	www.pro-dimex.com
Пир рекламы/Мир рекламы	Екатеринбург, Уралэкспоцентр	13.02.07-15.02.07	morozova@uralexpo.mplik.ru
Pro-dimex	США Лас Вегас	19.03.07-21.03.07	www.pro-dimex.com
Скрепка-Экспо	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	info@apkor.ru
Дизайн и реклама	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	mailbox@expopark.ru
CHRISTMASTIME	Москва Крокус-Экспо	20.03.07-23.03.07	elena.lopatina@expopark.ru
Подарки. Весна 2007	Москва Центральный выставочный зал «Манеж»	26.03.07-29.03.07	boris@gifts-expo.com
Печатный двор Сибири	Новосибирск	03.04.07-06.04.07	afanas@sibfair.ru
Реклама и маркетинг	Нижний Новгород	03.04.07-06.04.07	ev@yarmarka.ru
Золотая FISHка	Ростов-на-Дону Плаза-Экспо	04.04.07-06.04.07	pr@plaza-expo.ru
V элемент. Рынок рекламы	Ростов-на-Дону ВЦ «Ростэкс»	19.04.07-21.04.07	rostex@aanet.ru
Всемирная выставка подарков	Гонконг	28.04.07-01.05.07	moscow.consultant@tdc.org.hk
Реклама и информация	Санкт-Петербург Пенэкспо	23.05.07-26.05.07	advert1@mail.lenexpo.ru
Реклам-Экспо	Кемерово Экспосибирь	29.05.07-01.06.07	lebedeva@exposib.ru
Фестиваль рекламы и дизайна «Байкал-Арги»	Иркутск СибЭкспоЦентр	06.06.07-09.06.07	info10@sibexpo.ru
Город мастеров	Казань Казанская ярмарка	лето 2007	itomilina@yandex.ru

Если Вы хотите, чтобы информация о Вашей выставке появилась в разделе «Календарь выставок» нашего журнала, отправьте запрос по электронной почте: info@iapp-spb.org



METRO PACIFIC INDUSTRIAL

SOUVENIRS

- PENS
- MUGS, TEA AND COFFE SETS
- CLOCKS, WATCHES
- GIFTS FOR DOCTORS
- SOUVENIRS
- PAPER BAGS AND BOXES, POLYBAGS, THERMOBAG
- BAGS, UMBRELLAS
- CUBES (MAGIC CUBES)
- PAPER BLOCKS FOR NOTES
- NEW YEAR
- V. I. P.



TEL: 0086 138 161 25815
E-MAIL: INFO@MPI-GIFTS.COM
WWW.MPI-GIFTS.COM

REPRESENTATIVE
OFFICE IN MOSCOW:
TEL: +7(495) 506 04 57
E-MAIL: SALE@PRODVIZENIE.RU
WWW.PRODVIZENIE.RU