www.deana.ru

Разнообразные вышивки

На всех видах текстиля

ДИАНА

Производственная компания

dianacompany@inbox.ru

Вышивка - это лучшее рекламное решение и прекрасный подарок

Наилучшее качество в минимальные сроки

м. Павелецкая
Павелецкая набережная, д.2
Тел.: (495)661-3938 (многоканальный)
Тел./ факс: (495)235-7213

New Year
PROMOSHAPKA
РОССИЙСКАЯ ВЫШИВАЛЬНАЯ ФАБРИКА
Ярославль (фабрика) 150030, ул. Льва Толстого, 26 тел/факс: (4852) 58-29-29, 58-29-15, 58-29-16 e-mail: info@promoshapka.com
Москва (представительство) ул. 3-я Прядильная, 7, оф. 9 тел/факс (495) 652-28-05, (985) 231-89-89 e-mail: moscow@promoshapka.com
Санкт-Петербург (представительство) (812) 347-75-35, (905) 222-70-74 e-mail: talvi.spb@promoshapka.com smirnov.spb@promoshapka.com
www.promoshapka.com www.promoshapka.com www.promoshapka.com www.promoshapka.com www.promoshapka.com

RODEN
AGENTUR
Дизайн и изготовление любого рода имиджевой продукции.
Эксклюзивная упаковка из различных материалов:
пакеты, сумки, коробки, упаковочная бумага, печать по ленте.
Ковры ручной работы по индивидуальному дизайну,
в том числе с элементами фирменного стиля.
+7-495-953-93-15
+7-495-517-61-40
E-Mail: agentur@roden.ru

australia
ПРОМЫШЛЕННАЯ КОМПАНИЯ
SANACO
ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА:
детских школьных портфелей,
молодежных рюкзаков,
деловых сумок и портфелей,
спортивных сумок,
женских сумок,
дорожных сумок,
хозяйственных сумок.
Производство на заказ
с фирменной символикой клиента
Изготовление изделий под заказ,
разработка моделей в фирменном стиле.
Разработка логотипов и нанесение шелкографии
Центральный офис: Московская область,
г. Королев ул. Болдырева, д.3
Телефон: (495) 511-85-86, 511-89-55, 511-8353
sales@stm-korolev.ru www.sanaco.ru
г. Санкт-Петербург
ул. Садовая, 28-30
("Апраксин Двор", корп. 1, оф. 16).
Тел. (812) 327-20-15, 959-47-22
г. Киров г. Смоленск
ул. Некрасова, 42. ул. Крупской, 69/2.
Тел. (8332) 56-23-03, 64-48-00 Тел. (0812) 31-00-03
BEEFEATER
HUMMER

содержание

слово редактора

6 *Одна голова – хорошо, две – лучше, а три – Змей Горыныч!*

8 **новости**

16 **выставки**

интервью

22 *«Senator» из Германии*
24 *PF Concept. Интервью с Ричардом Лариби, директором по экпорту компании PF Concept.*
26 *«ТуровАрт». Интервью с Анатолием Туровым, руководителем творческой мастерской*
28 *О художниках*

лицо компании

29 *Компания «Евростиль»*

наша тема

традиционное

32 *Prodir. Хорошая ручка нужна всем*
34 *Скажи мне кто твой друг, и я скажу, что ему подарить…*

текстиль

36 *Праздники с Hanes*

коллекции

42 *Фирменный стиль с новогодним настроением*
48 *Что поможет скрасить Ваши трудовые будни?*
50 *Прециоса*

технологии рекламы

52 *Новое решение для корпоративных подарков*
54 *Кто шарика не видал, тот праздника не знал!*
55 *Особый справочник на любой случай*
57 *Не ленитесь отличаться!*

эксклюзив

60 *А затем можно и поохотиться*
62 *Русские калейдоскопы*

66 **классификатор сувенирной продукции**

83 **классификатор рекламных услуг**

92 **календарь выставок**

www.profi.iapp.ru

№29-30

7 292007 24102007

www.iapp.ru
www.profi.iapp.ru
www.class.iapp.ru
www.blaza.ru

22 /...Да здравствует «Senator»!

26 /Самые обаятельные коровы

50 /Прециоса

34 /Для друзей

42 /Фирменный стиль Нового года

54 /Фестиваль шаров

35 /Праздники с Hanes

48 /Радости жизни

62 /Доступная роскошь

«ПРОФЕССИОНАЛ рекламно-сувенирного бизнеса»
№29-30, 2007 г., (октябрь-декабрь)

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

Директор издательства МАПП:
Александра Сойту
(aleso@iapp.ru)

Редактор журнала:
Михаил Вишневский
(tramwhy@gmail.com)

Художественный редактор:
Алексей Чачин
(info@g-pechatnik.ru)

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Дмитрий Чайкин

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

Дизайн, верстка:
«Господин ПЕЧАТНИК»:
чачинchachin_алексей
Александр Шашихин

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»
Роменская, 10. Тел.: (812) 336 45 68
Уст. тираж : 5000 экз.
Журнал выходит под эгидой МАПП

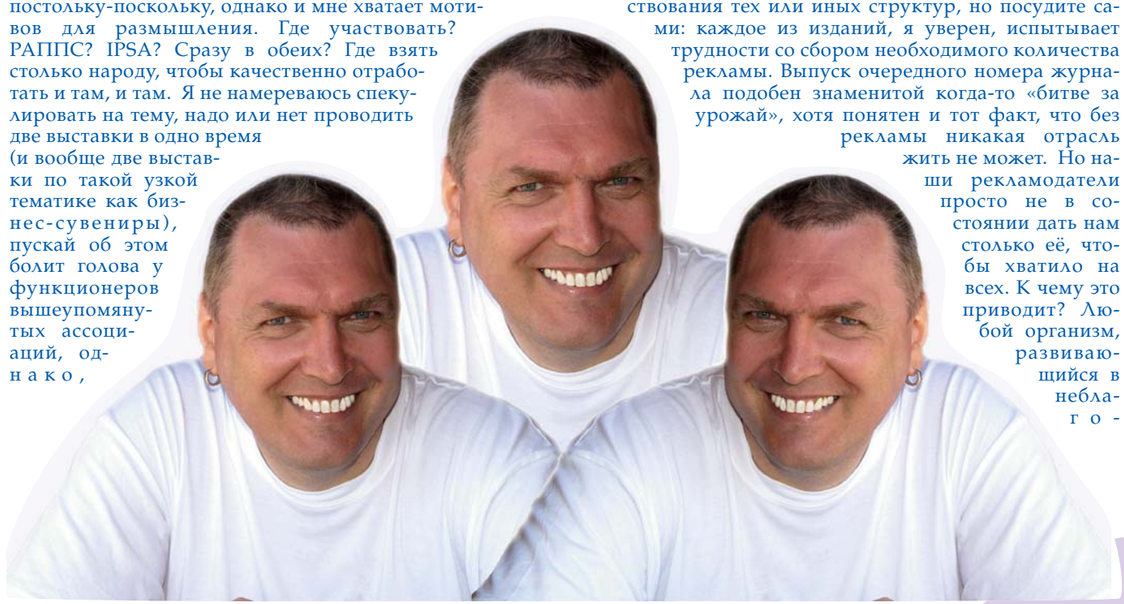
Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-6267 от 29 ноября 2002 г

Журнал распространяется всем членам МАПП бесплатно во все время членства в Ассоциации;
Журнал участвует и распространяется на выставках в России:
Москва: IPSA, РАППС, Экспопарк, Экспоцентр
Санкт-Петербург – Ленэкспо, Рестэк, Принтэкс, 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».

ОДНА ГОЛОВА – ХОРОШО, ДВЕ – ЛУЧШЕ, А ТРИ – ЗМЕЙ ГОРЫНЫЧ!

Сентябрьские выставки этого года случились в одни и те же дни. И сколько бы организаторы не уверяли нас, своих клиентов, что происходит это случайно, уже не очень верится. Конкуренция на этом рынке касается меня, слава Всевышнему, лишь постольку-поскольку, однако и мне хватает мотивов для размышления. Где участвовать? РАППС? IPSA? Сразу в обеих? Где взять столько народу, чтобы качественно отработать и там, и там. Я не намереваюсь спекулировать на тему, надо или нет проводить две выставки в одно время (и вообще две выставки по такой узкой тематике как бизнес-сувениры), пускай об этом болит голова у функционеров вышеупомянутых ассоциаций, однако, Нужны ли нашему рынку в обязательном порядке целых четыре издания?

Я, ни в коем случае, не призываю ни к какому экстремизму. Россия – свободная страна с рыночной экономикой, которой и определяется целесообразность существования тех или иных структур, но посудите сами: каждое из изданий, я уверен, испытывает трудности со сбором необходимого количества рекламы. Выпуск очередного номера журнала подобен знаменитой когда-то «битве за урожай», хотя понятен и тот факт, что без рекламы никакая отрасль жить не может. Но наши рекламодатели просто не в состоянии дать нам столько её, чтобы хватило на всех. К чему это приводит? Любой организм, развивающийся в неблаго-



вовсём этом есть и то, что касается меня в гораздо большей степени.

Бродя по залам сентябрьских выставок, я подбирал журналы, которые пишут о сувенирах. На сегодняшний день, кроме «Профессионала», который Вы держите в руках, на рынке существуют и более или менее функционируют еще три издания: «B2B» ассоциации РАППС, «Сувенирка» и «РТ Сувениры». Все издания совершенно разные, если не учитывать того, что все пытаются в меру сил и понимания писать о бизнес-сувенирах и жизни вокруг них. Подумать только?! Такая маленькая отрасль как наша, объем продаж в которой, по оценкам РАППС (я бы не стал сильно ориентироваться на эту цифру, ибо в манерах РАППС считать все цифры только в привязке к членам своей ассоциации, а всех остальных они «мелко видят», но иной статистики не существует в природе) всего-то навсего 300 миллионов долларов, и вдруг такое обилие средств массовой информации, освещающей её работу. Если всё же взять за основу вышеозначенную цифру, то все продажи в бизнес-сувенирах в России можно сравнить с оборотом одной, весьма средних размеров, фирмы. Даже внутри нашей отрасли найдется с десяток фирм, годовые обороты которых составят не меньшую цифру, например, PF Concept вообще заявляет почти миллиардный оборот в долларовом исчислении. И такие фирмы не выпускают ни одного журнала, им хватает пары каталогов на нескольких языках и всё! приятных условиях, имеет уродливые формы. Именно такие формы имеют наши издания. И если «Профессионал», по крайней мере, в состоянии собрать 100-страничный выпуск, то больше даже до таких высот ни одно издание не поднимается. Но может быть, и не надо издавать больше сорока-пятидесяти страниц, что и делают наши конкуренты? Опять не получается, ибо самой большой статьей расхода журнала является расход на его распространение. И, следственно, дешевле рассылать издание, в котором больше страниц, ибо там, предположительно, больше рекламы. Если же издание не справляется со сбором большого количества рекламы, то у издателя неизбежно возникает искушение снижать цены явочным порядком и попробовать набрать их, хоть сколько-нибудь! К чести нашего издания нужно сказать, что мы так не делаем, понимая тупиковость этого пути. Когда наш журнал лишь набирал скорость, и рекламы было немного, я старался сам давать туда столько рекламы, сколько было необходимо для покрытия расходов издания. Мы понимали и понимаем, что если демпировать цены на рекламу, то это сразу станет известно всем (откуда, собственно, и я знаю, кто и почём продаёт из моих конкурентов), и продать её после этого за полную стоимость не получится уже никогда. К сожалению, некоторые отчаявшиеся издатели не внимают голосу рассудка и поступают таким образом. Недобор денег за рекламу означает для издания, по меньшей мере, сразу несколько негативных последствий. Аренды и зарплаты платить всё равно необходимо, поэтому поиски экономии средств приводят неминуемо к тому, что издаётся меньший, чем заявлено, тираж журнала, и распространяются они не так, как заявлено издателем. У меня нет никаких доказательств или улик против какого-либо из изданий, да я и не ставлю цели обвинять никого ни в чём, но один факт наводит меня на мысль, что дело обстоит именно так.

Все рекламодатели (в том числе и наши) проявляют слишком большой интерес к тому, будет ли издание распространяться на выставках. И чаще всего, это является главным аргументов в пользу или наоборот размещения рекламы в издании. Но ведь имеющий опыт понимает, что, например, из 5000 экземпляров нашего журнала мы в состоянии раздать на выставке не более 500, то есть всего 10% от рассылаемых нами количеств. Конечно, можно говорить о более личностном подходе при распространении во время выставок, но всё же, основную работу для рекламодателя делают журналы, распространяемые по рассылке и подписке. Просто потому что их намного больше! Мы уже давно поняли, что качественно разослать журнал можно только при помощи курьерских фирм, поэтому наш журнал пользуется этим методом. Кстати сказать, остальные журналы я получаю, когда они доходят, по почте. Думаю, это делается не специально для меня… Цена рассылки, а вернее её дороговизна, борьба за каждого рекламодателя, у которого, на мой взгляд, слишком большой выбор изданий, «недоразвитость» самих изданий, в связи с их количеством в отношении к оборотам отрасли приводят к тому, что мы вынуждены постоянно поднимать цены на рекламу, что ещё больше дифференцирует наших заказчиков. Я считаю это тенденцией негативной, ибо, по моему глубокому убеждению, каждый работающий на рынке должен иметь возможность воспользоваться отраслевой прессой для выполнения каких-то своих маркетинговых задач. Высокая же цена рекламы, в этих условиях, определяется не большой отдачей от неё, а высокими издержками издательства, что тоже плохо. С ростом цен на рекламу рекламодателей становится меньше, их доля в издании растёт, а вместе с ней и зависимость издания от их денег, что уже совсем не в моём вкусе.

Так надо ли собственными руками выкармливать многоглавого Змея Горыныча, сильно нездорового и недоразвитого? Подумать об этом должны все издатели прессы о бизнес-сувенирах. Беречь деньги наших рекламодателей – тоже наша задача.

Лео Костылев,
президент МАПП

ENG

Two is a Company, Three is a Burden

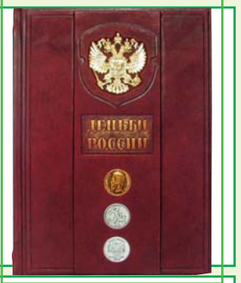
There are no define numbers but if you use those of RAPPS (Russian Association of Suppliers and Manufacturers of Souvenirs) Russian promo market has only 300 million of dollars turnover a year. It is not a big sum even combining with only one standard European company. With this there are at least four specialized promo magazines in Russia. One of them you are just holding in your hands. The others are: "B2B", "Suvenirka" and "RT Souvenirs". This situation is not healthy (or RAPPS's numbers are not correct) because four editions will finally suffocate each other on such a narrow place as 300-millions-a-year-market.

Принты для текстиля и наклейки-тату от компании "3Т"

Компания "3Т" представляет новинку - наклейки-тату, которые могут использоваться для промо-акций и в качестве подарка-вкладыша к продукции. Также в "3Т" производят текстильную промо-продукцию и профессиональные термотрансферы (принты) для текстиля. Термотрансферы используются для нанесения логотипов и сложных многоцветных изображений на ткань. Они могут иметь фотографическое качество, быть объемными, эластичными, металлизированными и др.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Термотрансфер".

Компания "3Т" г. Москва

Книга - лучший подарок



Каталог "Русский элитный подарок" представляет новую коллекцию подарочных изданий в эксклюзивных кожаных переплетах ручной работы. Оригинальный дизайн переплета, золотой обрез, высококачественная бумага, отличная полиграфия, - все это делает предлагаемые книги подарком "VIP-класса". В коллекции представлены книги о спиртных напитках (мировые энциклопедии "Вино", "Виски", "Коньяк" и т.д.), об охоте и оружии ("Ножи", "Старинное оружие", Охотничьи винтовки" и т.д.), энциклопедии "Кофе", "Сигары", исторические книги ("Российская летопись", "Летописный календарь России" и др.), книги о религии ("Православные иконы", "Иисус - в изобразительном искусстве", "Библия", "Коран", "Тора") и многое другое. Возможно нанесение подарочной надписи на переплет.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике "VIP-подарки".

РА "АГАТ", г. Москва

Новая коллекция календарей 2008

Компания "Альфа-Дизайн" предлагает со склада в Москве эксклюзивную коллекцию календарей, объединенных в серию. Материал для календарей собран фотографом Сергеем Карпухиным в уникальных автономных экспедициях - "5000 километров в одиночку", целью которых является фотогеографическое исследование территорий мало затронутых человеческой деятельностью, в основном труднодоступных и эстетически привлекательных.
Коллекция включает календари "Алтай", "Тофалария", "Приполярный Урал", "Подкаменная Тунгуска", "Оймяконско-Юдомский край", "Плато Путорана". Россия в этих календарях предстанет перед Вами такой, какой ее видели единицы!
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Автосувениры".

Фирма "Альфа-Дизайн", г. Москва

Сибирь развивается с "Картдизайн"

Уважаемые партнеры, Новосибирская компания-производитель пластиковых карт "Картдизайн" вывела на сибирский регион актуальный вид продукции - пластиковые карты толщиной от 0,45 мм!
На "тонкую" карту наносится любая персонализация: магнитная полоса, кодирование, нумерация, полоса для подписи. Стоимость "тонких" карт невысокая, но при этом карты сохраняют качество карт банковского стандарта и долгосрочны в использовании.
Также новаторским решением для сибиряков стали альтернативные карты - картонные карты с магнитной полосой от ООО "Картдизайн"!

www.carddesign.ru

Креативная упаковка от "ДПС медиа"

КОМПАНИЯ ООО "ДПС медиа" предлагает Вам новый вид оригинальной упаковки.
Мы занимаемся изготовлением индивидуальных коробок под новогодние шары трех размеров: 60, 80, 100 мм, из пластика, картона, бумаги. Это прекрасное дополнение к недорогому новогоднему подарку. А возможности креативного оформления данной продукции могут грамотно подчеркнуть значимость Вашего подарка. Кроме того, любые Ваши новогодние подарки могут быть представлены в оригинальной или более стандартной, но всегда красиво выглядящей упаковке.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике " Полиграфия - все виды услуг".

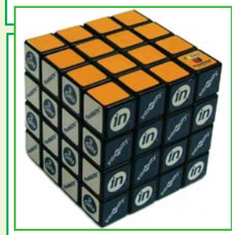
ООО "ДПС медиа", г. Москва

Визитницы DURABLE

Новая персональная визитница DURABLE арт. 2440-23 из хромированного металла как нельзя лучше соответствует классическому деловому стилю. Эта визитница отличается не только стилем, но и функциональностью, так как позволяет хранить до 20 визитных карточек нестандартного формата 95x58 мм. Может стать прекрасным бизнес-подарком и позволяет наносить логотип.

Компания "АВЕРС", г. Москва

Новая версия Кубика Рубика



Компания "Рубикс.Ру", эксклюзивный дистрибьютор головоломок Рубикс в России и СНГ, сообщает о появлении в своем каталоге новой версии кубика Рубика, доступной для брендирования. Это версия 4x4x4 (сторона 65мм) - самая сложная головоломка Rubik's, предлагаемая на российском рынке корпоративных сувениров. В отличие от стандартной 3-слойной версии этой классической ретро-головоломки, у нового кубика четыре слоя! Знаменитые кубики Рубика и змейка снова бьют рекорды продаж в Европе и США, а с 2007г. официально вернулись в Россию и доступны в любом дизайне при тиражах от 500 и 1000 шт. соответственно. Контактная информация на сайте **www.rubiks.ru**

Компания "Рубикс.Ру", г. Москва

Новая услуга - флексопечать!

типография ЭПИГРАФ

Введена в строй узкорулонная четырехкрасочная флексографическая машина для производства самоклеящихся этикеток. Максимальное поле запечатки и высечки 295x125 мм. Подробности на сайте.
Новое предложение - полиэтиленовые пакеты с нанесением шелкографией.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках "Нанесение методом флексопечати" и "Полиграфия - все виды услуг".

Типография "ЭПИГРАФ", г. Санкт-Петербург

Визитки

Классическая деловая продукция, без которой не может обойтись ни одна фирма.
ООО "Экон-Пресс" предлагает все виды печати и отделки визиток: цифра, офсет, шелкография, тиснение, вырубка, лак, широкий выбор дизайнерских бумаг. Разнообразные буклеты, листовки, каталоги, пакеты, сувениры, в том числе магнитные, дополнят имидж фирмы.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Пакеты бумажные ламинированные".

ООО "Экон-Пресс", г. Москва

Снеговики с логотипом

Компания Экотель приступила к выпуску полотенец свернутых в форме Снеговика с логотипом (вышивка) заказчика.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Полотенца, банные халаты".

Компания "Экотель XXI век", г. Москва

Исключительно оригиналы…

Предлагаем Вашему вниманию уникальный новый вид подарков VIP-клиентам и новую деталь для оформления интерьера офиса - исторические ценные бумаги.
Это:
- уникальный подарок;
- украшение любого кабинета, офиса;
- объект коллекционирования и выгодного капиталовложения.
Мы подберем для Вас акции и облигации по различным темам (государственные займы, акции железнодорожных компаний, банки и т.д.) и странам (Царская Россия, Европа, Америка и т.д.).
Бумаги оформляются в красивый багет с паспарту, которые подбираются индивидуально.
Особо обращаем внимание - мы предлагаем исключительно оригиналы. Никаких копий!
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "VIP - подарки".

РА "Фабула" г. Москва

Игрушки не только для елки…

ООО "Форм", производитель формовых елочных игрушек, предлагает новинку - стеклянные игрушки ручной росписи на подставке. Изделия могут быть с Вашим логотипом или изготовлены по индивидуальному эскизу заказчика. Наше производство является единственным в России производителем формовых ёлочных игрушек из стекла крупных размеров. Изделия бережно сохраняют русские традиции и отвечают современным требованиям. На сегодняшний день коллекция насчитывает более 30 видов фигурок ручной выдувки и росписи, а также шары различного диаметра.
Контактную информацию о нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Сувениры новогодние".

ООО "Форм", г. Клин, Московская обл.

Новый бренд в мире фотоискусства

Новый бренд в мире фотоискусства Leenetsky представляет художественное фото высшего мастерства. Это работы, наделенные автором особой энергетикой. Есть темы и сюжеты, которые сложно найти среди более экономных подборок фотоизображений. Поэтому в общепринятой классификации коммерческой фотографии большая часть предлагаемых фотографических изображений находится в правовом статусе Rights Managed, что позволяет получить эксклюзивные права на использование фото, и исключить одновременное использование одного и того же снимка другим физическим или юридическим лицом.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 59.

Компания "Светоника", г. Москва

Мешочки для Новогодних и Рождественских подарков

Компания "Альф" представляет новую продукцию: разноцветные мешочки для упаковки Новогодних и Рождественских подарков. Изображения на мешочках выполнены методом текстильной фотопечати по технологии и на оборудовании PHOTOFABRIC.
По заказу возможно изготовление мешочка любого дизайна с поздравлением и использованием Вашего логотипа.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете посмотреть в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Сувениры новогодние".

Компания "Фотофабрика", г. Санкт-Петербург

Новое оборудование на российский рынок по доступной цене от "ДжейЭнн"!

Группа компаний JN начала поставлять на российский рынок сувенирный принтер SignproJet A4 (помимо Signpro Jet A2 и SignproJet A3) совершенно новой модификации. Он был разработан специально для удовлетворения самых безумных идей дизайнеров. Принтер печатает на любой поверхности и практически любой окружности сувенирного изделия (на кружке, мячике и пр.). Но это не единственное его преимущество: качество печати - 5760dpi, скорость печати стр./1,5мин, а стоимость ниже аналогичных принтеров для печати на плоской поверхности.

Группа Компаний "ДжейЭнн" (JNGROUP), г. Санкт-Петербург

Для влюбленных в бизнес

На выставке ВДРХ, состоявшейся в Санкт-Петербурге в начале сентября, мы побывали на ярком и стильном стенде компании Gifts Anatomy.
В этом году компания представляет свои новинки. Новые ручки серии Visir марки Senator, петербургским дилером которой является Gifts Anatomy. А также разнообразные новогодние сувениры, так как Gifts Anatomy - эксклюзивный представитель проекта Mister Christmas в северо-западном регионе. Это, во-первых, символ предстоящего года - мышка в совершенно разном исполнении, а, во-вторых, традиционные новогодние подарки - свечи, елочные шары, украшения из хвои и стекла и многое другое.
Все новинки компании Вы сможете увидеть на их сайте или в каталоге, изданном в этом году на диске в электронном виде.

Компания "GiftsAnatomy", г. С.-Петербург

Компания Графика Сервис предлагает новую коллекцию ежедневников ЕЖЕ - 2008

В коллекцию входят ежедневники формата А4, А5, датированные и недатированные, на металлических пружинах.
Обложки ежедневников выполнены в более ярких тонах - светло-коричневых, оранжевых, оттенках красного. Все больше становятся востребованными ежедневники в комбинированной обложке.
Большой выбор ежедневников, планингов, органайзеров, папок, записных и телефонных книжек с обложками из натуральной кожи, а также появились обложки из кожзаменителя.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Ежедневники", "Календари настенные".

Компания Графика Сервис, г. Москва

Новинка для автосалонов

полимерные КОНТУР технологии

Наша фирма разработала новую технологию производства объемных металлизированных букв для автомобилей. Многие автосалоны города уже опробовали нашу оригинальную новинку. По этой технологии мы также можем изготовить элементы для автотюнинга.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Объемная полимерная этикетка".

"КОНТУР полимерные технологии", г. Санкт-Петербург

Уникальные календари

Уникальную коллекцию квартальных календарей на 2008 год презентовала дизайн-студия компании "Ларсон Центр".
Коллекция раскрывается тематическими сериями - "Россия", "Эпохи и стили", "Природные фактуры", "Бизнес" и другие. Всего представлено более 30 видов стилистических и цветовых решений. Для некоторых календарных сеток были разработаны новые авторские шрифты.
Календари отпечатаны в 5 и более пантонных цветах. Ограниченный тираж "Коллекционной серии" делает календари практически эксклюзивными.
Теперь традиционные квартальные календари могут стать более выразительными и неповторимыми.
Увидеть коллекцию можно на сайте **www.daricalendari.ru**

"Ларсон Центр", г. Москва

Печать без границ

Рекламно-производственная компания "Символ" представляет услуги по печати на уникальной плоскопечатной машине BUZER для непрерывной прямой многоцветной печати на ткани - полный автомат с усовершенствованной сушкой для полной фиксации красителей с максимальной шириной печати 2 м. Машина идеально подходит для производства таких рекламных и информационных носителей как флаги (до 500 штук в смену), перетяжки, зонты и т.д. Благодаря высокой производительности оборудования мы можем предложить умеренные цены, быстрое и качественное исполнение Вашего заказа.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Флаги и флажки".

ООО "Символ", г. Москва

Эксклюзивные изделия из дерева

Рекламно-производственная группа "Мастер Медиа" предлагает очередные новинки - радио "Retro" и "Hi-Teck" из различных пород дерева.
Производственные возможности нашей компании позволяют, при необходимости, вносить изменения в дизайн радио, учитывая корпоративный стиль клиента, логотип и т.д. Возможны следующие варианты персонализации: печать на циферблате, шильд с гравировкой.
В дальнейшем планируется расширение линейки данной продукции.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в информационной части журнала, на стр. 63.

Рекламно-производственная группа "Мастер Медиа", г. Москва

Натуральная линия - для настоящей жизни

Компания "Орландо" предлагает Вам новую уникальную серию текстильной галантереи под нанесение из натурального хлопка и льна. Серия называется "Naturae", в нее входят халаты, полотенца, постельное белье, скатерти и многое другое.
Галантерея "Naturae" изготавливается в Италии; использование возможностей производителя и немалый опыт работы на российском бизнес-сувенирном рынке компании "Орландо" гарантирует то, что Ваши логотипы будут представлены на этой текстильной продукции в самом выгодном свете.
Советуем Вам поторопиться и зайти на сайт **www.arlando.ru** уже сейчас. Иначе Вы можете не успеть заказать корпоративную скатерть до Нового года.

Представительство Европейских фабрик "Орландо", г. Москва

Каталог "Новогодняя коллекция 2008"

Вышел в свет каталог "Новогодняя коллекция 2008". В нем представлено традиционное предложение компании "ПЕТРОПЕН Плюс" к Новому году и Рождеству. Большую часть коллекции составляют новинки.
На страницах каталога можно познакомиться с описаниями и фото всех товаров, входящих в новогодний ассортимент "ПЕТРОПЕН Плюс". Стоит отметить, что различные керамические сувениры (фигурки, украшения, подсвечники) собраны теперь в одной рубрике. Все товары в ней сгруппированы по сериям дизайнов. Благодаря этому работать с изданием стало проще.

Компания "ПЕТРОПЕН Плюс", г. С.-Петербург

Новая коллекция настенных и настольных часов "Маэстро"

В коллекции Ponyglass новинка - серия настенных и настольных часов "Маэстро". Эти изумительные, воздушные часы из цветного стекла ручной работы выполнены в 12 цветовых решениях.
Коллекция "Маэстро", выпущенная вдогонку жаркому лету, не случайно наделена сочными красками и южным темпераментом. Создатели вдохнули в нее ритм и энергетику зажигательного латино. Часы "Маэстро" способны не только отсчитывать время "пора на работу", но и создавать разноцветные яркие акценты на стенах наших интерьеров, напоминая о времени для творчества, страсти и веселья.

Компания "Ponyglass" , г. Москва

Французская награда "Goodies d'or" досталась швейцарской компании Prodir

В этом году швейцарская компания Prodir, ежегодно получающая призы за свои инновационные письменные принадлежности, получила награду от французских журналов Objet Mag и Prom'Objet, одним из партнеров которых по проведению конкурса является выставка PSI Paris.
Модель CS8 Stiftbuch компании Prodir была признана лучшим товаром в номинации "Письменные принадлежности".
"Наши новые продукты серии CS позволяют нам овладевать новым пространством…" - комментирует Рафаэль Лауренти, экспорт-менеджер компании, ответственный за французский рынок.
Этим "новым пространством" в серии CS является бумага - блокноты, листовки, конверты, все что угодно. Конкретно, в модели CS8 Stiftbuch, - это блокнот, где в каждом листе есть прорези с контурами ручки, выполненные таким образом, что при закрытом блокноте они образуют идеальную нишу для ручки.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 32.

Компания "Prodir"

Свежий взгляд на бизнес-аксессуары

В 2007 году сеть бутиков "Страна подарков" представляет новую серию аксессуаров в коллекции FRESH LINE, выпущенную ограниченным тиражом швейцарской компанией Philip Laurence. Серия FRESH LINE 2007 года включает в себя новые кожаные аксессуары - портмоне, ремень, футляр для визитных карт, бумажник, ключница, а также новые модели зажигалок. Наличие яркого, насыщенного оранжевого цвета в сочетании с классической черной гаммой придает изделиям индивидуальность. Благодаря искусно выполненному дизайну и единому цветовому решению все аксессуары Philip Laurence FRESH LINE превосходно сочетаются друг с другом, создавая неповторимый ансамбль деловых аксессуаров.

Компания "Страна Подарков", г. Москва

Золотой Олимп

В составе группы компаний "САННА-ОЛИМП" появилось новое направление - ювелирное производство ООО "Золотой Олимп". Высокий профессионализм дизайнеров и современные ювелирные технологии позволяют удовлетворять самые взыскательные требования. Уже на данный момент среди наших заказчиков - Администрация Президента РФ, Олимпийский комитет России, Лукойл и т.д. В процессе производства мы используем как кропотливую ручную работу, так и высокотехничные технологии. На данном этапе разработана серия продукции с государственной символикой РФ. Наличие собственного ювелирного производства позволило нам расширить спектр услуг, предлагаемых нашим корпоративным партнерам.

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

САННА-ОЛИМП, г. Москва

UV плоттер Mimaki JF

Компания "Джи-Эм-Пи" Санкт-Петербург" представляет новый широкоформатный UV плоттер Mimaki JF!
Небывалая производительность! Возможность установки нескольких материалов, две УФ-лампы, электронное управление, запечатываемая толщина до 50 мм - все это позволяет максимально повысить производительность и эффективно выполнять большие заказы!
Более подробную информацию Вы можете найти на сайте нашей компании **www.gmpspb.ru**

ООО "Джи-Эм-Пи" г. Санкт-Петербург

Новая услуга рекламно-полиграфического центра "СОФИТ"!

Рекламно-полиграфический центр "СОФИТ" представляет новую услугу - фотокристаллы!
Фотокристалл - это фотография, рисунок или поздравление, помещенные внутри оптического стекла. Размер фотокристаллов может быть различным: от формата брелка для ключей до размера стеклянной плиты формата А4 или А3 на пьедестале. Ассортимент форм очень разнообразен - "призма", "капля", "айсберг", "яблоко" и др.
Фотокристалл - отличный подарок к любому празднику!
Контактную информацию о нашей фирме Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Широкоформатная печать".

ЗАО "СОФИТ", г. Санкт-Петербург

Дарите уют и тепло

Компания "РОНТЕКСТ" открыла новое направление в производстве - одежду для дома под торговой маркой SWAN. Коллекция включает в себя пижамы мужские, женские и детские. Вся продукция имеет идеальное соотношение цена/качество. Изделия изготовлены из 100% чесаного хлопка, большая цветовая гамма, весь размерный ряд от LX до XXL, детские - от 6 до 14 лет; производство Индии, в наличии полный ассортимент изделий.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в информационной части на стр. 41, а также в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Толстовки", "Футболки".

Компания "РОНТЕКСТ", г. Москва

Новинка сезона - коллекция полотенец ФЭН-ШУЙ

Компания "Текстиль для дома" представляет новую коллекцию, помогающую создать гармонию в ванной комнате. Полотенца красивы, имеют смысловую нагрузку и очень приятны на ощупь.
В искусстве ФЭН-ШУЙ используется большое количество традиционных классических китайских талисманов, например, фигурки богов, олицетворяющих любовь, богатство, здоровье и долголетие; изображения животных, рыб, птиц и т.д.
Мы совместили изображения талисманов с изображением иероглифов, чтобы дополнить значение дизайна.
Как нам кажется, у нас получилось создать гармоничные изделия, которые принесут покупателям только позитивные эмоции, привлекут в их дом любовь, гармонию, здоровье, долголетие, красоту и богатство.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в информационноцй части журнала, на стр. 39.

Компания "Текстиль для дома", г. Москва

Свечи - подарок к любому торжеству

Наше малое производственное предприятие предлагает Вашему вниманию новый ассортимент оригинальных свечей.
Среди нашей продукции свечи парафиновые и гелевые, подарочные с символом года и рекламные, с информацией о Вашей компании, напольные и садовые, на уличных, изящных подсвечниках. В процессе изготовления продукции используются современные, компоненты и технологии. Благодаря разнообразному, сезонному направлению работы и собственному производству, наши изделия становятся оригинальным подарком к любому торжеству. Мы рассмотрим любые Ваши пожелания и выполним работы, также и в малом тираже.
Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Свечи сувенирные".

Производство декоративных свечей, г. Москва

Во!Сток расширяет возможности сайта

Компания Во!Сток - оптовый продавец рекламных сувениров и бизнес-подарков расширяет возможности своего сайта.
В первую очередь, изменения коснулись раздела "Где купить". В структуру сайта добавлена страница "Карточка клиента".
Клиенты-дилеры получили возможность разместить более подробную информацию о своей компании. Новая опция сайта поможет заказчику сориентироваться при выборе фирмы-поставщика сувениров.
Также в карточку товара добавлено векторное изображение товара, где указано наиболее удобное месторасположение логотипа.
Дополнительно мы планируем ввести еще одну опцию на сайте. Теперь с Интернет-ресурса компании Во!Сток возможен экспорт данных на другие Интернет-ресурсы компаний-дилеров.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Бизнес-сувениры оригинальные".

Компания Во!Сток, г. Санкт-Петербург

ЗЕНОН пришёл в Петербург!

Известная в рекламном мире компания "ЗЕНОН - Рекламные поставки" открыла свой двенадцатый филиал в северной столице. К вашим услугам самый широкий спектр материалов и оборудования для производства рекламы - пластики, композитные панели, пенокартоны, акриловые стёкла, самоклеящиеся плёнки, рекламная светотехника, режущие плоттеры, чернила и банерные ткани, термопрессы и материалы для термопереноса, клеевые монтажные технологии, мобильные выставочные системы и многое другое.
Удобное расположение (возле станции метро "Балтийская") и традиционно низкие цены порадуют Вас!

ООО "ЗЕНОН-Петербург", г. Санкт-Петербург

"Завод "Воздушный Замок"

Горячее зимнее предложение!!!
Надувные Деды Морозы, Снегурочки, Снеговики.
Надувные гирлянды снежинок и цветов.

WWW.AIRPALACE.RU
AirPalace ®

Объемные изделия из пенопласта

Компания "Пена СПб", производитель изделий из пенопласта, переехала в новое помещение. Теперь, благодаря новым производственным площадям и удобному офису, мы сможем выполнять больше заказов и экономить время заказчиков. В ассортимент предлагаемой нами продукции входят объемные буквы и логотипы, выставочные декорации, элементы наружной рекламы и оформления витрин и многое другое.

Компания "Пена СПб", г. Санкт-Петербург

Широкоформатная печать

Компания "Принтфилд" пополняет свой парк оборудования.
Наше производство оснащено 6-красочным широкоформатным принтером HP Designjet 9000 S с качеством печати 720 dpi. Устройство является самым производительным в своем классе и обеспечивает высочайшее качество продукции при печати на любых материалах. Благодаря новейшей технологии печати позволяет создавать долговечные изображения, как для наружного, так и для интерьерного использования.

Компания "Принтфилд", г. Санкт-Петербург

Восток и классика в световом решении

Светильники starlightz - это не просто игра света и цвета, но и неповторимость дизайна, сочетающего в себе восточный и классический стили. Незаменимые для оформления интерьеров, окон и витрин, при украшении зала для корпоративной вечеринки, светильники starlightz мгновенно создают ощущение праздника и поднимают настроение. Из новой коллекции: starlightz - корпоративные подарки, starlightz для праздников, детские starlightz.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Бизнес-сувениры оргининальные".

"РТО Лтд", г. Москва

Бизнес-сувениры оригинальные

Компания "Синий лен" предлагает в новом сезоне не только оригинальную текстильно-сувенирную продукцию, а также сувениры из дерева (ёлочные украшения, ёмкости для напитков), глиняные изделия. Мы также предлагаем весь ассортимент льняных тканей и различных изделий из них. Мы можем разработать дизайн и изготовить по Вашему заказу оригинальное столовое и постельное белье, национальную одежду для промоушн-акций, банные аксессуары и различную текстильную упаковку с применением машинной вышивки. У нас Вы всегда можете найти и готовые текстильные изделия.
Контактную информацию нашей компании Вы можете узнать в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Бизнес-сувениры оригинальные".

ООО "Синий лен", г. Москва

КЕЙС-ПИЛОТ ДЛЯ ЖЕНЩИН ОТ ДЕКО МЕДИА

К началу сезона кожгалантерейное производство ДЕКО Медиа выпустило новую модель - женский кейс-пилот в классическом черном исполнении и в экстравагантно-привлекательном - из красной, тиснёной под крокодила, кожи.
Этот кожаный аксессуар рассчитан не только на стюардесс, но и на бизнес-леди, имеющих необходимость в объёмном, но элегантном кожаном кейсе для транспортировки документов, ценных вещей (установлен кодовый замок) и других не менее важных женских (и не только) предметов.
Хотя, надо признать, что кейс-пилот из классической чёрной кожи вполне можно отнести к стилю "унисекс". Этакий облегчённый мужской вариант кейс-пилота для желающих разнообразить коллекцию портфелей.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете посмотреть в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Упаковка подарочная и атрибуты к ней".

Компания "ДЕКО Медиа", г. Москва

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОТ ООО "ГАРАНТ"!

В фирме ООО "ГАРАНТ" появилась возможность предложить разнообразный спектр услуг по печати термопереносом на различные материалы.
Благодаря подбору соответствующего оборудования, Ваш заказ может быть выполнен с высоким качеством и в кратчайшие сроки.
Также предлагаем широкий ассортимент разнообразных сувениров, упаковки, оформление автотранспорта, флаги, гербы, флагштоки, мачты.
Скоро Новый год! Не забудьте заказать подарочные коробочки, мешочки, пакеты.
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках "Упаковка подарочная и атрибуты к ней", "Флаги и флажки", "Нанесение методом термопереноса".

ООО "ГАРАНТ", г. Санкт-Петербург

Мы рады нашим клиентам!

Компания "GIFTMAN" успешно работает на рынке сувенирной продукции 10-й год и предоставляет клиентам широкий выбор подарков, сувениров, новогоднего ассортимента, предметов декорирования интерьера. Более 3000 наименований: амулеты, аромалампы, аромамасла, благовония, фэн-шуй, кальяны, картины, вазы и многое другое. В преддверии праздников мы предлагаем новинки новогоднего ассортимента, керамики, статуэток из полистоуна и свечей. Клиенты рады нашим ценам. Мы рады нашим клиентам!
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете посмотреть в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Сувениры новогодние".

Компания Гифтман, г. Москва

Время подготовки к праздникам

Мы готовы помочь тем, кто хочет порадовать своих сотрудников в канун нового года!
Компания "Невалинна" начала производство банных шапок для мужчин с нанесением фирменной символики предприятия, а так же печать на кружках.
Для женщин мы предлагаем в подарок махровые полотенца с их именами, кухонные фартуки, прихватки и рукавички с нанесением логотипа.
Ни один сотрудник не останется без вашего личного внимания!
Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции в рубрике "Одежда для промо-акций".

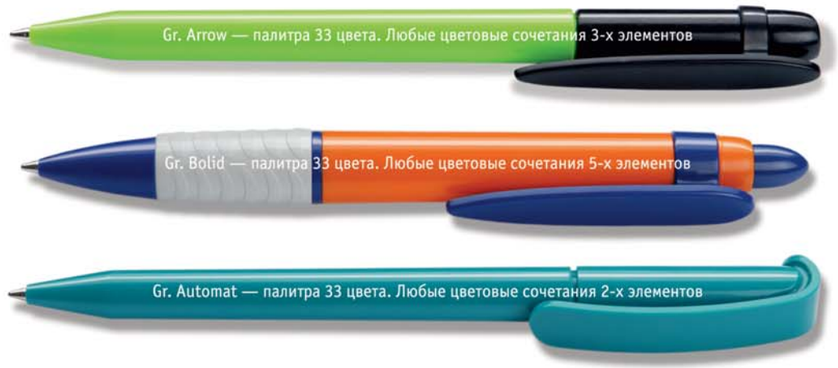
ООО "Невалинна", г. Санкт-Петербург

Новогодние надувные фигуры

Компания "ЭДВЕНЧЕ" - известный разработчик надувных рекламных конструкций, представляет серию новых надувных фигур, разработанных специально к предстоящим новогодним праздникам. Первые огромные надувные Деды Морозы, Снегурочки, Снеговики и другие фигуры уже поехали в разные города, чтобы занять центральные места на городских площадях, крышах торговых центров, шоу и театральных площадках. Еще целый ряд изделий, создаваемых специально для наших заказчиков по индивидуальным эскизам, уже находится в работе и скоро также появится на свет.
Фигуры не боятся ни низких температур, ни осадков, а постоянная система подкачки позволяет им даже в случае прокола или пореза оболочки, сохранить работоспособность и отличный внешний вид.
Познакомиться с новыми разработками и узнать цены Вы можете на нашем сайте: **www.aerocreativ.ru**

Рекламно-производственная фирма "ЭДВЕНЧЕ" г. Санкт-Петербург

В РОССИИ ПРОИЗВОДЯТ СУВЕНИРНЫЕ РУЧКИ!



Сувенирные ручки GRANT от компании Viki Vostok — любые тиражи, высокое качество, кратчайшие сроки

VIKI VOSTOK

Тел.: +7 (495) 221–58–42
office@vikivostok.ru

www.vikivostok.ru

«СКРЕПКА ЭКСПО. ОФИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 2007»

С 24 по 27 сентября 2007 года в Международном выставочном центре «Крокус Экспо» прошла 7-я Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2007».

Организатор выставки: Ассоциация производителей и поставщиков канцелярских и офисных товаров России (АПКОР) в партнерстве с МВЦ «Крокус Экспо», а также коллективными организаторами – компанией «Дело» и компанией «Артиндустрия». Генеральный спонсор выставки – компания «Феллоуз». Спонсор выставки – компания «еБазар».

Центральная отраслевая выставка продолжает расти, увеличивая количество участников. На общей площади 8 250 м² расположились стенды уже более 175 компаний из России, Белоруссии, Китая, Германии, Малайзии, Испании. За время работы выставку посетили около 5 000 специалистов из России, ближнего и дальнего зарубежья.

Впервые в ходе выставки был реализован проект «Современный офис XXI века». На открытой для всех посетителей инсталляции были представлены необходимые для жизнеобеспечения современного офиса товары и услуги: от карандаша и кнопки до различных корпоративных услуг. В проекте приняли участие компании: ACCO Brands, DURABLE, Esselte, Fellowes, Silvarium.ru, Бюрократ, Компания А1, Массажный Рай, Призма-Вест. Участники представили оригинальные новинки и решения для организации работы в современном офисе, такие как, например, система организации рабочего пространства TM NOVUS от компании А1, удобная мебельная серия «Арго» от компании «Призма-Вест», функциональные папки LEITZ от компании «Esselte», оригинальные офисные аксессуары от «ACCO Brands» и «DURABLE» и даже искусные флористические украшения от мастерской Silvarium.ru. Посетители отметили неоспоримое удобство проекта – в одном месте можно найти практически все, что нужно для обеспечения рабочего пространства.

Все движется вперед и многие экспоненты уже во время работы осенней выставки заполняли заявки на участие в весенней выставке, которая будет носить в большей степени школьно-оптовый характер и состоится 18-21 марта 2008 года в МВЦ «Крокус Экспо» в новом павильоне №3. Заявку на участие в выставке «Скрепка Экспо 2008» можно также заполнить на сайте оргкомитета www.apkor.ru

До встречи на выставке «Скрепка Экспо 2008»!

ENG

Skrepka Expo. Office technologies 2007

stationary and office supplies show, was held on September, 24-27-th at CROCUS EXPO International Exposition Center in Moscow. The exhibition covered 8250 sqm this year and 175 exhibitors from Russia, Byelorussia, Germany, China and Malaysia participated in the event. During the show more than 5000 specialists from Russia and abroad visited it.

РАППС

Закончила свою работу VII-я Международная специализированная выставка «Бизнес-сувениры и подарки 2007», проходившая с 11 по 14 сентября в Центральном Доме художника на Крымском валу. Выставка привлекла внимание рекламного сообщества, поток посетителей не иссякал до последних минут работы выставки.

В выставке приняли участие более 130 экспонентов. Более ста участников выставки прошлого года повторно участвовали в выставке 2007 года. Но много и новых экспонентов. В этом году впервые приняли участие в выставке компании, представляющие изделия уникальных промыслов России. Помимо российских компаний в выставке принимали участие компании из Швейцарии, Финляндии, Китая, Прибалтики.

Застроенная выставочная площадь в этом году занимала почти 1500 м². С каждым годом компании все более творчески и креативно подходят к участию в выставке, все витрины и стенды очень красиво и ярко украшены. Много нестандартных стендов. Новшество от организаторов - бесплатное Интернет-кафе на все дни работы выставки.

В рамках выставки прошли различные традиционные мероприятия: презентации, семинары, мастер-классы.

Как и в прошлом году, на выставке «Бизнес-сувениры и подарки 2007» прошел конкурс «Сувенир года», победа в котором дает скидку на участие в выставке следующего года, бесплатное размещение баннера на сайте Ассоциации РАППС и размещение информации в журнале B2B. Компании, желающие принять участие в конкурсе, представляли экспонаты, которые выставлялись в витринах у входа на выставку в трех категориях: VIP, Бизнес и Промо.

По итогам голосования посетителей победителями стали:

– в категории Промо

1 место – компания Проект 111, USB-разветвитель с радио;

2 место – компания Знаки внимания, очки для сна;

3 место – компания Пилотаж, новогодние игрушки на бутылки;

- в категории Бизнес

1 место – компания Плэй Прогресс, головоломка «Пьянству бой!»;

2 место - компания Пилотаж, чайный набор «Снеговик»;

3 место - компания Кожаная мозайка, набор для бизнес-леди;

- в категории VIP

1 место поделили 2 компании - компания Брик Мастер с конструктором «Замок» и компания Кожаная мозайка с набором «Книга для записей, визитница»;

2 место - компания Русский хрусталь, набор «Возрождение»;

3 место - компания Пилотаж, кофеварка «Ретро».

ENG

The VII International specialized Exhibition "Business souvenirs and presents" arranged by Russian Association of Suppliers and Manufacturers of Souvenirs (RAPPS) was held from 11-th till 14-th of September. It was held in the Central House of Artist on Krymsky Val in Moscow, covered the area of 1500 sqm and gathered more than 130 exhibitors. On the fair traditional contest "The Gift of the Year" went off. The first award in nomination "Promo" was received by the company "Project 111", in "Business" nomination - by the company "Play & Progress" and the first award in nomination "VIP" was shared by two companies, "Brick Master" and "Leather Mosaic".

СКРЕПКА ЭКСПО

КРОКУС ЭКСПО

АПКОР

8-я международная выставка
КАНЦЕЛЯРСКИХ И
ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

18-21 марта 2008 года

СКРЕПКА ЭКСПО

Россия, Москва,
МВЦ «Крокус Экспо»
павильон № 3, зал 12

прием заявок на участие:
+7 (495) 789 93 80, +7 (495) 648 91 38
www.apkor.ru expo@apkor.ru

IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ОСЕНЬ 2007

Организатор выставки:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры». Департамент IPSA-EXPO.

Очередная 12-я специализированная выставка индустрии рекламных сувениров, бизнес-подарков и материалов для промоушн «IPSA Рекламные Сувениры Осень 2007» прошла с 11 по 13 сентября 2007г. в Международном выставочном центре «Крокус Экспо».

Общая площадь выставки составила 6000 м^2.

В выставке приняли участие более 250 компаний, работающих на рынке индустрии бизнес-подарков и рекламных сувениров.

Выставку посетили около 7000 человек, при этом количество представителей фирм Москвы и регионов стабильно осталось в соотношении 70% к 30%.

География посетителей выставки, как обычно, была разнообразной – от Брянска до Находки. Лидирующее положение традиционно занимают: северная столица Санкт-Петербург, Уральский регион и Поволжье, что тесно связано со стабильным экономическим ростом этих регионов и, соответственно, ростом рекламных бюджетов работающих в них компаний.

Пропорция представителей рекламных агентств и представителей конечных заказчиков тоже сохранила свою тенденцию и составила: 40% рекламных агентств и 60% конечных потребителей рекламно-сувенирной продукции.

Переход выставки на «новую» площадку в Крокус Экспо не отразился на посещаемости из-за ее удаленности от центра города. Скорректированная рекламная кампания по привлечению посетителей дала свои результаты, и количество посетителей не разочаровало ни наших постоянных клиентов, ни «новичков». Были задействованы как традиционные способы оповещения посетителей, так и применены некоторые новшества.

В рамках привлечения посетителей были задействованы как узкопрофессиональные издания – «Индустрия Рекламы», «Профессионал Рекламно-Сувенирного Бизнеса» (МАПП), «РТ Сувениры», «Бизнес-Сувениры» и «Сувенирка», «Новости Рекламы», «Адрес Реклама», – так и издания общей бизнес-направленности – «Профиль», «Компания», «NewsWeek», «Business & FM», «Бизнес Эксперт», «Банки & Биржи», «Дайджест рынка ценных бумаг», «Финансы & Экономика» и др.

По итогам проведения выставки оргкомитет выражает свою благодарность всем ее участникам и посетителям и надеется на плодотворное сотрудничество в будущем.

ENG

The 12-th International Specialized Exhibition of advertising souvenirs, business gifts and promotion materials industry IPSA. Advertising Souvenirs. Autumn - 2007 was held from September 11-th till 13-th at Crocus Expo IEC. The event was organized by IPSA association and gathered more than 250 exhibitors and 7000 visitors.

ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007

С 25 по 28 сентября в Москве в выставочных комплексах «Манеж» (на двух уровнях) и «Гостиный Двор» с большим успехом прошла Международная специализированная выставка **«ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007»**, организованная ООО «Подарки Экспо» при поддержке Российского и Московского фондов защиты прав потребителей, Ассоциации производителей и поставщиков подарков и бижутерии, при содействии Торгового дома «Шатер».

О повышении рейтинга выставки свидетельствует растущее число участников. На выставке общей площадью 23.000 м^2 была представлена продукция 667 фирм из таких стран как: Россия, Украина, Беларусь, Литва, Италия, Германия, Франция, Чехия, Словения, Бельгия, Турция, Бразилия, Таиланд, Филиппины, Тайвань, Гонконг, Китай. В выставке «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» приняли участие 212 иностранных компаний, были организованы национальные экспозиции Таиланда, Тайваня, Филиппин и Германии.

Выставка «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» и салон «БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ» собрали крупнейших игроков рынка для демонстрации отраслевых новинок и возможностей.

Общее количество посетителей выставки «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» и её салонов составило 33238 человек, из них 31200 – специалисты.

На выставке «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» состоялась церемония награждения компаний-участников по номинациям:

– «ЛУЧШИЙ ДИЗАЙН СТЕНДА» – компании «РУССКИЕ ПОДАРКИ» (Россия) и «ФБ-ТИМ» (Россия);

– «СТЕНД ВОПЛОЩЕНИЕ СТИЛЯ» – компании «АЛЬФА КЕРАМИКА» (Россия) и «АРТИ-М» (Россия);

– «СТЕНД ЛУЧШАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКЦИИ» – компании «РЕМЕКО» (Россия) и «ПИКНИК-СЕРВИС» (Россия);

– «ЛУЧШЕЕ КРЕАТИВНОЕ РЕШЕНИЕ СТЕНДА» – компании «ГРИН ЛАЙН» (Россия) и «ТРИУМФ-С» (Россия);

– «СТЕНД ЯРКОЕ НАСТРОЕНИЕ» – компании «ЕЛОЧКА» (Россия) и «ОБЪЕКТ МЕЧТЫ» (Россия);

– «ПОЧЕТНЫЙ ПАРТНЕР ВЫСТАВКИ / HONORED PARTNER GIFTS EXPO» – Ассоциация Тайваньских производителей подарков и товаров для дома / TAIWAN GIFTS & HOUSEWARE ASSOCIATION (Тайвань);

– «WELCOME GIFTS EXPO. AUTUMN 2007» – Национальная экспозиция Таиланда.

Об успешности выставки «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2007» свидетельствуют показатели эффективности деловых контактов. 97% экспонентов довольны участием и готовы участвовать в следующих выставках «ПОДАРКИ», уже в 2008 году.

До встречи на выставке «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2008»

24 – 27 марта 2008 года в Центральном Выставочном Зале «Манеж»!

ENG

GIFTS EXPO. AUTUMN 2007. *Post-Release*

One of the biggest in Eastern Europe International Specialized Trade Fair, "GIFTS EXPO. AUTUMN 2007" was held on September, 25-28th on two grounds at the same time: Gostiny Dvor and Manezh Exhibition Complex. The growing number of exhibitors and visitors is indicative of the increase "GIFTS EXPO. AUTUMN 2007" popularity.
The exhibition area this year was 23 000 square meters with 667 exhibiting companies - from Russia, CIS (Ukraine, Byelorussia) and foreign countries: France, Italy, Germany, the Czech Republic, Denmark, Belgium, Slovenia, Turkey, Hong Kong, China, Taiwan, Philippines, Taiwan.

INSTITUTE OF PROFESSIONALS IN SPECIALTY ADVERTISING

IPSA

рекламные сувениры

весна

2008

13-я Специализированная Выставка Индустрии Рекламных Сувениров, Бизнес-подарков и Материалов для Промоушн

5 – 7 февраля 2008

Москва

Центр Международной Торговли

на Краснопресненской набережной

Организатор:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры» (IPSA)

Координаты оргкомитета:
тел.: (495) 228 1335, 228 1336
факс: (495) 228 1337
www.ipsa-expo.com

Спонсор выставки: BIC GRAPHIC RUSSIA & CIS

Выставка проходит при поддержке: АПКОР, МАП, WORLD TRADE CENTER MOSCOW

Информационный партнер выставки: ВРЕМЯ РЕКЛАМЫ

Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

ПОДАРКИ 2008

Международные Специализированные Салоны:

ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ

ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

ВЕСЬ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ

ПОДАРКИ. ВЕСНА 2008

24–27 марта, 2008 г.

Россия, Москва,
Центральный Выставочный Зал МАНЕЖ,
Манежная пл. , 1.

ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008

23 - 26 Сентября 2008 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: (499) 126-01-60
E-mail: expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

Наши преимущества: *свободный выбор сочетаний цветов деталей, цвета чернил и ёмкости стержня, нанесение на корпус 360°, отсутствие минимальных количеств заказа.*

Небольшие тиражи. Цены лучше, чем у конкурентов.
Прямые поставки от производителя.
Вся продукция представлена на складе в Санкт-Петербурге.

Леон Директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495) 79-69-100, 650-50-29,
650-50-34,
moscow@leondirect.net

ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

«SENATOR» ИЗ ГЕРМАНИИ

Появление этого материала на страницах нашего журнала связано с публикацией моей статьи о заводе «Senator» в №27 журнала. Статья, тенденциозно переведенная в России (мне не говорят, кто делал перевод, хотя догадаться и так нетрудно), была в таком виде представлена руководству завода, где с ней внимательно ознакомились и где она, кроме ожидаемой мною, вызвала дополнительно реакцию негативную, на которую я никак не рассчитывал. Именно поэтому, я принял приглашение руководства завода и посетил фирму в их новом здании в Гросс Биберау. Интервью, публикуемое ниже, мне дал вице-президент компании, директор по продажам и маркетингу Франсуа Андрэ Виле.

Франсуа Виле: Да, Сенатор меняется. Но меняется к лучшему, как мы надеемся. Мы допустили ряд ошибок, и мы кое-чему научились на них.

За четыре года, прошедшие с момента Вашего предыдущего визита сюда, сделано очень многое. Мы переехали в это новое просторное здание, что позволило расположить наше оборудование и офисы более удачно. Мы перевезли сюда все оборудование, предназначенное для производства пишущих инструментов купленной нами в начале 2000-х годов фирмы Rou Bill. После окончания нашей беседы мы пройдем по зданиям, и Вы сможете убедиться сами в том, насколько изменилась фирма за последние годы.

Лео Костылев: Да, действительно. Даже то, что я успел увидеть уже, пройдя по зданию в эту комнату, впечатляет!

Однако, нашим читателям, очевидно, будет наиболее интересно узнать о тех переменах, которые происходят в российском бизнесе компании «Senator». Из вашей рекламы в профессиональных изданиях (к сожалению, не в моих), я знаю, что с 1 июля этого года компания Шар-Бизнес является вашим эксклюзивным партнером, причем как на бизнес-сувенирном, так и на канцелярском рынках. Вы действительно приняли решение не работать с остальными вашими клиентами в России?

Ф.В.: Да, и, поверьте, это было нелегким решением! Долгие годы мы имели нескольких партнеров, которые работали в ритейл-секторе с нашими товарами. Однако Вы сами знаете, что никаких механизмов контроля за тем, кто является их заказчиками – заказчики канцелярской продукции или рекламные фирмы – не было, да и просто не существует. Мы продаем наши изделия и надеемся, что наши партнеры действуют в соответствии с нашими договоренностями. Некоторые так не делали. Это является одной из причин того, что мы решили сконцентрировать продажи в одних руках.

Л.К.: В данный момент вы обладаете большим ассортиментом. К ручкам собственно «Senator» прибавилась большая коллекция ручек rou bill, да еще их кружки. Не слишком ли много для того, чтобы продвигать все это силами одной фирмы?

Ф.В.: К слову сказать, мы тоже не очень довольны тем, что коллекция наших ручек такая большая. К тому же, далеко не все изделия являются хитами продаж. В следующем году мы решили значительно сократить ее, убрав большое количество изделий, пользующихся недостаточной популярностью у наших клиентов. Стратегией обеих компаний в течение многих лет был выпуск трех-четырех новых изделий ежегодно. А каждая новинка это новые пресс-формы, новые сборочные станки, роялти дизайнерам. Начальные затраты на новое изделие легко достигают миллиона Евро. И естественно, затратив такие деньги, завод требует от отдела маркетинга находить на эти изделия своего заказчика.

Концентрация всех продаж в одних руках будет иметь своим продолжением открытие собственного офиса в Москве, который возглавит, скорее всего, В.Шарыпов, так что нынешнее положение – просто начало перемен.

Л.К.: И что, в следующем году не останется больше ни одной фирмы, импортирующей «Senator", кроме этого офиса. А «Комус» тоже будет покупать в вашей московской фирме?

Ф.В.: «Комус» – это другое дело! «Комус» – это очень большой бизнес.

Мы хотели бы надеяться, что так и будет. Все продажи пойдут через нашу московскую фирму, мы уже имеем сеть дилеров в регионах и на местах действуем через них.

Л.К.: И всё же, что, Вы думаете, станут делать те, кто долгие годы закупал у вас ручки и в немалых количествах, а теперь остаётся за бортом? Думаете, они покорно пойдут покупать у Шарыпова?

Ф.В.: Часть, я надеюсь, пойдёт, другие будут вынуждены сменить марку, если им не нравится такая система.

Л.К.: И Вы не боитесь резкого снижения оборотов, с одной стороны, по причине того, что они не будут больше покупать, а с другой стороны, за счет того, что, сменив успешные продажи одной марки, станут успешно продавать своим клиентам другую?

Ф.В.: Конечно, мы предполагаем, что так может произойти. Но что нам делать? Мы устали от ценовых войн. Ни для кого не секрет, что наши изделия продавались зачастую по не слишком привлекательной для нас цене. И мы не хотим, чтобы такая ценовая инфляция продолжалась. Мы с удивлением для себя обнаружили, что и сами не можем конкурировать с такими ценами. «Senator» – публичная фирма, и мы не можем позволять себе «креативных» способов импорта. Мы должны всё делать в соответствии с законами, хорошие они или нет. Однако до тех пор, пока мы не контролируем в полной мере импорт наших изделий в Россию, мы не можем быть уверенными и в том, что кто-то не будет использовать «креативные» решения, и цены будут совсем не теми, о которых мы договаривались. Конечно, и теперь есть возможность изобретать способы не покупать ручки в нашем московском офисе, рядом Украина и Белоруссия со своей системой работы...

Л.К.: Есть голландская Premo, у которой всего несколько моделей «Senator» в каталоге, но зато самых популярных, а цены такие же, по которым мы закупаем у вас…

Ф.В.: Нет, с ними мы больше не работаем. В своё время компания Premo выполняла роль «Senator» на голландском рынке, теперь у нас там свой офис, который работает на всю северную Европу.

Л.К.: Да, я знаю, мой региональный менеджер тоже там находится, и заказы мы посылаем туда, хотя товар идёт по-прежнему из Германии.

Ф.В.: Ну, хорошо, что Вы говорите «из Германии». В своей статье, ставшей причиной нашей встречи, Вы дали понять, что не все наши изделия производятся здесь.

Л.К.: Вы знаете, что я имел в виду. К тому же, я был на заводе четыре года назад, когда его мощности выглядели решительно по-другому.

Ф.В.: Я с полной ответственностью заявляю, что все пластмассовые ручки мы производим здесь, в Германии. А это 85% наших продаж. Пройдя по заводу, Вы увидите и производство наконечников для наших стержней, и сборку самих стержней и ручек, и прессы, делающие детали ручек, и, конечно, нанесения. Как и швейцарский Prodir, «Senator» делает большинство работ в Европе. А кто еще? Uma, Ritter завозят части из Азии, Cross имеет завод в Китае, где работают только китайцы, за исключением пары топ-менеджеров...

Л.К.: Тем более, приятно осознавать, что теперь такие чудесные европейские изделия на российском рынке будут только у меня, кроме, естественно, вашей московской фирмы. О таком положении, в плане конкуренции, можно было только мечтать! Мы уже собираем на нашем питерском производстве 11 моделей ваших ручек, а в этой ситуации ассортимент, скорее всего, надо расширять. На этом я хотел бы и закончить, поблагодарив за время, выделенное Вами для этой беседы, и в надежде, что действия, предпринимаемые нами, приведут нас к позитивным результатам.

Беседа велась на английском языке. Некоторые выражения и порядок ответов не соответствуют действительному ходу беседы и перемещены в редакционных целях, однако аутентичность перевода редакция может доказать. Желающим больше узнать о немецкой торговой марке пишущих инструментов «Senator» советуем следить за выходом журнала «Лидер», где нами, во взаимодействии с руководством завода, готовится публикация об истории и сегодняшнем дне фирмы.

ENG

This publication goes after the publication in "Professional 27" about "Senator" factory written by IAPP's president Leo Kostylev. In the previous article Leo openly discussed problems of "Senator" distributors' that arise in Russia. The article was rather peculiarly translated (for the matter of fact mistranslated) into German and this translation led to negative reaction from "Senator's" administration. To clear this situation up Leo Kostylev managed to visit "Senator" factory in person and here we offer you his interview with Francois Ville, "Senator's" vice-president.
Please, read another Leo's article concerning his visit to "Senator" in the following issue of our "Leader" magazine. And the whole information in English will be available "Russian Promotional Market Review".

PF CONCEPT

PF Concept входит в состав POLYCONCEPT GROUP – глобального лидера в области создания и распространения рекламно-подарочной продукции. В штат POLYCONCEPT входит около 2800 человек в Азии, Европе и США. За 2006 год оборот этой компании составил около 700 миллионов ЕВРО. А число клиентов POLYCONCEPT превышает 20.000 дистрибьюторов. PF Concept владеет самым большим ассортиментом и самыми большими запасами промо-товаров в Европе. Свыше 8300 различных товаров представлены в их каталоге, который так и называется «THE CATALOGUE».

Это второе интервью с Ричардом Лариби, директором по экспорту компании PF CONCEPT. В предыдущем интервью мы задавали Ричарду Лариби общие вопросы – «Расскажите, почему вы решили прийти на российский рынок?» «Какие ваши первые впечатления от него?» и т.д. (читайте это интервью в «Профессионале № 28»).

Интервью в этом номере более специализированно.

- Расскажите, пожалуйста, об основных принципах работы рынка в России и в Европе. В чем их различия? И в чем сходство?

- Думаю, что основной принцип в том, что на окончательное решение о приобретении тех или иных товаров влияет множество факторов – не только желания клиента. А так как в России множество сложностей с ввозом товаров – растаможивание достаточно дорогостоящий и длительный процесс – такого богатого выбора продукции, как в Европе, здесь нет. Очень часто приходится довольствоваться тем, что есть на складе, или тем, что можно наиболее быстро доставить.

В Европе другие ограничения. Компании, работающие на импорт, должны соответствовать правилам WEEE и RoHS. Постановления RoHS, например, вошедшие в силу с 1 июля 2006 года, запрещают использовать определенные вредные вещества в электронике. Свинец, кадмий, ртуть и некоторые другие вещества – не должны превышать допустимого уровня в изделиях. У RoHS существуют также отдельные достаточно строгие правила, относящиеся к пластику, в котором содержатся эти вещества

PF Concept может гордиться тем, что все его изделия полностью соответствуют тем требованиям, которые выдвигаются в ЕС к продукции. Эти требования пока еще не дошли до России, но в Европе и США уже были случаи, когда компаниям приходилось изымать из обращения целые партии не соответствующего требованиям товара. Это бьет не только по бюджету компаний, но и по репутации; поэтому международным компаниям приходится становиться более жесткими по отношению к своим поставщикам. А так как в России международных компаний немало, и занимают они существенную долю рынка, думаю, что скоро постановления RoHS и WEEE, даже если их здесь не примут официально, обретут немалую силу. Все это, в первую очередь, сказывается на цене изделий, поэтому, сами понимаете, многие поставщики сувенирной продукции пытаются их обойти, что приводит к очень негативным последствиям.

- Расскажите о брендах PF Concept'а, наиболее популярных в Европе. Так же ли они популярны в России? Если нет,- почему?

- PF Concept представляет как свои собственные бренды, так и те, на которые у него есть лицензия. Наши собственные бренды – это: MARKSMAN, CENTRIXX, US BASIC, BEST IN TOWN и SPIRIT OF ST. LOUIS. Возможно, они не так хорошо известны на рынке обыкновенной, не бизнес-сувенирной продукции, но на бизнес-сувенирном рынке они очень конкурентоспособны, благодаря тому, что их изделия неизменно высокого качества и современного дизайна. А после того, как в ЕС были введены новые правила, о которых я говорил, у этих брендов появился еще один плюс – их продукция полностью соответствует WEEE и RoHS стандартам.

Бренды, которые мы представляем с лицензией – это SLAZENGER, DUNLOP, BALMAIN,PAUL BOSCUE, CASE LOGIC и ORIENT EXPRESS. В Европе они очень хорошо известны вне бизнес-сувенирного рынка, и в этом их существенное преимущество. В России не так хорошо с ними знакомы, потому что здесь основное внимание людей сосредоточено на брендах высокой моды, таких как GUCCI, PRADA, LUIS VUITON и т.д.

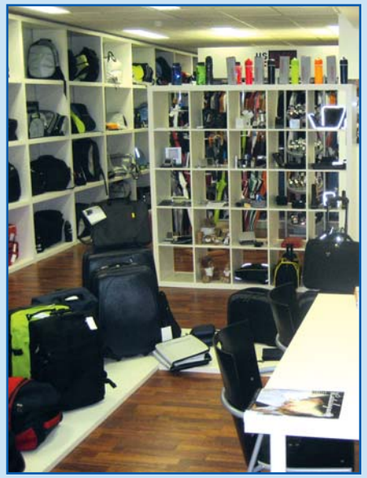
Но статистика наших российских продаж свидетельствует о неизменном росте внимания к BALMAIN и ORIENT EXPRESS. А, что касается текстиля, – к SLAZENGER. К сожалению, мы пока не можем понять за счет чего это происходит – за счет влияния имени бренда или просто потому, что их изделия очень качественны. Одно несомненно – спрос на более качественную продукцию на российском бизнес-сувенирном рынке существенно растет.

Мы также очень рады будем представить на выставке PSI наш новый бренд «PGA TOUR», один из самых известных в мире брендов товаров для гольфа. Мы считаем большой удачей, что нам удалось получить лицензию на этот бренд, так как гольф сейчас один из самых быстроразвивающихся видов спорта.

Для того, чтобы нашим дистрибьюторам было удобнее работать только с брендовыми товарами из наших коллекций, мы выпустили специальный каталог «THE BRAND CATALOGUE», где представлены только брендовые изделия. Мне бы хотелось еще раз разъяснить все недоразумения, которые иногда возникают по поводу наших каталогов. Вся наша продукция представлена в главном каталоге, называющемся «THE CATALOGUE». Все остальные каталоги изданы специально для удобства работы с той или иной группой товаров или брендов, но целиком наш ассортимент, естественно, не исчерпывают. Таков и наш новый «THE BRAND CATALOGUE». Он поможет нашим дилерам сфокусировать внимание клиентов только на наших брендовых позициях, и представить себя, как компанию, работающую с брендами высокого качества.

- Какие наименования товаров PF Concept пользуются наибольшей популярностью в Европе? Какие в России? Как Вы считаете, будет ли у нас со временем увеличиваться спрос на продукцию, популярную в Европе сейчас?

- Очень часто мы слышим от европейцев о нашем каталоге «END OF THE YEAR CATAlOGUE 2007»: «Великолепный каталог, но почему здесь так много изделий для дома? На российском бизнес-сувенирном рынке они не пользуются спросом.» Дело в том, что рынок бизнес-сувениров – как правило – всегда следует за бытовым потребительским



рынком тех же товаров. Товары для дома – не исключение. Посмотрите, сколько сейчас на рынке известных брендов, представляющих товары для дома! Мы просто предвидели эту тенденцию и поэтому включили их в свои коллекции. И, так как результаты продаж явно говорят о том, что мы это сделали не напрасно, то количество товаров для дома в каталогах постоянно увеличивается. А особенно они становятся актуальны в конце года.

Интересно, что и в России эта группа товаров пользуется неизменной популярностью. Об этом говорит огромное количество специализированных магазинов, предлагающих товары для дома известных брендов. Сейчас, для того, чтобы рынок бизнес-сувениров усвоил эту тенденцию, необходимо правильное продвижение этих товаров на рынке.

Со своей стороны могу сказать, что мы видим рост спроса товаров для дома на бизнес-сувенирном рынке в России, после того, как клиенты реально могли их увидеть и подержать в руках в нашем шоу-руме.

То же самое у нас было и с текстилем. Поначалу у нас заказывали в основном футболки и поло. Однако затем дилеры, посещая наш шоу-рум и знакомясь с широким ассортиментом товаров из текстиля, стали заказывать все более разнообразные изделия, причем совершенно разного дизайна.

- В Европе не принято дарить дорогие подарки, в России же они наоборот пользуются спросом. Не могли бы Вы прокомментировать, в чем причина этих различий и влияет ли это как-то на вашу работу.

- В России, несомненно, сложился определенный этикет в отношении цены подарка, только не такой четкий, как в Европе. Как иностранец, живущий в России, могу сказать, что во многом россияне более щедрые, чем европейцы. Европейцы же более практичны и подарки рассматривают именно с этих точек зрения, а не с точки зрения престижа. Но дорогие подарки дарят и в Европе, просто намного меньше, чем здесь. Недаром наши коллекции в «THE CATALOGUE» охватывают весь спектр сувениров – от промо до VIP – а продукцию, представленную в нем, повсеместно заказывают от Скандинавии до стран Южной Европы. Думаю, Россия не должна быть исключением.

ENG

This is the second interview with Richard Lariby, the Export Director of PF CONCEPT responsible for C.I.S., Baltic States, Middle East and Africa. In the previous issue our questions were more general - "Why did you encounter Russian market?" "What are your first impressions of it?" etc In this interview our questions are more specific. Richard Lariby tells about different means on Russian and European promo markets, about difference of brands influence in Europe and in Russia preferences of particular product articles here and there. (please, find both interviews in English on www.profi.iapp.ru or in our English "Russian Promotional Market Review")

Mission Statement:
PF Concept wants to Inspire and Empower its People and its Customers to reach their full Potential, and is dedicated to the delivery of the highest Quality in Products & Services

**125080, Москва,
Ул. Врубеля, д.12
Сокол Бизнес Центр 1
Тел: +7 (495) 940 91 92
Факс: +7 (495) 940 91 93**

ТУРОВ АРТ

Мы хотим представить Вам интервью с Анатолием Федоровичем Туровым, руководителем творческой мастерской «Туров Арт». Если Вы хоть раз видели их работы на выставках, они, наверняка, Вам запомнились. Это коровы, верблюды, жирафы, собаки, расписанные цветами и бабочками, сделанные в очень ярком и оригинальном стиле, который просто невозможно не запомнить, раз увидев. «Сейчас, после пяти лет работы, мы сможем выполнить любой корпоративный заказ, любой сложности так, что это будет оригинальное, персональное изделие

именно той компании, которая его заказала» – говорит Анатолий Федорович.

Начинал он работать в Америке, в 90-х годах, а потом вернулся в Россию и открыл мастерскую уже здесь. «Сейчас у меня работает 20 художников. Когда нам приходит очередной заказ, мы собираемся все вместе, обсуждаем мои эскизы к этому заказу. Что-то сразу уходит, что-то остается. Потом заверяем модель с заказчиком и приступаем к работе. Для меня очень важна работа с моими художниками, я практически не выхожу из мастерской, где они работают. Постоянно даю им какие-то советы – эти мазки плохо сочетаются, эти цвета вместе нехорошо смотрятся…».

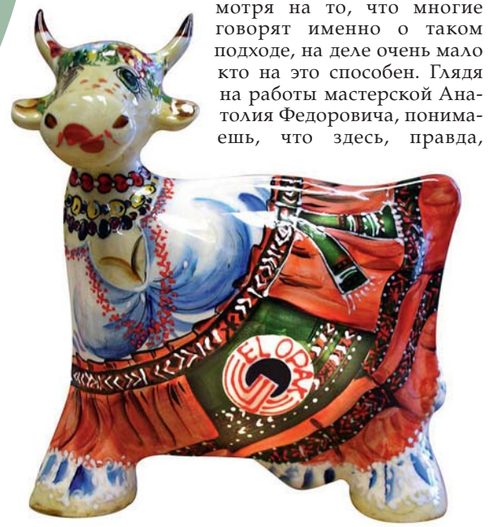
«Каким тиражом вы можете выполнить свои работы?»

«Любым. Некоторые заказы превышают несколько тысяч экземпляров – например, заказ компании «Лукойл». А сейчас мы делаем 250 мышек с логотипом компании «AIK…».

«А как вы наносите логотип?»

«Если к логотипу прилагается еще и надпись, т.е. он достаточно сложен, то мы наносим его тампопечатью. Часто при росписи пишем логотип вручную, красками и кисточкой. Для меня интересны корпоративные заказы не только в материальном плане, но и с точки зрения дизайнера, – как расположить логотип, чтобы он смотрелся удачнее, каким сделать фон…К каждому клиенту у меня индивидуальный подход. Всегда интереснее понять не то, что клиент говорит, чего хочет, а чего он хочет на самом деле. Очень часто просят сделать одно, а потом, когда я, пообщавшись с человеком и поняв его вкусы, предлагаю ему что-то свое, клиенты понимают, что именно это им и нужно было».

Такой подход – скорее подход художника, чем ремесленника, очень редко встречается в сувенирном бизнесе. Несмотря на то, что многие говорят именно о таком подходе, на деле очень мало кто на это способен. Глядя на работы мастерской Анатолия Федоровича, понимаешь, что здесь, правда,



именно так относятся к своим заказам.

«Как обычно происходит заказ!? – продолжает он – Заказчик приезжает в наш шоу-рум, где выставлены практически все образцы нашей продукции; выбирает, какие формы, какие дизайны ему подходят. В какую цену он хочет уложиться. Какого размера изделие ему нужно. Если ему подходит одна из уже существующих форм, мы можем начать выполнять его заказ хоть со следующего дня. Если же он хочет форму, сделанную индивидуально для него, то на ее создание уйдет примерно месяц».

«А есть ли какие-то формы, какие-то росписи, которые пользуются у заказчиков самой большой популярностью?»

«Да. Если говорить о формах, то очень много корпоративных подарков заказывают на тему животных, которые по японскому календарю символизируют текущий год. В прошлом году это были свиньи, в этом – мышки. А если говорить о росписи…Например, очень популярен дизайн 169А – красные маки на белом фоне. Дизайн 11 – долька арбуза и фрукты на фоне цветных пятен. «Одиннадцатый» – очень жизнерадостный, красочный дизайн. Есть же серии, которые хоть и не пользуются бешеной популярностью, зато их стабильно покупают люди, более тонко чувствующие живопись. Это, например, одна из самых удачных моих находок, серия Black and White, черно-белая. Когда ты работаешь в цвете, то ошибка при росписи возможна – если какие-то цвета не будут подходить друг другу, не факт, что это будет так уж бросаться в глаза. Когда ты работаешь только с черным и белым, любая ошибка будет кричать о себе. Художник, работающий в черно-белом стиле, как сапер, ошибаться не должен».

«А как Вы сами видите работы своей мастерской – как корпоративные сувениры или как VIP-подарки»?

«Мы делаем и то и другое. Примерно 63% всех наших изделий приходится на недорогие изделия. 37% – на более дорогие изделия, это уже живопись. Сами посудите, что проще – изобразить на керамической, предположим, корове просто привлекательный, красочный натюрморт или «Осень» Левитана?!»

ENG

Biography of Anatoly Turov the founder of creative workshop "TurovArt" can not be told in a few words. He has started exhibiting with his works in US in nineteenth and was recognized there before his return to Russia. He has developed a style of his own combining very charismatic ceramic hand-made animals with drawing (because Anatoly Turov draws mainly on his own ceramic pieces). Now he successfully runs his own workshop in Moscow and still exhibits round the world.
We offer to you an interview with Anatoly Turov where he tells about his workshop's opportunities for promo gifts market.

Офис, Showroom и склад оптовой и розничной продажи:
ул.Промышленная, д.10. офис №106
Тел: 644-38-36, 8(906)716-81-76
Email: turov-art@mail.ru

О ХУДОЖНИКАХ

Мы предлагаем Вашему вниманию интервью с главным художником **Виталием Каета** и главным скульптором Лефортовского фарфорового завода **Андреем Вантеевым**. Андрей Вантеев родился в семье фарфористов, и выбор профессии для него, как он сам говорит, был очевиден с самого начала. Виталий Каета тоже потомственный художник. Перед тем как прийти работать на Лефортовский фарфоровый завод, он окончил художественную школу, затем лицей.

Как Вы пришли работать на Лефортовский фарфоровый завод? Какая специфика вашей работы именно здесь? Как Вы сами можете оценить свою работу?

Андрей Вантеев: Я закончил с отличием Гжельское художественно-промышленное училище. После окончания работал на Дулевском фарфоровом заводе в художественной лаборатории скульптором-художником 1 категории, где перенимал опыт старых мастеров. Но как творческая личность я хотел профессионального роста, поэтому принял предложение друзей и пришел в творческую и оригинальную компанию «Керамик».

Когда я перешел на эту работу, мне пришлось начинать с чистого листа. Мы в тандеме с группой художников Виталием Каета и Юлией Фатьяновой принялись за дело, засучив рукава.

Виталий Каета: В 1997 году я искал работу и случайно наткнулся на объявление, что требуются художники по фарфору, меня это заинтересовало, и я решил попробовать. Среди опытных специалистов я постигал азы этого ремесла, мы выполняли заказы для мэрии Москвы, для правительства, для Лужкова, Ельцина и других высокопоставленных особ.

В 2000 году друзья пригласили меня на Лефортовский фарфоровый завод, где помимо росписи стал заниматься обучением и повышением мастерства художников.

Как Вы сами можете оценить свою работу?

А. В.: Может, это не скромно говорить, но я являюсь закладчиком всего изделия (проекта). С нашим руководителем Коганом П. А., который является генератором многих идей, и замечательными скульпторами Хасяновым А. Б., Тимохиным В.А., мы стараемся не слепо выполнять пожелания заказчика, а прививаем художественный вкус нашим клиентам.

В. К.: Мою работу пусть оценивают другие, но стараюсь держать высокий уровень и у себя, и у своих сотрудников. Нельзя останавливаться на достигнутом, нужно постоянное развитие, новые мысли, новые идеи и, конечно, вдохновение, ведь художнику без него никак, и в этом мне помогает моя жена и очень хороший художник Каета Мария.

Среди художников, которые трудятся у нас, хочу выделить Юлию Фатьянову, Ирину Гайнулину, Наталью Колупаеву, Татьяну Вязьмину, Ольгу Киркину, Валентину Горбатову, Оганисян Риму, Алексея Тищенко, Татьяну Покареву, Олега Болотова, Ирину Цыганкову, Галину Логинову, Марину Малая, Анфису Клевцову, Ирину Третьякову, Светлану Матвееву, Анну Малашко, Вантееву Елену, Светлану Никонову, Галину Коханюк, Надежду Крылову, Оксану Навесову, Веру Хижнякову, Ирину Примак, Галину Уткину, Ольгу Кондрашову.

Какой самый интересный заказ Вам довелось выполнить?

А. В.: Мы не делили наши изделия на интересные и не интересные, к каждой работе мы подходили с душой и сердцем.

В. К.: На данный момент самая запоминающаяся работа – это роспись иконы для Богоявленского собора. Икона была выполнена на фарфоровых изразцах с использованием сложнейшей техники подглазурного письма; сейчас она украшает фасад собора.

Какие самые распространенные заказы?

В. К.: Наша основная продукция – эксклюзивные штофы, они и являются самыми распространенными заказами.

Как Вы набираете новых профессиональных сотрудников?

В. К.: Сейчас достаточно сложно найти хорошего художника для нашей фирмы. Нам приходится готовить кадры у себя, доводить их под наш уровень. Это не просто, так как мы выпускаем настоящие высокохудожественные изделия, недаром они имеют устойчивый спрос среди ценителей фарфора.

Скажите, пожалуйста, есть ли у живописи по фарфору Вашего завода свой устойчивый стиль, которого Вы придерживаетесь в своих работах?

Вообще, наша фирма молодая, нам всего 16 лет и свой неповторимый стиль мы вырабатываем сами. Наш стиль это симбиоз многих художественных направлений, есть нотки востока, Византии и, конечно, классики, в частности, русского фарфора. Охарактеризовать его можно как помпезный, торжественный и неповторимый, ведь подарить штоф «Корона Российской Империи» – это будет неподражаемо!

В век машин и компьютеров мы выделяемся тем, что производим изделия вручную, это подчеркивает эксклюзивность каждого изделия, его красоту и неповторимость.

Как Вы развивались с момента открытия завода и как собираетесь развиваться в дальнейшем?

В. К.: Наша фирма не хочет стоять на месте, поэтому мы создаем все условия для развития, стараемся идти в ногу со временем, используя наработки старых заводов, и при этом смотрим за тенденциями развития фарфора – все то, что появляется нового в мире керамики, стараемся применить у нас.

ENG

In this interview Vitaly Kaeta, the chief artist, and Andrei Vanteev, the chief sculptor, of Lefortovsky porcelain factory tell about their work. They tell about their first experience on Lefortovsky factory, about the specificity of working here, about their most interesting orders and the most popular ones. "Though our factory - says Vitaly Kaeta - is only 16 years old, we have formed our original style yet. It is a symbiosis of many former styles, with some notes of the East, Byzantium and surely with the background in rich Russian porcelain traditions. But all these styles in our works are harmonized in something whole and unique"

КОМПАНИЯ «ЕВРОСТИЛЬ»

Очень сложно рассказать что-то новое о сувенирном сегменте рынка, не повторив моих коллег.

С любовью и уважением ко всем своим партнерам **Светлана Горина.** Директор компании «Евростиль», г. Москва

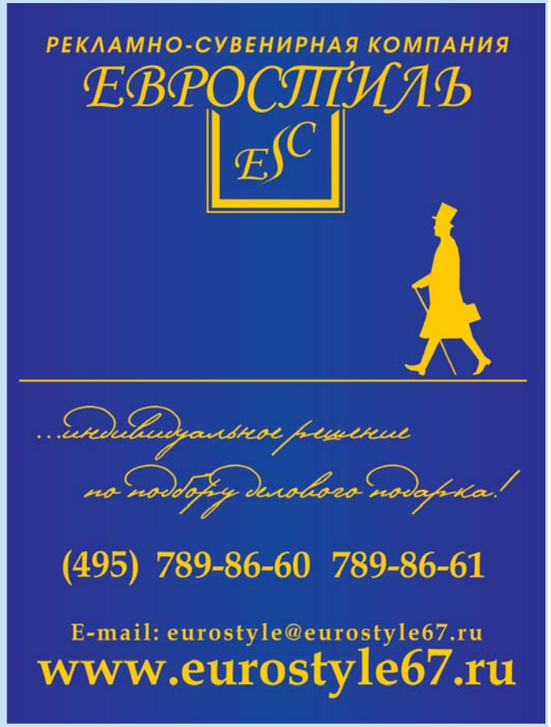
В первую очередь компания «Евростиль» работает в этом направлении более восьми лет, шаг за шагом следуя в роли дилера за такими китами сувенирной индустрии, как «Проект», «Senator», «Круг Кронберг» мы набирались опыта, знаний, сил. Это позволило нам, уже окрепшими, прийти на московский рынок. Сегодня компания «Евростиль» имеет два офиса (центральный в Москве и региональный в Смоленске) и свою производственную базу. Профессиональные сотрудники ежедневно обрабатывают огромный объем информации, чтобы выбрать для наших заказчиков именно то, что соответствует их направленности, традициям, стилю. Мы продаем не сувениры и подарки, мы продаем дух, желание, страсть наших заказчиков сделать кого-то чуть-чуть счастливее и являемся всего лишь звеном в этой цепи. Ведь именно от нас зависит та радость, которую обретают обе стороны по завершении нашей работы, но уже в отсутствии нас.

А что может быть важнее радости? Трудно ее перевести в материальную составляющую. И еще при этом мы всегда помним и знаем, что мы работаем с именем, будь это человек, предприятие, товар, услуга, торговая марка, которые, и с нашей помощью тоже, уже стали или в скором будущем могут стать настоящими брендами. А бренд – это не просто имя, это психологические связи, это душа, это положительное отношение. Как можно с этим работать плохо?

Своим сотрудникам всегда говорю, когда вы работаете с дизайном, переносом логотипа на сувениры, всегда представляйте, что вы готовите самолет для клиента и в нем с клиентом нам лететь, думайте о нашем полете всегда: либо мы взмоем все вверх, либо наша участь – неизвестность, либо мы разобьемся все. Вот так и только так мы мыслим, работая с сувенирами и подарками.

ENG

This article is a presentation of "Eurostyle" company submitted by Svetlana Gorina, "Eurostyle's" MD. The company was found in Smolensk eight years ago and now Svetlana is proud to declare that their second Moscow office is launched. She tells about main principles of "Eurostyle" work which has helped them to encounter Moscow market (which is quite unusual).
And we are proud to introduce the new heading in which this article is published. Its title is "The Face of the Company" which has two meanings in Russian – the face of company's representative and just the company information in general.



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

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

GRAND

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА КОЖГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Российское производство торговой марки "GRAND" предлагает высококачественную кожгалантерейную продукцию из натуральной и искусственной кожи.
Изготовление изделий под заказ с логотипом клиента.

- мужские и женские портфели
- папки
- ежедневники
- обложки для документов
- портмоне
- футляры

site: www.grand-bags.ru
e-mail: market@grand-bags.ru
(812)388 6895
(812)335 1360
(812)585 2290

ВОЛВИ·МС

15 ЛЕТ НА РЫНКЕ
РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ

Фирма "Волви-МС" является крупной рекламно-производственной компанией с собственной производственной базой.
Фирма предлагает вашему вниманию широкий ассортимент продукции, которая поможет вам поддержать имидж и престиж вашей компании, а также сделать вас узнаваемыми среди конкурентов. Мы занимаемся нанесением фирменной символики различными методами: трафаретная печать на текстильных материалах, плоская трафаретная печать, трансферная печать, сублимация и деколирование.

Мы наносим фирменную символику на:

- футболки, толстовки, рабочую одежду;
- бейсболки, козырьки;
- бумажные и полиэтиленовые пакеты;
- крой зонтов и готовые зонты;
- стеклянную и керамическую посуду.

Мы призводим:
- флаги уличные, растяжки, флажки настольные, вымпелы, флаги баннерные;
- промоформу, фартуки, прихватки, шейные платки, шарфики, галстуки, банданы;
- коврики для мыши, подставки под тарелки костеры;
- бумажные пакеты и кубы с салфеткми.

Тел: (495) 674-62-19, 319-81-95, 743-37-87 e-mail: info@volvi-ms.ru www.volvi-ms.ru

PRODIR. ДИЗАЙН И ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

Хорошая ручка нужна всем

Пишущие инструменты швейцарского качества компании Продир выделяются утонченной технологией письма, выигрышным дизайном и целым рядом качественных опций для персонализации.

Шариковая ручка – идеальный рекламный продукт. Почему? Потому что ручка нужна всем. Гениальное изобретение Ласло Биро всегда под рукой, его не нужно включать в розетку, легко использовать и можно положить в любой карман. Но только ручка, которая хорошо пишет, может доставить истинное наслаждение. Пятна на одежде и стержни-однодневки способны создать только антирекламу. Следовательно, не может быть компромиссов – письменный прибор должен писать, и качество письма должно быть высоким, особенно в рекламной сфере.

«Наши ручки пишут так долго и так хорошо, – объясняет Нушин Лойко, глава представительства нового офиса Продир в Москве, – потому что внутри у них стержни швейцарской компании Премек, признанного мирового лидера в производстве пишущих компонентов, работающей в течение 40 лет. Они обладают всеми ноу-хау, которые только можно себе представить». Благодаря чернилам Jumbo, карбидному шарику и миллиметровому отверстию в кончике стержня, сделанного из сплава никеля и серебра, инструменты Продир имеют производительность письма до 5000 метров.

Но не только технические характеристики играют важную роль, когда дело касается рекламы. Качество дизайна также является определяющим признаком. Нанесение может быть оригинальным и инновационным, но если ручка быстро ломается или перестает писать, то вашей рекламе

просто не поверят. Продир совершил революцию на рынке пластиковых ручек именно благодаря дизайну. Никакой другой производитель на рынке рекламно-сувенирной продукции не получал столько наград за дизайн, сколько получил Продир. К примеру, модель DS3 стала поистине всемирной иконой дизайна пишущих инструментов, модели DS7 и DS4 были выбраны самыми известными мировыми брендами, самые знаменитые музеи также используют ручки Продир для рекламы своих коллекций.

Для того чтобы гарантировать высокое качество продукции, все производство, включая сборку и нанесение, сосредоточено в одном месте и находится в Швейцарии. В 2007 году ассортимент продукции увеличился за счет полиграфических новинок, таких как CS8 Ручка+Книга, что еще больше увеличило ценность самих письменных инструментов на рекламно-сувенирном рынке.

Контакты:

Нушин Лойко
Московское представительство компании «Продир Интернэшнл»
Садовническая ул. 82, стр.2 офис 2008.
Москва, РФ
Тел.: (495) 6440938
Факс: (495) 6411886
Email: nushin.loyko@prodir.com

Компания

Компания Продир является одним из ведущих мировых производителей письменных инструментов для рекламных целей. Все производство компании Продир сосредоточено в Швейцарии. Продукция компании отличается не только высоким качеством, но и прекрасным дизайном, что подтверждено премиями, полученными на различных международных выставках. Семь европейских офисов, один офис в Москве и один офис во Флориде (США) гарантируют быстрый, ориентированный на конкретный рынок, сервис.

ENG

Prodir is a leading international manufacturer of writing instruments for promotional purposes. Prodir products are manufactured exclusively in Switzerland. They are distinguished by their top quality and prize-winning design. Seven European branch offices, one sales office in Moscow and one sales office in Florida (USA), guarantee quick, market-oriented service.

Сколько клипов Вам нужно?

Их может быть больше! Именно для этого сейчас появилась новая накладка Clip-Cover. Она не только делает клип больше, но и выделяет его на корпусе цветом и поверхностью. По Вашему желанию мы может добавить анимационную вкладку, рисунок или фотографию. Это модель DS**4**: клипов столько, сколько нужно!

PRODIR INTERNATIONAL, SADOVNICHESKAYA STR., 82, BLD.2, OF. 2008, 115035 MOSCOW, T +7 (495) 644 09 38
PRODIR SA, ZONA INDUSTRIALE 1/2, 6802 RIVERA, SWITZERLAND, TEL. +41-91-935 55 55
NUSHIN.LOYKO@PRODIR.COM, WWW.PRODIR.COM

prodir®

СКАЖИ МНЕ КТО ТВОЙ ДРУГ…

…и я скажу, что ему подарить

В так называемый «новогодний» сезон спрос на сувениры, начиная от простых мышек и заканчивая дорогими VIP-подарками, набирает обороты. Конечно, при выборе подарка Вы будете отталкиваться от предпочтений одариваемого, от того, насколько Вы хорошо его знаете, какие между вами сложились отношения. Дарить, конечно, надо с душой, но и не забывать про полезность подарка. Так что определите, к какому из типов Вы можете отнести Вашего начальника или делового партнера.

ЦЕНИТЕЛЬ РОСКОШИ

Человек любит окружать себя красивыми и дорогими вещами? Психологи говорят, что таким образом стремятся подчеркнуть свою успешность, достаток и респектабельность. Что ж, такое право заслужено трудом, а ведь Вам важно, чтобы Ваш подарок не убрали на антресоли, а держали на самом видном месте. Так что же дарить человеку, у которого все есть? Скажем по секрету, в этом сезоне очень популярны изделия из янтаря и из олова. Поэтому полагаем, что в квартире, обставленной дорогой мебелью, ручной работы янтарный чайный сервиз или наборы фужеров из олова, инкрустированные золотом, окажутся как нельзя к месту. Не забудем, кстати, про шикарную подарочную коробку!

ОХОТНИК

Ваш начальник, коллега или деловой партнер страстно увлекается охотой и рыбалкой, любит отдыхать на природе в хорошей компании? Тогда, возможно, набор для пикника окажется тем самым новогодним подарком, который ему нужен. В этом VIP-наборе есть все необходимое: ножи из высококачественной стали, легкие складные мангалы с шампурами. Представьте: берег озера, горит костер, а счастливый обладатель походной кухни, которая уместилась в небольшом кейсе, свежует добычу и жарит для друзей восхитительный шашлык.

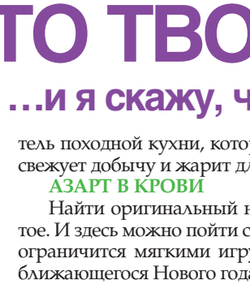
АЗАРТ В КРОВИ

Найти оригинальный новогодний подарок – дело непростое. И здесь можно пойти самыми различными путями. Кто-то ограничится мягкими игрушками, а именно, символом приближающегося Нового года – мышкой. А кто-то, лучше изучив рыночные предложения, найдет нечто необычное.

Все мы знаем, что азартные игры легко затягивают, и человек выныривает из этого омута подчас с пустыми карманами. Но ведь некоторые подчас играют просто для того, чтобы сбросить напряжение рабочего дня, дать выход своим эмоциям. А это важно каждому, от руководителя крупной фирмы до рядового сотрудника. Не так давно на рынке появился оригинальный подарок – небольшое домашнее казино, которое быстро завоевало популярность в среде менеджеров. Такой однорукий бандит не ломает и не разоряет семьи, а играет гораздо честнее.

КУЛИНАР

Ваш партнер отменно готовит и прекрасно разбирается в винах и особенностях национальных кухонь? Любит в холодный день пригласить друзей, сварить для них глинтвейн или кофе, приготовить пунш? Тогда есть смысл подарить ему то, что действительно будет ему необходимо. Френч-прессы позволяют заваривать кофе или чай, находясь практически в любом месте – и в офисе, и в уютном кресле дома. Вы не знаете, для чего нужен набор для подогревания коньяка!? Ценители говорят, что для раскрытия букета вкуса хорошего коньяка, его необходимо немного подогреть. Немного огня и терпения и ваш напиток откроет все свои секреты. Хорошим подарком также станут наборы для глинтвейна и фондю. А если человек увлекается восточной культурой, в частности традициями чаепития, то можно подобрать чайный набор – традиционный японский, китайский и даже отечественный.



Со всеми этими и другими изделиями можно познакомиться в офисе компании «ОЛПРИНТ». Уже в сентябре вышел ежегодный каталог «Мир сувениров», в котором ассортимент компании представлен наиболее полно. Рекламно-производственная фирма «ОЛПРИНТ» работает с 1991 года. Ее специализация – оптовая продажа рекламных сувениров, VIP-подарков, канцтоваров и деловых мелочей с нанесением фирменной символики. Со склада фирмы можно оперативно приобрести сувениры и подарки от крупнейших производителей и поставщиков из Германии, Голландии, Италии, Франции, Англии, США, Швейцарии и Юго-восточной Азии.

Promo gifts should not only hold your logo but be of use to those who receive them. These two aspects play in one team and we can not say what is more important. In this article we offer you possible psychological types of people with lists of gifts that will precisely suit them.

Алексей ПИСАРЕВ

ПРАЗДНИКИ С HANES

Изделия из текстиля, предназначенные для последующего нанесения, пользуются стабильным спросом на рынке рекламной продукции. Благодаря сочетанию большой площади для нанесения и относительно низкой стоимости носителя (футболки, свитера, пуловера), рекламный текстиль стабильно занимает большой сектор рынка промо-продукции.

Емкость западноевропейского рынка рекламного текстиля превышает один миллиард евро, потенциал только российского рынка оценивается в дополнительные 50 миллионов.

Культура нанесения на рекламном текстиле стала настолько популярной, что обьемы продаж не претерпевают значительных изменений даже в осенне-зимний период.

Ну, хорошо, с западной, а тем более с южной Европой все понятно: относительно мягкая зима и осень позволяют даже футболке, не говоря уже о свитерах и пуловерах сохранять актуальность как рекламного носителя круглогодично. А как обстоят дела в центральной и северной Европе? Развитие бизнеса ни в коем случае не замирает. Удивительно, но факт, несмотря на некоторое падение обьемов поставок, обьемы продаж остаются практически такими же, как в весенне-летний период. Это происходит за счет увеличения в структуре продаж доли свитеров, пуловеров и кофт, которые стоят значительно дороже футболок и поло, популярных в весенне-летний период. Многие компании закупают рекламный текстиль как элемент зимней униформы для рекламных акций и, конечно, как подарки для насыщенного праздниками сезона.

То, что в области балета и праздников мы впереди планеты всей, факт общеизвестный. Россияне праздники любят и празднуют почти каждый день. Речь идет конечно не только о Рождестве, Новом годе, старом Новом годе и т.д. В российском праздничном календаре можно найти, например, День сурдопереводчика (31 октября), День шифровальщика (5 мая) и даже День пивовара (9 июня). Осенне-зимний период особенно богат на всевозможные «Дни» (спасателя, энергетика, ФСБ, фельдъегеря, ракетчика, риелтора, банковского работника и т.д., до бесконечности). А где праздники, там и подарки.

Межсезонная одежда Hanes может стать прекрасным корпоративным подарком для Ваших парнеров и клиентов. Мы подготовили для наступающего холодного сезона по-настоящему «теплые» подарки: мужские и женские свитера, пуловеры и кофты. Одежда Hanes может стать зимним подарком, который согреет отношения между Вашей компанией и Вашим партнером.

Одежда, произведенная Hanesbrands, идеально подходит для всех видов нанесения: вышивки, трансфера, шелкографии. Мы производим не просто качественную одежду для нанесения, мы ищем и воплощаем в наших моделях последние тенденции мира моды. Постоянная работа с крупнейшими в мире каталогами промо-продукции и дистрибьюторскими центрами позволяет нам быть в курсе всех изменений и новинок. Новые материалы, востребованные цвета, модные и классические модели – все это можно найти в наших коллекциях.

В первую очередь речь идет о Spicy Hooded Sweat. Коллективу Hanes удалось превратить этот классический, а значит и наиболее востребованный женский пуловер с капюшоном в маленькое чудо рекламного бизнеса. Прекрасный покрой, спортивный силуэт и широкая цветовая гамма от бежевого и нежно-розового до темно-сине-

него и хаки наверняка понравяться Вашим коллегам и клиентам и превратят корпоративный подарок в произведение искусства.

Естественно мы не забыли и мужские модели. Наши классические свитера-толстовки обладают невообразимо широкой цветовой гаммой – даже серого цвета у нас три оттенка! А как насчет настоящего мужского свитера с капюшоном Beefy Hooded повышенной плотности, представленного в 11 цветах? Это «всепогодный» теплый мужской свитер, выполненный из износостойкого и прочного материала.

Pullover V-Neck – уютный вязаный пуловер с модным V-образным вырезом и оригинальным набором цветов: авокадо, эспрессо и т.д.

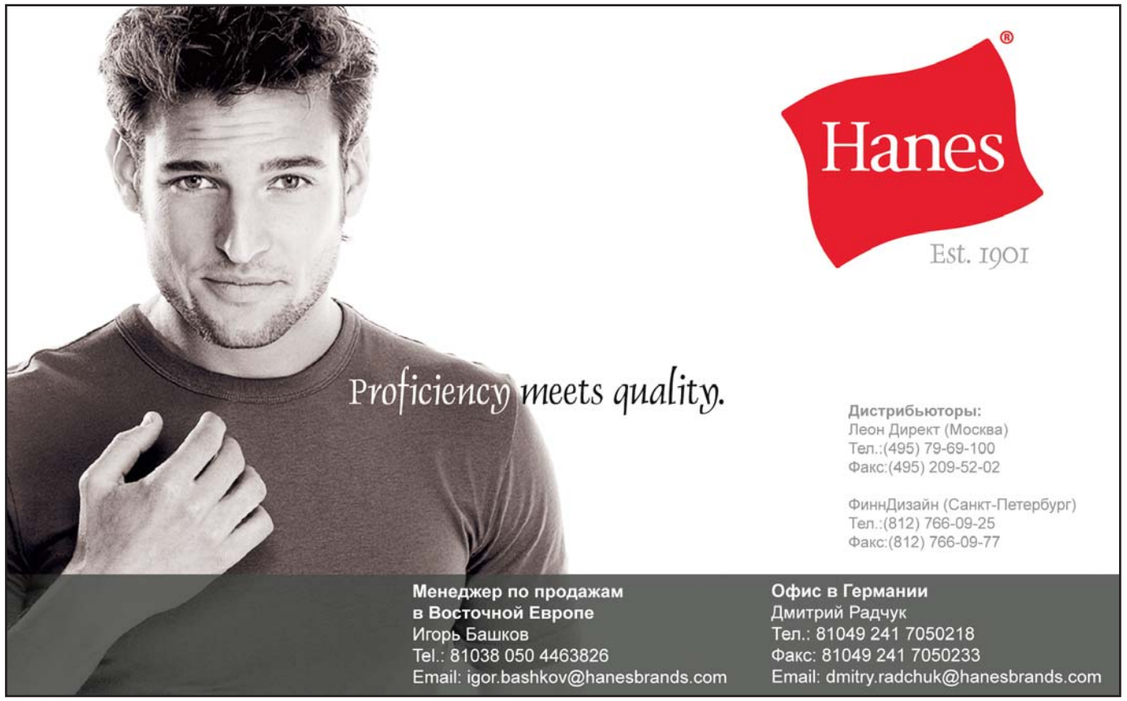
Urban Jacket – элегантный свитер со спортивным силуэтом, изготовленный из французского терри.

Мы не собираемся останавливаться на достигнутом – в январе 2008 года Hanesbrands выпустит в продажу новые модели мужской и женской одежды. Дело осталось за малым – сделать замечательный подарок Вашим партнерам, друзьям, коллегам на Рождество, Новый год, День оценщика, День бухгалтера, участкового, социолога и, естественно, День работника рекламы.

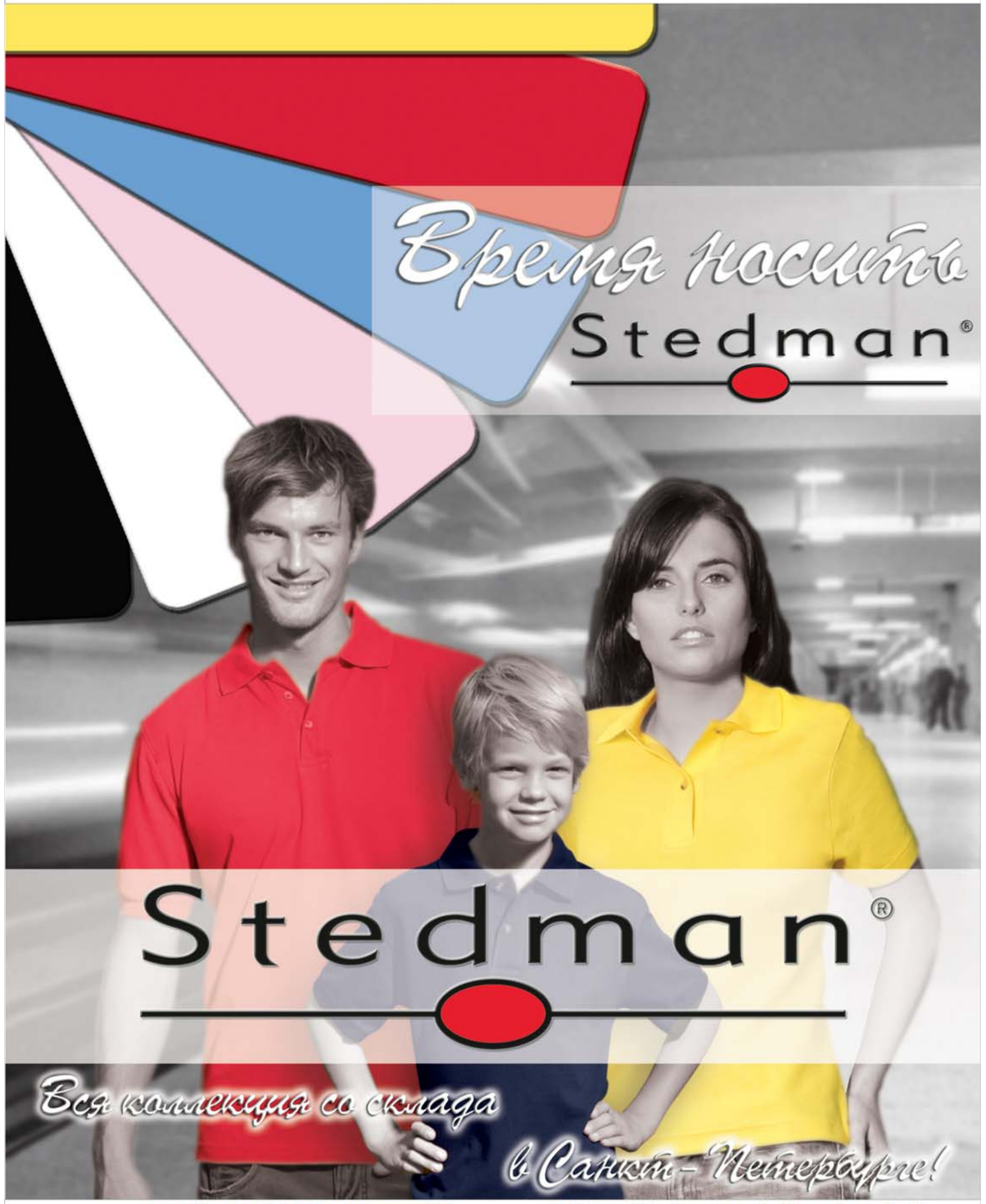
Дмитрий Радчук
«Hanesbrands Europe GmbH»

ENG

One of the largest apparel brands in the world Hanes has assumed leadership on the European printables market offering the industry an impressive collection of T-shirts, polos, sweats, pullovers, shirts and blouses perfectly tailored to the taste of today's fashion conscious consumers.



КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



Леон Директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495) 79-69-100, 650-50-29,
650-50-34
moscow@leondirect.net

ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

ОКРУГ
www.okrug.ru

- разработка эскизов по индивидуальному проекту
- вышивка портретов по фотографии
- вышивка на крое
- вышивка на готовых изделиях
- тиражи от одного экземпляра

- нашивки
- шевроны
- вымпелы

т/ф: (495) 730-20-95
e-mail: okrug@okrug.ru

(495)796-67-21 (495)411-20-93
ТЕКСТИЛЬ для дома
www.evrovitex.ru
direktor@evrovitex.ru
razvitie@evrovitex.ru

скидка 7%

скидка 7%

Изготовление изделий с логотипом.
Все виды нанесения: высокая-низкая махра, жаккард, вышивка, аппликация и трансфертный бордюр (фотопечать).
Махровые и кухонные полотна.
Разнообразие расцветок и размеров.

Северные узоры
махровые изделия с логотипом

- Пестротканые (с цветным рисунком)
- Гладкокрашеные (однотонные)
- С логотипом в бордюре / в структуре
- Стриженые / Нестриженые

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

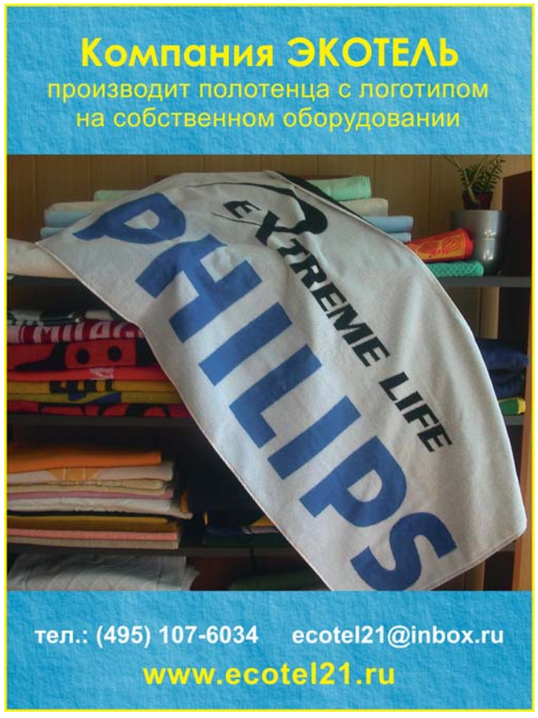
г.Санкт-Петербург. Уральская, 17
(812) 350-88-85, 350-88-55, 350-98-45
norduzor@mail.ru www.norduzor.com

White Magic
Группа компаний „ИНДРОС”
ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ
ФУТБОЛКИ
РУБАШКИ ПОЛО
ТОЛСТОВКИ
БЕЙСБОЛКИ
КОЗЫРЬКИ
ДЛЯ ПЕЧАТИ И ВЫШИВКИ
(812) 335-3179, 324-6418
mail@indros.spb.ru
www.futbolki-optom.ru
Rainbow
Classic Lux
FreeStyle
White Magic

SWAN®
Футболки
Бейсболки
Поло
Толстовки
Одежда
для отдыха
NEW
8(495) 797-85-35/36/37/38
8(495) 221-09-93
swangold@sovintel.ru
www.swanlux.ru

ООО “Швейно-галантерейная фабрика”
Собственное производство рекламно-имиджевой продукциии в г.Белгороде
Тел/факс 8(4722) 36-77-76 тел. 57-88-94
www.sumki.bel.ru
email: kotikov@bel.ru
sergei_kotikov@mail.ru

(495) 147-35-05 / 143-87-74
ЖДАТЬ НЕ НАДО!
ВСЕ УЖЕ НА СКЛАДЕ!
www.realsector.ru


Компания ЭКОТЕЛЬ
производит полотенца с логотипом
на собственном оборудовании
EXTREME LIFE
PHILIPS
тел.: (495) 107-6034 ecotel21@inbox.ru
www.ecotel21.ru

Компания “Земля и Небо” www.z-n.ru
ТЕКСТИЛЬНАЯ ТИПОГРАФИЯ
Тел.: (495) 746-4484, 741-2556, 741-2737
Факс: (499) 191-2007, e-mail: 7464484@mail.ru
ПЕЧАТЬ на ВСЕХ ВИДАХ ТКАНИ
на трёх полуавтоматических
шелкотрафаретных линиях
ОТЛИЧНОЕ качество, ВЫСОКАЯ скорость
(до 15 тысяч изделий в сутки)

NewWave GROUP
Корпоративная и промоодежда
с нанесением Вашего логотипа
от шведского производителя со склада в Москве
• футболки • бейсболки • рубашки поло
• классические рубашки • куртки
• ветровки • толстовки • водолазки
• рюкзаки • сумки и др.
NewWave
CLIQUE
REG. TRADEMARK
TEXAS BULL
тел.: +7 (495) 744-08-46
факс: +7 (495) 916-30-84
info@gnw.ru
www.newwave.ru

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ С НОВОГОДНИМ НАСТРОЕНИЕМ

Методы персонализации новогодних подарков

Каким должен быть новогодний корпоративный подарок? Если углубиться в детали, определений можно придумать очень много. Он, безусловно, должен быть качественным, интересным, оригинальным, запоминающимся, ярким, должен отражать миссию компании, соответствовать фирменному стилю и просто должен быть очень хорошим, а это уже понятие субъективное. Однако факт остается фактом: главные качества новогоднего корпоративного подарка лежат на поверхности. Он должен создавать новогоднее настроение, потому что он – новогодний, и содержать в себе элементы фирменного стиля компании, потому что он – корпоративный. О том, как этого добиться, поделится своими идеями Mister Christmas – известнейшая в России марка новогодних товаров, первая среди игроков рынка, удостоенная награды «БРЭНД ГОДА/EFFIE».

Этой осенью Mister Christmas выпустил свой, девятый по счету, каталог, который с каждым годом увеличивается в объеме. Ассортимент, представляемый без малого 500-страничным каталогом, используют в своей работе крупнейшие российские компании и рекламные агентства. Обслуживание корпоративных клиентов Mister Christmas проводит в рамках первого в России специального проекта по новогодним корпоративным подаркам Mister Christmas Promotion.

В арсенале проекта – не только самый широкий ассортимент новогодних товаров, безупречная репутация Mister Christmas, но и девятилетний опыт работы с корпоративными клиентами, а также широкий спектр услуг по нанесению фирменной символики.

В этой статье мы расскажем об основных методах персонализации новогодних подарков и сувениров, к которым чаще всего обращаются специалисты и партнеры проекта, выполняя заказы корпоративных клиентов.

УКРАШЕНИЯ ИЗ ИСКУССТВЕННОЙ ХВОИ

В коллекцию украшений из искусственной хвои входят различные еловые композиции, настенные и потолочные, а также собрание настольных елочек с миниатюрными шишками, лентами и цветами. Такая композиция может стать и интересным интерьерным украшением, и необычным корпоративным подарком: достаточно лишь оживить ее облик элементами с фирменной символикой. Цветовую гамму украшений можно подобрать, исходя из корпоративного стиля: в распоряжении клиентов любые оттенки и сочетания – красный, оранжевый, желтый, золотой, розовый, бордовый, голубой, серебряный и др. Для персонализации здесь наиболее применимы три способа:

1. Украсить шарами с логотипом. *В этом случае выбираются самые маленькие шарики – диаметром 40 мм. Логотип на них наносится методом тампопечати. В целом для украшения небольшой хвойной композиции достаточно пяти шаров.*

2. Украсить лентами. *Ленты могут быть разной длины – 40, 50 и 80 см. Длину можно подобрать, исходя из размеров выбранного украшения.*

3. Украсить значками. *Значок выполняется по полимерной технологии методом заливки (заливаются обе стороны). Способ крепления – металлическая цанга. Размер и форма значка могут быть любыми.*

«Как красиво упаковать подарок?» – вопрос, следующий за дилеммой «Что подарить?» Когда это один предмет, то всегда можно воспользоваться подарочной коробкой или красивой упаковочной бумагой. А что, если Ваш подарок состоит из нескольких предметов? В этом случае Mister Christmas предлагает обратить внимание на специальные мешки для подарков и коллекцию новогодних корзинок.

НОВОГОДНИЕ КОРЗИНКИ

Новогодние корзинки идеально подходят для сборных подарочных наборов. Чаще всего их используют для составления косметических и сладких наборов: первые дарятся дамам, вторые – детям. Ненавязчивым дополнением к подобным подаркам становятся небольшие ***открытки с поздравлениями,*** естественно, выполненные в фирменном стиле.

Кроме того, новогодние корзинки – отличное предложение для компаний, ориентированных на обслуживание большого количества клиентов. Всем нам хорошо известно, что очень важно, чтобы клиент приходил в компанию и уходил из нее в хорошем настроении. Достичь этого можно не только с помощью хорошего сервиса, но и с помощью небольших угощений, которые будут утешением, если ничем помочь гостю Вы не смогли, и вдвойне приятны, если Вы решили все его вопросы. Общепринятые для таких случаев конфеты можно перемешать с ***маленькими елочными шарами*** с логотипом или другими новогодними украшениями.

Новогодние корзинки представлены в трех размерах – диаметром 13, 16 и 22 см. Маленькие корзинки можно использовать в качестве индивидуальной упаковки для больших елочных шаров. В этом случае персонализировать можно и шар (методом ***тампопечати***), и саму корзинку – посредством значка. Значок крепится к варежке или колпаку Деда Мороза, который, являясь изюминкой корзинки, будет привлекать к себе и названию Вашей компании основное внимание.

МЕШКИ ДЛЯ ПОДАРКОВ

Еще один интересный вариант новогодней упаковки – мешки для подарков. Они представлены как в виде традиционных мешков для подарков (тех, что ассоциируются у нас со щедрым Дедом Морозом), так и более оригинальных вариантов – тематических мешков в виде елочки, машины и поезда, а также новогодних носков – классических символов европейского Рождества. Пусть в России и нет традиции оставлять носки и чулки у камина в надежде на то, что в новогоднюю ночь, спустившись через дымоход, их наполнит подарками Санта Клаус, новогодние носки для подарков пользуются большой популярностью и здесь. Носок можно использовать по-разному: и как интерьерное украшение, и как основу для сборного подарка, и просто как оригинальный новогодний сувенир.

*Персонализировать мешки и носки для подарков можно с помощью **значка** или **шеврона.** Шеврон представляет собой небольшой кусок материи, на котором вышивается необходимое изображение. Затем оно пристрачивается к выбранному изделию: так логотип превращается в его неотъемлемую часть.*

НОВОГОДНИЕ УКРАШЕНИЯ В СТИЛЕ «ФАБЕРЖЕ»

В этом году знаменитому Карлу Фаберже исполнился бы 161 год – дата хоть и не круглая, но весьма значительная. Ведь нетленное искусство великого мастера позапрошлого века живо и по сей день. Его секреты используются и в ювелирном деле, и в работе со стеклом, и даже в создании елочных украшений.

Классические рождественские яйца в стиле «Фаберже» не первый год украшают каталог «Mister Christmas. Новогодняя коллекция». Большой спрос на эти игрушки, а также явная потребность клиентов в расширении ассортимента эксклюзивных новогодних украшений подтолкнули дизайнеров Mister Christmas к созданию целой коллекции елочных игрушек в стиле «Фаберже». Тончайший рисунок, безукоризненная роспись, изысканный узор, глубоко продуманное сочетание цветов – таковы составляющие неповторимой красоты этих рождественских украшений. Игрушки выполнены в различных цветовых гаммах: голубой, розовой, оранжевой, золотой, серебряной. Красочные шары, яйца, часики, звездочки, ромбики и колокола сделаны вручную и упакованы в изящные деревянные шкатулки. Mister Christmas предлагает эти эксклюзивные игрушки в качестве корпоративного подарка: возможностей для персонализации здесь очень много.

Для рождественских яиц возможно три варианта:

1. Наклейка «спектрум». *Наклейка «спектрум» представляет собой мягкую пленку на самоклеящейся основе. Может быть двух цветов: под серебро и под золото. Логотип на данный материал наносится методом лазерной гравировки. Наклейка крепится на «ногу» изделия и может иметь практически любую геометрическую форму, но не должна превышать 2 см в длину и 1 см. в высоту.*

2. Если клиент настаивает на цветном изображении логотипа, можно предложить ***сублимацию (цветное нанесение на наклейку «спектрум»).*** *Так же, как и обычная наклейка «спектрум», наклейка с сублимацией предназначена для «ноги», на которой крепится украшение.*

3. Полимерная наклейка. *При изготовлении полимерной наклейки используется та же технология, что и при изготовлении значка: цветное изображение заливается прозрачной смолой и имеет клеевую основу. Полимерная наклейка идеально подходит для тех случаев, когда клиент не хочет делать акцент на самом сувенире: она предназначена только для персонализации коробки.*

В отличие от рождественских яиц, имеющих подставку («ногу») с полем для персонализации, украшения из новой коллекции уже не предполагают прямого нанесения. В данном случае персонализируется только сама шкатулка. Нанести логотип на шкатулку можно тремя способами: ***посредством полимерной наклейки, металлического шильда с гравировкой и прямой гравировки на крышку шкатулки.*** *Последний из перечисленных методов осуществляется путем выжигания (в т.ч. лазером) на крышке заданного рисунка: в результате логотип будет чуть темнее по цвету, чем сама коробка.*

Все описанные выше методы персонализации подходят и для других коллекций новогодних сувениров и подарков. Персонализированной лентой можно украсить не только хвойную композицию. Лента с логотипом станет отличным дополнением и к яркой новогодней свечке, и к мягкой игрушке, и к любой кукле из коллекции «от-кутюр». Металлические шильды с выгравированным логотипом используются также для персонализации музыкальных шкатулок и наборов елочных игрушек в подарочных коробках из дерева. Значки и открытки рекомендуются и для украшений из особых материалов – бисера, бархата и парчи. Главное, подойти к делу с душой: персонализация при желании может быть и броской, и ненавязчивой.

Специалисты Mister Christmas готовы предложить Вам максимум интересных идей!

Подсказки по персонализации Вы найдете и в печатных материалах Mister Christmas, изданных в этом году. Более удобным для корпоративных клиентов стал каталог «Mister Christmas. Новогодняя коллекция – 2008». В каталоге введены специальные обозначения: значок «подарок» рядом с артикулом указывает на то, что этот предмет рекомендован в качестве корпоративного подарка. Значок «подарок» с надписью «лого» означает, что данный артикул можно дополнить элементами с фирменной символикой. Кроме того, специально для корпоративных клиентов разработан буклет Mister Christmas Promotion. Брошюры, вложенные в буклет, посвящены коллекциям, которые пользуются наибольшей популярностью на корпоративном рынке. Часть этих коллекций уже была описана выше. В остальных, не менее ярких предложениях проекта Mister Christmas Promotion вас и сориентируют эти брошюры. Они непременно помогут вам подобрать оптимальное сочетание подарков и методов их персонализации.

Анна Маморцева,
пресс-служба Mister Christmas
www.christmas.ru

Mister Christmas®
PROMOTION
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
ПО КОРПОРАТИВНЫМ ПОДАРКАМ

ENG

Your Corporative Style in New Year Spirits

Mister Christmas is one of the most well-known Russian brands of New Year gifts, and Mister Christmas Promotion is its daughter project specially launched for New Year promo gifts. The obvious benefits of Mister Christmas Promotion are not only the widest assortment of goods and Mister Christmas's based high reputation but also nine years of experience on promotional gifts market and deep knowledge of logo printing processes. In this publication Anna Mamorceva, PR manager of Mister Christmas Promotion, describes the most popular ways of logo imprinting on New Year gifts.

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

VIP-сувениры со склада в Санкт-Петербурге.

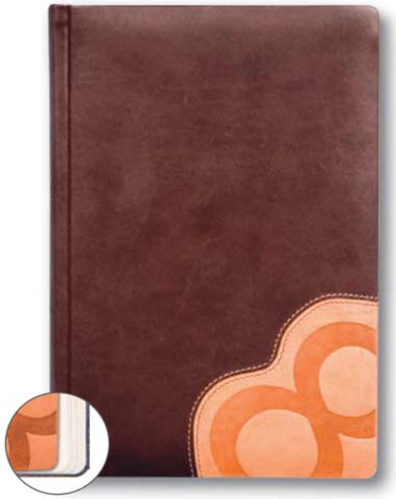
Знакомые бренды, знакомое качество нанесений "Острова Сокровищ". Спешить не надо, товара хватит на всех.

DALVEY

Леон Директ (Москва)
www.leondirect.ru
(495) 79-69-100, 650-50-29,
650-50-34,
moscow@leondirect.net

ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

ЧТО ПОМОЖЕТ СКРАСИТЬ ВАШИ ТРУДОВЫЕ БУДНИ?



Конец октября – начало ноября – время, когда Вы будете держать в руках журнал – это пик сезона продажи ежедневников. Через месяц, первого декабря, склады поставщиков уже опустеют. Поэтому, если Вы еще не купили себе партию ежедневников на будущий год, стоит поторопиться.

В наше время ежедневники больше стали принадлежностью бизнес-сувенирного, чем канцелярского рынка. Около 60-70% всех ежедневников заказываются именно рекламными агентствами, как корпоративные сувениры, промо-сувениры или деловые подарки. Соответственно, у каждой группы сувениров своя целевая аудитория, свои цены на ежедневники, свои более предпочтительные виды нанесения. Ежедневникам уделяется так много внимания, потому что после текстиля, это, пожалуй, один из самых популярных бизнес-сувениров. Их обычно выделяют среди подарков, хотя они во многом связаны с еще одной группой товаров – деловые аксессуары.

Портфели, папки, брелоки, чехлы для мобильных телефонов – все эти товары не имеют такой ярко выраженной сезонности, как ежедневники, но и их покупают осенью или в начале зимы намного больше. Рекламные агентства должны понимать, что иметь в этот период в своем арсенале не только ежедневники, но и деловые аксессуары одного и того же производителя, будет намного выигрышнее, чем просто ежедневники. Аксессуары, даже совершенно из другой коллекции, но того же производителя, а значит, выполненные в похожем стиле, можно предлагать клиенту, если он заинтересуется ежедневниками этого производителя. По крайней мере, это касается изделий из кожи. Если клиент пришел к Вам только за тем, чтобы выбрать партию ежедневников, то, посмотрев каталог, он, возможно, захочет полностью обновить свой «гардероб» кожаных аксессуаров.

В современных каталогах все настолько подходит друг другу, что, выбрав ежедневник, сразу же хочется выбрать и портфель, в котором этот ежедневник будет лежать. Выбрав портфель, в котором будет лежать ежедневник, хочется выбрать и кожаный брелок и чехол для мобильного телефона, которые очень хорошо будут подходить к этому портфелю. Выбрав кожаный брелок и чехол... и т.д., как в детском стихотворении о доме, который построил Джек.

Но коль скоро мы начали с того, что клиент пришел к вам именно за партией ежедневников, давайте поговорим именно про них. Есть несколько факторов, определяющих цену ежедневника. Это, в первую очередь, материал, из которого сделана обложка, и бренд, представляющий этот ежедневник. Кроме того, на цену влияет способ персонификации, переплет, наличие или отсутствие золотого среза, золоченых уголков, а также много других мелочей (которые в совокупности могут довольно-таки существенно повысить стоимость ежедневника).

Мы не будем подробно рассказывать в этой статье о том, какие существуют материалы обложки и как они отличаются по цене и качеству; напомним только, что обложки, как и цена, представлены в нескольких категориях – от VIP (куда входят обложки из натуральной кожи ручной выделки) до промо (куда входят, в основном, дешевые обложки, например, из бумвинила).

Кроме стандартных материалов встречаются также обложки, которые практически нигде, кроме как на ежедневнике больше не встретишь. Например, популярные в наше время комбинированные обложки, где материалы нескольких цветов создают на поверхности определенный узор. Или гибкие обложки flex, тоже очень модные. Ежедневники с обложками flex (что переводится с английского «сгибать, гнуть»), как резиновые, можно сворачивать, сгибать в трубочку без каких бы то ни было негативных последствий (в последнее время на выставках их именно так и презентуют – сворачивают в трубочку, перетягивают шнурком и ставят в таком виде на стенд).

Обычно в каталогах и на сайтах компаний, предлагающих ежедневники, вначале предлагается выбрать цвет ежедневника и его переплет. Цветовую гамму ежедневников не стоит, наверное, подробно комментировать. Чаще всего ежедневники заказывают консервативных, темных тонов – коричневые, темно-синие, темно-зеленые, бордовые – но практически у всех компаний в ассортименте присутствуют и ежедневники более жизнерадостных расцветок – салатовые, розовые, желтые и т.д. Традиционные же виды переплетов следующие:

- ***на кольцах;***
- ***на спирали;***
- ***на полускрытой спирали;***
- ***на скрытой спирали;***
- ***переплетенные вручную.***

Некоторые компании продают ежедневники сами по себе – и тогда все ограничивается выбором цвета и материала обложки, наличия или отсутствия золоченых уголков, способа персонификации. Другие компании включают свои ежедневники в коллекции, объединенные общим стилем. Коллекции компаний, как и сами ежедневники, тоже могут быть совершенно разными. В них могут включаться только ежедневники разных ценовых категорий, с разными обложками, разными переплетами и т.д. Могут быть коллекции, где представлены только VIP-ежедневники высшей ценовой категории. Об одной из таких коллекций, La Vorte, в которую включены ежедневники, украшенные кристаллами Swarovski, мы уже писали в одном из предыдущих номеров нашего журнала. Интерес эта коллекция представляет не только из-за роскошного внешнего вида ежедневников, но и потому, что у производителя есть возможность нанести логотип заказчика на обложку кристаллами.

Также в коллекции могут быть представлены не только ежедневники. Например, коллекция Ally объединяет не только ежедневники, но и вообще все деловые аксессуары из натуральной кожи, и это как раз тот случай, когда клиент, выбрав ежедневник, скорее всего этим не ограничится. Кроме ежедневников в Ally включены кожаные портфели, планинги, папки, брелоки и многое другое. А удобство работы с коллекцией очевидно – выбрав все аксессуары из одной коллекции можно быть уверенными, что все вещи будут прекрасно подходить друг к другу.

Основное отличие изделий из кожи от изделий из кожзаменителя в том, что они прослужат дольше и даже после долгой носки не потеряют своего дорогого вида. Возможно, изделия из кожзаменителя первоначально выглядят и не хуже, но менять их придется каждый сезон. То, что кожаные изделия прослужат дольше любых других, говорит не только о том, что покупать их стоит, но и о том, что выбирать их нужно особенно тщательно. Ведь и ежедневники, и портфели, и папки, и кошельки, и все остальные деловые аксессуары будут не только формировать Ваш имидж в глазах окружающих, но и скрашивать Ваши трудовые будни.

Алексей Писарев

ENG

The end of October and the beginning of November when our Russian readers will receive this issue is the high point for diaries ordering for the coming year. In some collections (such as ALLY collection) diaries are presented along with other luxury leather accessories – briefcases, organizers, key-holders etc. We advice distributors to use these collection's opportunities to their full extend and with diaries offer their clients all other leather accessories from the same collection.

ПРЕЦИОСА

Фирма «Прециоса» («Preciosa»), являясь значительным представителем чешской стекольной промышленности и индустрии бижутерии, продолжает превосходные традиции стекольного дела в северной области Чехии, главным образом в районе городов Яблонец над Нисой, Каменицкий Шенов и Турнов.

Более трехсот лет мастера, занимающиеся огранкой стекла в Северной Богемии, совершенствовали свое искусство, и «Прециоса», следуя за местными первопроходцами в индустрии производства ограненных камней, переняла традиционную технику огранки и полировки и довела ее до совершенства, благодаря использованию сложных современных технологий.

Продукция завода – ограненные камни – разнообразна, будь то подобные бриллиантам стразы, фантазийные камни или бусины, представляющие собой наивысшие достижения в данной сфере. Добавить можно, что завод производит не только ограненные камни, но и кабашоны.

Декоративные хрустальные люстры «Прециоса», широко известны во всем мире и в странах СНГ. Одна из грандиозных по красоте и величию люстр украшает центральный зал филиала Большого Театра в Москве или залы московской усадьбы Царицыно.

Оригинальные хрустальные фигурки созданы для того, чтобы радовать глаз своей красотой, нести уют и тепло в дом, скрашивать трудовые будни. Их создают дизайнеры, мастерство и профессионализм которых нашли поклонников в разных странах мира. Вы можете порадовать своих родных и близких фигурками из Рождественской или Пасхальной коллекции, коллекции ко Дню Святого Валентина, к празднику 8 Марта. Подарите близкому человеку его знак зодиака, украсьте свой праздничный стол очаровательной водяной лилией из необыкновенно красивых хрустальных камней.

Компания «Прециоса» создает призмы по Вашим желаниям с нанесением логотипа Вашей компании. Подарки для Ваших партнеров или сотрудников, подарки с китайской символикой Нового года.

Эксклюзивная хрустальная бижутерия, опираясь на классические изделия из хрусталя, соблюдает современные тенденции моды и может украсить каждую женщину, которая хочет быть неповторимой и очаровательной.

Официальный дистрибьютор в России
компания «SKL group»
Адрес: Москва, Волоколамское шоссе, 88/1
Tel: +7 (495) 780-90-34
Fax: +7 (495) 780-90-35
E-mail: info@suveniry.ru
www.suveniry.ru

ENG

Preciosa
Preciosa, a world-class producer of crystal fashion jewellery components, based its success on the combination of centuries-old Bohemian glass-making traditions and state-of-the-art technologies. Its assortment contains crystal figurines, decorative chandeliers (you can see one of them in the branch of The Bolshoi Theater), exclusive jewellery and many other masterfully made glass articles.

НОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ

Отношения в бизнес-сфере давно перестали базироваться лишь на экономическом и финансовом аспектах. При сильной конкуренции и насыщенности, а порой даже пресыщенности рынка, все большее значение приобретают личные отношения между сотрудниками, партнерами и клиентами компании.

Партнеров надо помнить, ценить и уважать. Череда наступающих праздников – отличный повод поздравить партнеров по бизнесу от лица компании, подчеркнуть важность и значимость совместной работы и удостоверить в серьезных планах по плодотворному сотрудничеству в будущем. Для этих целей компании устраивают корпоративные праздники, вечеринки и, конечно же, дарят подарки.

Выбор подарков – всегда сложное и ответственное задание. Тем более что рынок рекламной и сувенирной продукции растет с каждым днем: совершенствуются традиционные приемы оформления сувениров, возникают новые. Сориентироваться в изобилии предложений все сложнее. Чтобы произвести впечатление, подарок должен быть не только стильным и оригинальным, но самое главное – он должен быть «Уникальным», созданным для Конкретной Персоны. Только тогда подарок станет по-настоящему значимым напоминанием о бизнес-отношениях, а не очередной безделушкой, пылящейся в письменном столе ...

Кристалл с лазерной гравировкой – отличное решение в этом случае. Лазерная гравировка позволяет наносить изображения и надписи на различные поверхности – на металл, камень, кожу, пластик. Однако нигде лазерная гравировка не смотрится так выигрышно и презентабельно, как в кристаллах из стекла...

Кристалл, подобно горному хрусталю, благородно преломляет свет на тысячи искристых лучей, что придает подарку особую красоту, изящество и стиль, и позволяет выгодно подчеркнуть его статус.

Возможности безграничны

Современные возможности моделирования и гравировки в кристаллах практически бесконечны: объекты (здания, самолеты, автомобили), корпоративная символика (логотипы, гербы, надписи), люди и животные, фотографии (плоские, объемные, цветные). Выполненные в 2D или 3D технике, в цвете или черно-белые, с дополнительными аксессуарами или без, с подсветкой или без нее, в виде просто кристаллов или же брелоков, зажигалок, часов и прочих атрибутов делового человека, совмещение разных техник в одном кристалле ... Возможности – безграничны.

Лазерная гравировка позволяет воплотить практически любую творческую идею и креативную задумку в эксклюзивный сувенир или же персонифицированный подарок. А широкий ассортимент кристальных форм позволяет создать по-настоящему уникальный подарок, соответствующий случаю и предназначению.

– Кристалл с логотипом и девизом фирмы станет отличным презентом для сотрудников и партнеров Компании к Новому году.

– И уж точно не останется незамеченным приглашение на специальное мероприятие, выполненное из кристалла с выгравированной внутри пригласительной надписью. Такое приглашение подчеркнет статусность намечающегося события и не оставит равнодушными ни представителей популярных СМИ, ни известных шоуменов и крупных бизнесменов.

Уникальные ультрасовременные технологии лазерной гравировки делают возможным создать внутри кристалла необыкновенно четкое изображение, которое неподвластно времени. Лазерная гравировка не меняет цвет и не выгорает. Поэтому кристалл с лазерной гравировкой сможет долгие годы радовать Вас и Ваших партнеров, напоминая о совместной работе.

– Фотоизображение символа города или знаковой достопримечательности области, выполненное в кристалле из стекла и дополненное дарственной надписью, приятно удивит государственного служащего из администрации этого региона.

– Брелоки с логотипом Компании и подсветкой окажутся не только приятным сувениром для партнеров, но и нужным аксессуаром. Такой подарок точно не будет пылиться в столе. Ведь, согласитесь, очень удобно открывать ключом замок, когда в темноте замочная скважина освещена.

Смирнова Мария

ENG

Crystals magic Opportunities

This article by Maria Smirnova, PR manager of 3D company, tells about different opportunities that laser engraved crystals can offer. The simplest and the most popular opportunity offered by 3D company is to make a crystal with your logo and motto inside. You can also engrave in a crystal the photo of your city places of interest with congratulatory inscription. A wonderful corporative present can be 3D's crystal key-holder. And their party invitations engraved in crystals though are last in this list but surely won't go unnoticed by people who will receive them instead of paper cards.

КТО ШАРИКА НЕ ВИДАЛ, ТОТ ПРАЗДНИКА НЕ ЗНАЛ!

VIII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ ВОЗДУШНЫХ ШАРОВ

Вот уже в восьмой раз в Москву, в Экспоцентр на Красной Пресне, приехали лучшие дизайнеры-оформители воздушными шарами со всей России и Европы. Этот фестиваль был посвящен 160-летию воздушного шара. Ведь именно столько лет прошло с момента создания первого вулканизированного шарика Дж. Г. Инграма до октября 2007!

3 октября, после торжественного открытия фестиваля и напутственных слов командам, в небо запустили разноцветные шары, и работа закипела. Для создания «большой» композиции оформителям дали всего полтора дня. Параллельно с конкурсом шли семинары, читать которые приехали специалисты из Словении, Великобритании, Италии и России. Слушатели узнавали о модных тенденциях оформления, новых приемах, хитростях, технологиях. В перерывах между занятиями можно было посмотреть, как протекает работа у лучших мастеров шарикового дела и выбрать победителя, ведь приз «Зрительских симпатий» вручался по итогам голосования посетителей фестиваля.

4 октября, ровно в три часа, прозвучал сигнал об окончании работы над композициями. Пришло время судейства. Жюри состояло из двух групп. Первая – представители команд, принимавших участие в конкурсах. Вторая - приглашённые профессионалы. Конкурсные работы оценивались по трём критериям: творчество, техника и соответствие теме.

Первое место и Гран-при фестиваля получила студия Натальи Карасевой, с ее композицией «Алоха». Второе место заняла компания «Шар» с работой «Кукольный театр». Третье место, а также призы за самую техничную и самую креативную работу получила компания «Арт Шар Дизайн» из г. Иваново.

Как признаются мастера оформлений, фестиваль не только полезен в профессиональном плане, но и вдохновляет, вызывает прилив энергии и положительных эмоций. Для художников воздушного шара, творческих людей, это очень важно.

Фестиваль стал уже доброй традицией. Спасибо за этот праздник всем участникам и организаторам, надеемся на встречу в следующем году!

Гусева Александра

ENG

VIII International Moscow Balloon Festival

The eighth Festival was held in Expocentr in Moscow on Krasnaya Presnya and gathered the best balloon professionals from Russia and Europe. On October, 3 after the grand opening and spectacular multiple color balloon release the show was launched. And on the forth of October the time came to judge the contest of balloon decorators, which is the central occurrence of the event. Natalia Karasiova's studio has gained the Grand Pri of the festival and the first place in the contest. The second place was gained by "Shar" company and the third by "ArtShar Design" company from Ivanovo town. We are very glad that Balloon Festivals become traditional and make a real holiday for both participants and guests.

ОСОБЫЙ СПРАВОЧНИК НА ЛЮБОЙ СЛУЧАЙ

Начинается сумасшедшее время подготовки поздравлений и новогодних подарков клиентам.

Ваши клиенты одурели от календарей, папок, настольных наборов и других бесполезных сувениров.

Ваши менеджеры замучились от поиска чего-нибудь недорогого, но оригинального, на что не стыдно поставить логотип организации.

И тут, Слава Богу, вышел уникальный справочник особого случая по Москве!

Он компактен и изящен! Но главное, он действительно полезен, т.к. собрал в себе более 2000 самых важных телефонов столицы на любой случай, десятки конкретных рекомендаций, как вести себя в сложных экстремальных или просто нестандартных ситуациях, а также справочную информацию, которая нужна ежедневно:

- ***Смена телефонных номеров;***
- ***Все нотариусы;***
- ***Вредные пищевые добавки и красители;***
- ***Необычный отдых для горожан;***
- ***Телефоны для жалоб;***

и другая информация на любой случай.

Наш справочник СОС – это великолепный и полезный подарок на Новый год! Ваши клиенты получат не только эффектное и долгосрочное напоминание о Вашей компании. Ее образ они укрепят в своем сознании, как полезный, надежный, внушающий уважение, а главное, помогающий им жить!

А разве Вам не это нужно?

И никаких китайских товаров с таможней и нанесением символики…

Мы предлагаем заказать тираж с логотипом организации-заказчика на первой обложке. Также мы готовы предоставить вторую или третью страницу обложки для полноцветного информационного сообщения о Вашем бизнесе или отдельном предложении.

Стоимость заказа зависит от тиража:
5000-60000 шт. - 35 руб./экз.;
61000-160000 шт. - 33 руб./экз.;
161000-210000 шт. - 30 руб./экз.

С уважением и надеждой на взаимовыгодное сотрудничество,
Редакция
«СОС! Справочник Особого Случая»
Директор по продажам Нсанова Наталья
Тел.: (495) 585-0883
e-mail: sosinfo@list.ru
www.sosinfo.ru

ENG

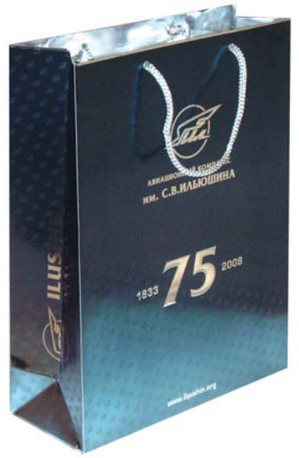
It is very difficult to persuade your potential clients that the products you offer are truly unique, especially in the hottest period before New Year. But the company "SOS" is quite sure that their proposition (really not a standard one) will be recognized and met with delight.
"SOS" company is manufacturing reference books with various information that contains more than 2000 telephone numbers useful in Moscow and advices how to behave in cases of emergency or just in not quite ordinary cases. Such reference books are common but "SOS" promotes them in a new way, as corporative gifts and for logo imprinting only. Thus imprinted, some copies of the edition become personally yours and can be distributed as promo gifts among your clients.

МОСКВА
745-40-16
745-40-17
642-07-22
agrafa@mail.ru www.agrafa.ru
аграфа
рекламное агентство
типография

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

НЕ ЛЕНИТЕСЬ ОТЛИЧАТЬСЯ!

Задача любой рекламы – привлечь внимание, подтолкнуть к приобретению товара или услуги, выделить их из ряда подобных. Это известно всем. Но что происходит на практике? Создавая рекламу, специалисты идут по пути наименьшего сопротивления и делают рекламный продукт, который повторяет уже существующий, сделанный ранее. Именно такая ситуация сложилась на рынке рекламных подарков и бизнес-сувениров, а также рекламной упаковки. Взять, к примеру, пакеты, которые давно стали популярным рекламоносителем. К их производству и дизайну чаще всего подходят весьма стандартно, предпочитая привычные изделия из полиэтилена или бумаги. Полиэтиленовые пакеты сейчас встречаются на каждом шагу, и реклама на них уже не производит же-



лаемого воздействия. Бумажные используются реже: в основном для упаковки бизнес-сувениров и подарков. Но и в них нет ничего нового. И на все праздники деловые люди дарят друг-другу тысячи одинаковых сувениров в тысячах неотличимых друг от друга пакетах. Ваш партнёр или клиент, получивший такой подарок, вряд ли почувствует, что Вы его выделяете, и вряд ли увидит Вашу уникальность. Следовательно эффект от подарка может оказаться противоположным ожидаемому.

Но есть гораздо более интересные решения. Современные технологии изготовления рекламных пакетов настолько развиты, что при желании можно воплотить в реальность любой каприз. Есть пакеты бумажные, полиэтиленовые, из прозрачного или полупрозрачного пластика. Наиболее интересным и эффективным рекламоносителем среди пакетов на сегодняшний день являются пакеты из металлизированного картона. Их рекламное воздействие гораздо выше, чем у привычных пакетов. Это обусловлено психологическими эффектами металлизации. Пакеты с металлизированным покрытием воспринимаются как нечто новое и интересное. Они блестят, привлекая тем самым повышенное внимание, что и требуется для рекламной продукции. Такие пакеты производят впечатление более дорогих и престижных, а это повышает доверие к рекламируемой на них фирме или продукции.

Что касается рекламных подарков и сувениров, то здесь тоже всё довольно однотипно. Возьмём, например, такой популярный подарок, как квартальный календарь. Сколько одинаковых квартальников висят в офисах? И мало кто обращает внимание на рекламу, размещенную на них. Они превращаются в утилитарное изделие и не несут никакой дополнительной информации. Часто рекламодатели, заказывающие изготовление квартальных календарей, просят сделать точно так же, как в прошлый раз, не желая тратить время на поиск новых вариантов. И на этом фоне всегда можно выгодно отличиться. Ведь есть реальная возможность сделать Ваш календарь неповторимым. Опять же, очень интересно и по-новому смотрятся календари из металлизированного картона. Они привлекают внимание за счёт такого непривычного и эффектного оформления. Также можно выделиться с помощью необычного дизайна сеток календарей. Некоторые производители предложат Вам на выбор несколько вариантов, которые будут отличаться от общепринятых.

Конечно, не в каждой типографии для Вас изготовят такие пакеты и календари. Производство это более трудоёмкое и продолжительное, чем изготовление стандартных вариантов. Но если постараться, то можно найти фирму, выполняющую подобные заказы. Более того, есть типографии, которые специализируются на производстве нестандартных вариантов привычных рекламоносителей. По стоимости они мало отличаются от обычных. Вы заплатите на 5-10 % больше, а получите уникальный продукт с высокой рекламной эффективностью.

Ищите новые возможности и решения. Дарите эксклюзивные сувениры и подарки. Ваши клиенты и партнёры этого заслуживают. А Вы заслуживаете того, чтобы Ваша реклама была эффективной.

Елена Попова

ENG

Try simple ways primarily

It's not so difficult to look different and make your corporative style recognizable. There are simple ways to achieve this goal and they should not be overlooked. Just don't be careless while choosing small accessories such as package, paper bags or wall calendars. Their simplicity doesn't mean that they can not become sharp instruments for corporative promotion.

типография
Тибр-Дизайн
(495) 225-3546 www.tibr-design.ru
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ ПО НЕВПИТЫВАЮЩИМ МАТЕРИАЛАМ
полноцветная печать по пластику, полилиту, фольгированному картону
на HEIDELBERG SpeedMaster SM-74
ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ УФ-ЛАКИРОВКА
БУМАЖНЫЕ и ПЛАСТИКОВЫЕ ПАКЕТЫ
ПАКЕТЫ ИЗ МЕТАЛЛИЗИРОВАННОГО КАРТОНА
КВАРТАЛЬНЫЕ КАЛЕНДАРИ
НЕСТАНДАРТНЫЕ БЛОКИ ДЛЯ КВАРТАЛЬНИКОВ
Москва, 17-ый проезд Марьиной рощи, д.1,
т.: (495) 225-3546, 740-0542, 740-0543

БОЛЕЕ 100 ВИДОВ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

КОРОБКА ДЛЯ ЧЕКОВ

Арт. 027

(под полиграфическую вставку)
материал: пластик
размер: 120 х 180 х 120 мм

МОНЕТНИЦА (с подсветкой)

Арт. 083

материал: пластик + стекло
размер: 210 х 175 х 22 мм

(495) 916–9608 НОЭКС www.noex.ru

новый бренд
в мире фотоискусства

для современного
офиса

(495) 772-37-37
www.leenetsky.ru

Современные Печатные Технологии

Широкоформатная печать

Сувенирная продукция

баннеры от 200р

футболки от 99р

бейджики от 20р

кружки от 190р

Цифровая печать

визитки от 230р

+7(495)657-99-50
www.ru-print.com

Офсетная печать
Шелкография
Горячее тиснение
Постпечатные работы

Мы печатаем Всё! На Всём! Для Всех!

in TEMPO MOSCOW
Тел.: (495) 782-04-71
Тел./факс: (495) 782-93-98
E-mail: intempo_ltd@mail.ru

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ НЕПОВТОРИМЫЙ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Компания "ИНТЕМПО" - эксклюзивный представитель немецкой фирмы RICHARTZ. В коллекции представлены три уровня продукции – промо, бизнес и VIP уровень со стразами Swarovski. Вся продукция может быть персонализирована. Принимаются специальные заказы. Большой выбор продукции на складе в Москве.

in TEMPO MOSCOW
Тел.: (495) 782-04-71
Тел./факс: (495) 782-93-98
E-mail: intempo_ltd@mail.ru

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ НЕПОВТОРИМЫЙ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Компания «ИНТЕМПО» – эксклюзивный представитель итальянской фабрики «DIARPELL», ведущего европейского производителя ежедневников, еженедельников, планнингов, телефонных книжек, органайзеров и т.д. из искусственной и натуральной кожи. Прямые поставки от производителя, возможно индивидуальное исполнение Вашей продукции. Большой выбор продукции на складе в Москве.

РУССКИЕ КАЛЕЙДОСКОПЫ

Калейдоскопы давно вошли в каталоги бизнес-сувенирных компаний. Однако они до сих пор стоят несколько особняком и все еще считаются необычными сувенирами. Тем более что хороший калейдоскоп стоит дорого и относится не к обыкновенным бизнес-сувенирам, а к VIP-подаркам.

Способов, как сделать калейдоскоп корпоративным, два – и оба очень интересны (всегда еще существует третий способ – подарочная упаковка):

– ***Первый*** – нанести поздравительную надпись и/или свой логотип на корпус калейдоскопа. Стоит посмотреть на то, как мастерски сделаны их корпусы, и представить на нем и то и другое.

– ***Второй*** – поместить логотип компании внутрь калейдоскопа так, чтобы он просматривался в составе узора, когда заглядываешь в глазок. Или подобрать «наполнители» только Ваших корпоративных цветов, тогда самого логотипа не будет видно, но о Вашей компании будут напоминать цвета узора.

Это тоже интересный способ персонификации. Узоров в калейдоскопе может быть бесконечно много и по теории вероятности когда-нибудь один из них полностью «совпадет» с вашим логотипом. Впрочем, это уже больше из области научной фантастики, а не из области бизнес-сувениров.

Но это не случайно. Когда думаешь об узорах калейдоскопа, которые случаются только один раз и которым никогда больше не суждено повториться, в голову все время лезет что-то научно-фантастическое. Думаю, что такое не совсем обычное содержание калейдоскопов и вдохновляет художников на их оформление.

Потому что внешний вид русских калейдоскопов, сделанных нашими российскими мастерами, соответствует тому, что у них внутри.

В России есть только одна мастерская, занимающаяся изготовлением калейдоскопов. И, во-первых, только здесь Вы сможете найти совершенно уникальные калейдоскопы в русском стиле, а во-вторых, работают здесь настоящие мастера своего дела, и калейдоскопы, которые здесь делают, не уступают ни по «форме», ни по «содержанию» зарубежным.

Среди ассортимента этой мастерской есть и калейдоскопы, оформленные Златоустовскими гравюрами. Уникальные, таких больше вообще нигде не смогут сделать. Они могут быть и на стойке – небольшой крутящейся подставке, сразу добавляющей серьезности калейдоскопу. И без подставки – просто очень красивые трубки с узорами и драгоценными камнями.

Делают у нас и другие типично русские калейдоскопы, «живописные». На подставках, с которыми они представляют единое художественное целое, с федоскинскими миниатюрами на корпусе. Сюжет миниатюры, оформление корпуса и подставки – все в таких моделях выполнено на одну тему. Например, «Подводное царство» – сам калейдоскоп сделан в форме рыбы, на миниатюре изображен Садко, а подставка украшена ракушками и жемчугом.

Мастерская, о которой я пишу, так и называется «Русский калейдоскоп». Она образовалась благодаря творческому союзу двух талантливых людей – Сергея Яковлева и Олега Залетова. В Америке калейдоскопы уже хорошо известны. А в России все еще приходится объяснять, что «калейдоскоп – это прекрасный бизнес-сувенир», что они «отлично помогают расслабиться после работы», и что «пятнадцать минут рассматривания узоров калейдоскопа приравнивается к пяти минутам смеха»…

Пожалуй, все эти объяснения были бы уместны, если бы внешний вид калейдоскопов не говорил сам за себя. По-моему, просто увидеть работы мастеров «Русского калейдоскопа» со стороны тоже стоит никак не меньше десяти минут полнокровного отдыха. Они очень хорошо сделаны. Их хочется потрогать, осмотреть с разных сторон. И, конечно же, заглянуть внутрь.

ENG

Common Magic Gifts

We introduce two collections of "Russian Kaleidoscopes", the only kaleidoscopes manufacturer in Russia and the only one in the World that create kaleidoscopes with Russian motives on their cases. The first collection contains "pictorial" kaleidoscopes. They are decorated with lacquer Fedoskinskaya Miniatures which is an ancient Russian painting craft. The second is represented with kaleidoscopes decorated with Zlatoustovskaia Engravings which can make any kaleidoscope a real masterpiece.

Дмитрий Чайкин

А ЗАТЕМ МОЖНО И ПООХОТИТЬСЯ

Современный мир характеризуется узкой специализацией профессионалов. Каждый достигает совершенства в своём деле. Это и хорошо, потому что человек становится специалистом в своём деле, и приносит тем, кто нуждается в его услугах, максимально возможную пользу.

Предметы следуют в своём развитии за человеком, и «специализируются». Наряду с тем, что некоторые из них становятся многофункциональными, другие, используемые в повседневной жизни, всё более точно и полно ориентируются на выполнение одной функции. Например, принадлежности для отдыха, наборы для пикника. Шашлыки жарили всегда, и на природу отдыхать тоже ездили всегда. Сегодня есть альтернатива долгим сборам в лес, складыванию в багажник шампуров и гремящего громоздкого мангала. Теперь функцию этих предметов может заменить обычный кейс небольших размеров.

В таком кейсе помещается всё, что необходимо для пикника – шампуры, ложки, вилки, тарелки, ножи, фляжки, стопки и даже мангал. Все это уложено и надежно закреплено, аккуратно и точно, каждый предмет в своём гнезде. Компактный пикник, мясо отдельно.

Когда в городе всё «протёрто» и уложено по своим гнёздам, замок кейса защёлкнут, то можно ехать встречаться с друзьями и в магазин – за маринованным мясом. А кейс в это время прочно и плотно занимает свою небольшую нишу в углу багажника.

Отдых предполагает комфорт, беззаботность, приятные эмоции, залог которых – в соразмерности, компактности и удобстве.

Красота – это следующее условие, необходимое человеку, чтобы он чувствовал себя отдыхающим. Кейсы для пикника удовлетворяют и этому параметру. Мастера-художники создают узоры и рисунки на охотничью тему, на тему отдыха. Металлические составляющие наборов выполнены с применением технологий литья и ковки.

То, что всегда ассоциируется с делом – кейс – в руках мастеров становится атрибутом отдыха и произведением искусства.

Мастера предлагают также несессеры различных размеров для любых наборов по желанию заказчика. Уже освоено множество вариантов комплектации – со стопками, с флягами, с ножами, дорожными вариантами игр, с курительными трубками и аксессуарами, и даже стильные несессеры с набором принадлежностей для ухода за обувью.

Благодаря творческому подходу к разработке и оформлению кейсов, наборы идеально подходят для роли делового и корпоративного подарка. Разнообразие форм, комплектаций, размеров позволяет подобрать нужный вариант для подарка практически любому человеку, причём подарка нужного, полезного, подарка, который станет незаменимым.

Кроме того, что кейсы оригинальны своим дизайном и комплектацией, возможна персонализация с помощью нанесения соответствующих надписей, эмблем, гербов или лейблов. Выжигание – это техника рисунка, позволяющая любой надписи, эмблеме, бренду выглядеть строго, классично и в то же время оригинально.

Часто платят большие деньги за то, чтобы найти оригинальный подарок, и покупают лишь то, что привлекает только блеском. А этого недостаточно, чтобы подарок служил долго и приносил приятные эмоции.

Функциональный кейс – стильный, престижный, но сравнительно недорогой подарок, ценность которого значительно превышает его стоимость.

ENG

These days things often become more 'professional' and single-task oriented, just like their owners. This applies, for instance, to picnic-sets – compact cases, containing not just necessary crockery and cutlery, but even a barbecue set. Decorated by artists, such kit makes not only useful, but also nice corporate present, value of which exceeds its cost.

Пикник-Сервис

Производство и оптовая продажа рекламно-сувенирной и подарочной продукции

Россия, г.Павлово-на-Оке
Тел./факс:(83171) 5-14-71,5-49-79
www.piknikservis.ru
e-mail: info@piknikservis.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

САННА ОЛИМП

Группа компаний «Санна-Олимп»
Тел./факс (495)163-6033, 163-6053, 163-8258
www.gold-olimp.ru, info@sanna.ru

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

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

Подарок для IT-партнеров компании "Karcher".
Настольные часы для "ЕПК".
Настольный сувенир "ЗРК "Бук".
Часы "Солнышко"для энергетиков.
Настольный прибор "Молния".

ALFABOOK™

2008 НОВОГОДНИЕ СУВЕНИРЫ

Новогодние сувениры **ALFABOOK** — соответствие вашим предпочтениям

(495) 450-50-01

Максимальные возможности брендирования и упаковочных материалов!

www.alfa-design.ru

...Иди за ними...

Классики МАПП

www.class.iapp.ru

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг
Предназначен для профессионалов и конечных заказчиков отрасли.
Профессионалы размещают свой баннер во всех интересующих их рубриках.
Конечные заказчики знакомятся с рекламно-сувенирными фирмами России и Европы в удобной форме рубрикатора.

Реклама на сайте

Баннер внутри рубрики сайта:

размер: 120×60px
оплата по кликам
размещение без модерации

Баннеры на главной странице сайта:

В блоке "реклама":
размер: 120×60px
цена: 2000 рублей за 1 месяц

Под названием рубрики:
размер: 88×31px
цена: 2000 рублей за 1 месяц

Сквозная текстовая ссылка:
количество слов: 4
цена: 800 рублей за 1 месяц
размещение с модерацией

Прайс на модули в печатном классификаторе

1. 40x10 мм - 300 руб. (10)
2. 40x15 мм - 620 руб. (15)
3. 40x20 мм - 820 руб. (20)
4. 40x40 мм - 1100 руб. (30)
5. 40x50 мм - 1380 руб. (35)
6. 40x60 мм - 1650 руб. (40)
7. 40x80 мм - 2140 руб. (140)
8. 4x12 см - 3050 руб. (140)

в скобках указано количество бесплатных мест в рубриках для e-mail или сайта.

Более подробную информацию можно получить здесь:

info@iapp-spb.org
(812) 766-09-66

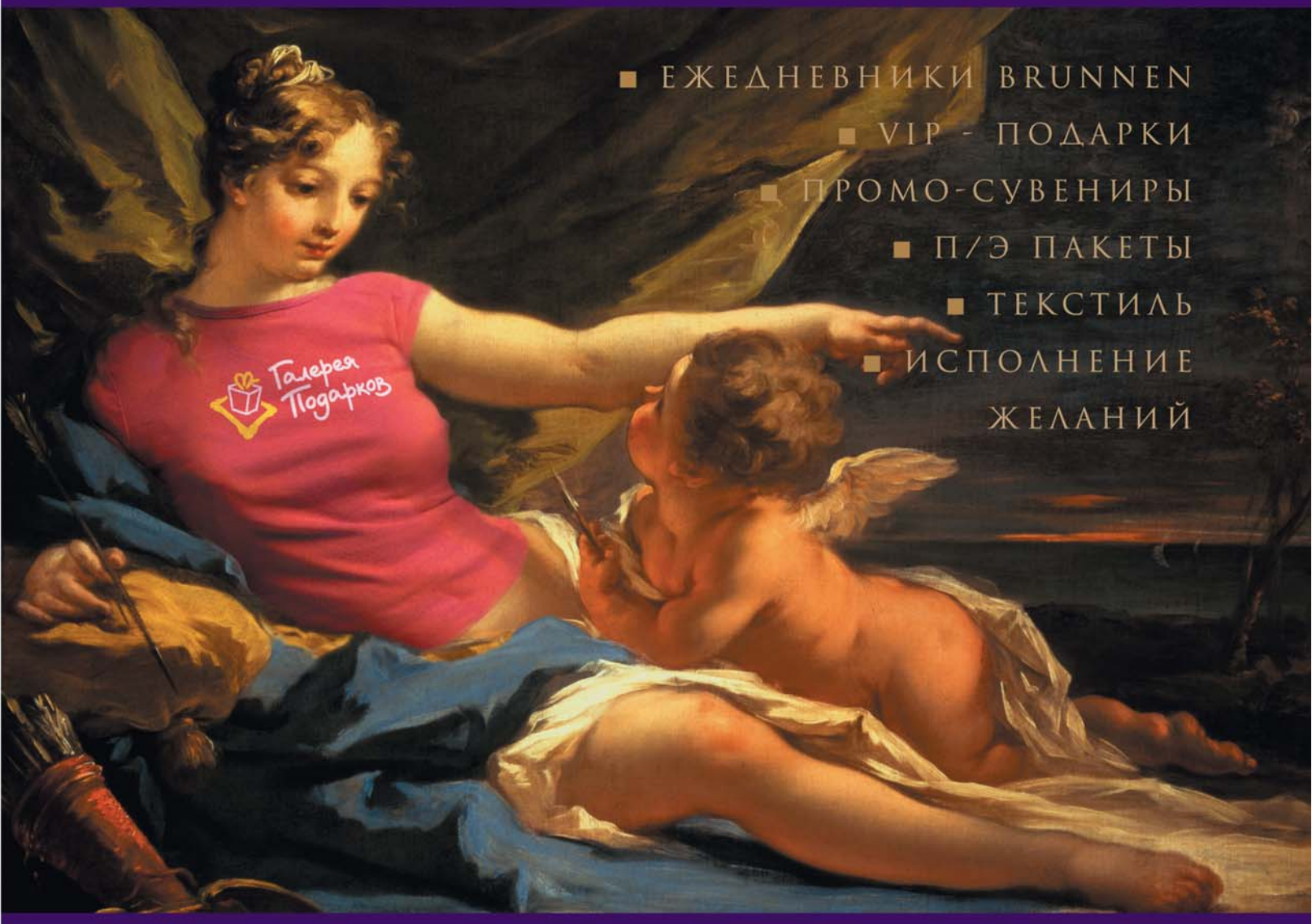
Галерея Подарков

Gifts gallery

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

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
РЕКЛАМА 2007	Москва Экспоцентр	30.10.07-02.11.07	mnv@expocentr.ru
СУВЕНИРЫ. ПОДАРКИ УКРАШЕНИЯ	Санкт-Петербург Сивел	15.11.07- 19.11.07	sivel@sivel.spb.ru
Канцтовары и офисная техника Бизнес-сувениры	Волгоград ВВЦ "Регион"	20.11.07- 22.11.07	olgaregion@yandex.ru
Сувениры и Подарки 2007	Томск Технопарк ТМДЦ	05.12.07-07.12.07	org10@t-park.ru
Полиграфия. Реклама. Дизайн	Тверь Дворец спорта "Юбилейный"	12.12.07- 14.12.07	expotv@tvcom.ru
Тара и упаковка	Тверь Дворец Спорта "Юбилейный"	12.12.07-14.12.07	expotv@elnet.msk.ru
Салон Подарков 2007	Красноярск МВДЦ "Сибирь"	12.12.07-16.12.07	krasfair@ktk.ru
Pro-dimex	Германия Дюссельдорф	10.01.08-12.01.08	info@pro-dimex.com
PSI	Германия Дюссельдорф	09.01.08-11.01.08	rkovacs@reedexpo.de
Pro-8	Амстердам Голландия	29.01.08-31.01.08	info@pro-8.eu
IPSA	Москва ЦМТ	05.02.08-07.02.08	ipsa@ipsa.ru
Подарки и сувениры 2008	Сочи ГК "Жемчужина"	01.03.08-03.03.08	soud@sochi.ru
Дизайн и Реклама 2008	Москва ЦДХ	04.03.08-07.03.08	mailbox@expopark.ru
Christmastime. Весна 2008	Москва ЦДХ	04.03.08-07.03.08	elena.lopatina@expopark.ru
Скрепка-Экспо	Москва Крокус-Экспо	18.03.08-21.03.08	info@apkor.ru
Подарки. Весна 2008	Москва Манеж	24.03.08-27.03.08	pr@gifts-expo.ru
Мир Рекламы 2008	Екатеринбург ЦМТЕ	25.04.08-27.04.08	morozova@uralexpo.mplik.ru

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