

www.deana.ru

Разнообразные
вышивки

На всех видах
текстиля

dianasotranu@inbox.ru

ДИАНА

Производственная компания

Вышивка - это
лучшее рекламное
решение и прекрасный
подарок

Наилучшее качество
в минимальные
сроки

м. Авиаторная
Андроновское шоссе, д.26
Тел.: (495)661-3938 (многоканальный)



ПромАрт design

Компания ПромАрт предлагает ручки российского производства

ЛЮБОЙ ТИРАЖ ЗА 3 ДНЯ!

подбор цвета по палитру

**Услуги по нанесению
фирменной символики
от 1-го до 4-х цветов**



Ручка с поворотным механизмом
размером 135 мм и 100 мм
любой комплектации



Футляр для ручки - дополнительные
площади для Вашей рекламы!



Вся продукция представлена на складе в Санкт-Петербурге и Москве

Четырехгранная ручка размером
104 мм и 140 мм - 4 площади
для нанесения информации



прозрачная и матовая



Трехгранная ручка - 3 площади
для нанесения информации



Санкт-Петербург, ул. Курская, д. 21
тел./факс: (812) 766-1650 (812) 766-1646
(812) 766-5472

Москва, Бережковская наб., д. 20
тел./факс: (495) 540-6611 (495) 540-6612
(495) 542-0478



Proficiency meets quality.



Дистрибьюторы:
Леон Директ (Москва)
Тел.: (495) 79-69-100
Факс: (495) 650-52-02

ФинДизайн (Санкт-Петербург)
Тел.: (812) 313-69-00; 313-69-03
Факс: (812) 313-69-04

Менеджер по продажам
в Восточной Европе
Игорь Башков
Тел.: 380 50 4402026
Email: igor.bashkov@hanesbrands.com

Офис в Германии
Дмитрий Радчук
Тел.: 81049 241 7050218
Факс: 81049 241 7050233
Email: dmitry.radchuk@hanesbrands.com

**GO FOR
GOLD
2008**



Stedman®

Широкий модельный ряд, полная цветовая гамма
от одного из крупнейших мировых
производителей одежды

Высококачественные футболки, поло и толстовки
разработанные специально для рынка
презентационной продукции.

Дистрибьюторы:
Леон Директ (Москва)
Тел.: (495) 79-69-100
Факс: (495) 650-52-02

ФинДизайн (Санкт-Петербург)
Тел.: (812) 313-69-00; 313-69-03
Факс: (812) 313-69-04

Менеджер по продажам
в Восточной Европе
Игорь Башков
Тел.: +380 50 440 20 26
Email: igor.bashkov@hanesbrands.com

Офис в Германии
Дмитрий Радчук
Тел.: 81049 241 7050218
Факс: 81049 241 7050233
Email: dmitry.radchuk@hanesbrands.com

содержание

слово редактора

6 Куда идем мы с Пятачком...

8 НОВОСТИ

ВЫСТАВКИ

- 11 Крепка Экспо 2008
- 12 Гонконгский синдром со счастливым концом

pro-мнение

- 20 Exclusive: comme il faut
- 24 Зона ПвП

наша тема

традиционное

- 27 Непохожая на других
- 28 Рекламные трансформеры
- 30 Карнавал шаров
- 31 Союз нерушимый

текстиль

- 34 Белое золото
- коллекции
- 40 Мастера XXI века
- 42 Еще раз про... значки
- 43 Sagote: традиции и новации
- 44 Побег на волю
- 45 Медной горы хозяйева

50 классификатор сувенирной продукции

65 классификатор рекламных услуг

новые лица

71 Новые члены МАПП

72 календарь выставок

www.profi.iapp.ru

МЫ ПЕРЕЕХАЛИ!
НАШ НОВЫЙ АДРЕС:
 194044, Санкт-Петербург,
 Беловодский пер., дом 7
Наши новые телефоны:
 (812) 313-69-01, 313-69-02



12 / На восточном фронте без перемен



31 / Отечественным ручкам быть!



42 / Отличительная символика



20 / Дари подарки так, как надо



34 / Золотые курточки для Буратино



44 / Born to be wild



28 / Трансформируйся рекламно



40 / Ремесло - дело тонкое



45 / Данила-мастер снова в деле

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

«ПРОФЕССИОНАЛ
 рекламно-сувенирного бизнеса»
 №33, 2008 г., (июнь)

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

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

Редактор журнала:
Александр Косачёв
 (kossatchevalex@iapp.ru)

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

Корректор:
Марина Краухина

Журналисты:
Александр Лёвкин
Александр Косачёв

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

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

Адрес редакции: 194044, Россия,
 С-Петербург, Беловодский пер., 7
 Тел. +7 (812) 313-69-01, 313-69-02
 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: ИПСА, 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 будет 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».

№33

7 332008 02062008



содержание

редакция

КУДА ИДЁМ МЫ С ПЯТАЧКОМ...

Да уж, секрет, действительно, большой! В последнее время в российской политике определилась новая мода: не сообщать заранее ни о каких своих действиях, а уж тем более планах на ближайшее будущее. Ещё более странно, что при этом личность, например, следующего президента была известна всей стране за несколько месяцев до его выборов. Так же, как и личность следующего председателя правительства, в то время



как предыдущий ещё не успел облазить все окрестные колхозы и совхозы. И если от Путина восемь лет назад ещё ждали какой-то программной речи, то от Медведева уже никто и не ждёт. Привыкли и так! Российский народ чрезвычайно подробно осведомлён о планах на 2020 год, но что его ожидает в году следующем, является большим, большим секретом.

Пока что, следующей инициативой кремлёвских мыслителей явилось образование антикоррупционной комиссии (в который уже раз!). И народ сразу же откликнулся на призыв Президента, как когда-то говорили, «шуткой на шутку»: «Сколько надо дать, чтобы стать председателем антикоррупционной комиссии». И дело, скорее всего, не в том, что подобных комиссий уже пальцев не хватает на пересчёт, и даже не в том, что пора уже давно понять, что никакая комиссия, состоящая из чиновников, которые, как раз, самые заядлые взяточники и есть, просто не может спасти страну от коррупции, а в том, что понимания процессов, влияющих на наличие или отсутствие её, так и не появилось. Вот, например, цитата из Медведева: «Ведь в развитых странах, как мы обычно говорим, в странах с высокой правовой культурой, взятки не берут не только потому, что боятся, но и в том числе потому, что это невыгодно, это разрушает карьеру до конца. И это, может быть, самый сильный стимул». Конечно, одним из главных достоинств «нового Президента» является, по мнению многих политиков, его «системность» и то, что он уже давно работает чиновником. Но из цитаты понятно, что у этих «достоинств» есть

и обратная сторона. Та, что мешает ему понять, что «разрушение карьеры до конца» это тоже, в определённом смысле, «боязнь». И в любом случае, совсем не это является стимулом. Мозг российского чиновника просто не может представить себе человека, который не берёт взятку не потому, что это выгодно или не выгодно, а просто потому, что это его оскорбляет. Да, да, оскорбляет его человеческое достоинство, если конечно, Медведев понимает, о чём речь. Мало того, в Финляндии, например, не принято даже давать чаевых, именно по этой же причине. И если теперь, когда российские туристы заполнили собой все возможные пространства, на них просто не обращают внимания, то ещё пару десятков лет назад, официант в ресторане мог ответить резко, типа: «Мне платят зарплату, и в подачках я не нуждаюсь!» Вот, оказывается, в чём дело, а не в разрушении «карьеры до конца», хоть снизу, хоть сверху! Может и не глуп он, но не оригинален! Приём «а вот в Швеции делают так, и все довольны» стал излюбленным ударом ниже пояса всех российских политических дебатов. Главным его достоинством является то, что ни говорящий, ни его оппонент, ни хрена не представляют себе, как же на самом деле «делают в Швеции», но именно это и ставит точку в бесконечных, безумных, бесперспективных дискуссиях ни о чём, ни для чего и ни для кого. «Спорят на деньги – говорят в России – дураки с подлецами». На политические темы спорят обычно дураки с дураками.

Что и говорить, с коррупцией бороться надо. И чиновника российского никакими комиссиями и законами не переделаешь. Как, собственно, и вообще любого человека. Юристу по образованию не знать простой статистики, что смягчение или ужесточение наказания не влияет на количество преступлений должно быть стыдно! В Америке смертную казнь то отменяют, то опять введут, однако, страна как была на первом месте по количеству убийств, так и остаётся. «Мы должны создать антикоррупционный стандарт поведения» – говорит далее Медведев. Комиссия будет создавать такой стандарт? Опасные слова для человека, решившего бороться с коррупцией. Как бы российский чиновник не понял этой фразы как руководства к действию. Создать стандарт, типа ISO или ГОСТа, естественно, заплатив немалые деньги на его разработку какой-нибудь «известной» фирме, а дальше выдавать каждому вступающему в должность чиновнику лицензию на основе этого стандарта, и тоже за деньги, конечно же. «В каждой шутке есть доля шутки», поэтому я не буду настаивать на этом сюжете, но, рассуждая серьёзно над этой фразой, всё равно ничего не получается. Получив образование в советском ВУЗе, будущий Президент никак не мог пройти мимо диалектического материализма, который хоть и является частью немодного теперь марксизма, однако, на мой взгляд, не самой его бредовой. А коли так, то и действия нужно выбирать, исходя из первичности бытия над сознанием. А то, вечно можно будет пытаться внедрять в сознание человека «стандарты поведения», не желая никаким образом менять его жизненных условий. Не можете понять этого? Уйдите, дайте дорогу тем, у кого такое понимание имеется.

Так как же победить коррупцию? Конкретно?

Очень просто. Без комиссий и без заседаний на высшем уровне. Нужно просто создать таблицу наиболее коррупционно чувствительной деятельности и избавиться от неё. Например, расформировать ГИБДД, которая кроме поборов на дорогах больше ничем не занимается. Ах, да! Не получится! Они же ещё обеспечивают проезд чиновников без пробок и задержек! Как же чиновники будут без них! А вот как: запретить чиновникам ездить с нарушениями правил, восстановить одинаковые правила движения для всех участников движения, а проезд по «зелёному коридору» считать коррупцией. За годы путинского правления количество чиновников в России выросло в разы, не считая даже служащих государственных монополий, которых тоже можно считать чиновниками. Убрать всех лишних, а потом произвести сокращение штатов чиновников. Отправить их на пенсию, ибо работать они всё равно не способны. Так будет дешевле государству. И пробки на дорогах исчезнут, а оставшихся на своих постах мы будем пропускать, улыбаясь сочувственно, а не держа средний палец высоко над другими!

Ещё четыре года назад Кудрин обещал убрать систему лицензирования, ибо от неё «нет никако-

го толка, сплошная коррупция». Число лицензий с тех пор только возросло. Так вот, убрать, наконец, этот рассадник коррупции. Отменить импортные пошлины, которые никому в этой стране не нужны (профицит бюджета в три с лишним раза превышает собираемые импортные пошлины). Исчезнет коррупция на границе и во внутренних таможах. Прекратится маразм, когда нужно нести в таможенную справку из «Ростеста» о том, что на ввозимый товар, «осмотренный по образцу» не требуется лицензий или обязательного сертифицирования. Это ведь в советские годы анекдот про «справку о том, что справки не требуется» вызывал здоровый смех. Теперь анекдот стал реальностью, а смех стал нервным. Вот так, идя по пути сокращения и уничтожения источников коррупции, очень скоро окажется, что брать будет не с кого, не за что, и некому! И не нужны будут «стандарты поведения». Они сами выработаются. Российские граждане снова поймут, после многих десятков лет, что брать взятки стыдно, жить на содержании некрасиво, нарушать законы неправильно.

В одной эстонской газете прочитал интервью с одноклассницей «нового Президента» Медведева, которая пишет, что «Дима в

детстве был похож на юного Ленина». Подождём, может, скажет ещё Д.А. сакраментальную фразу: «Мы пойдём другим путём» и облысеет тут же на глазах от мудрости своей!

А кстати, никто не обратил внимания, что все новостные источники на телевидении называют Медведева «новым Президентом»? Значит, есть где-то «старый Президент»? Ведь «нового» председателя правительства не появилось после восьмого мая. И если уж совсем по-чиновничьи задуматься, то «новый Президент» это повышение по должности, по сравнению с «избранным Президентом», или понижение? Или «новый», в смысле, хорошо забытый старый? Поживём, увидим. Если не посадят.

Лео Костылев
Президент МАПП

ENG

The takeover of power in Russia proceeded in an invisible way this year. The author of the article - Leo Kostylev - gives a critical assessment of the latest declarations of the country's "new" president on fighting corruption among public officials, and drops a bitter remark that the way we have taken is not right. This struggle just generates new committees, which only make stronger the bureaucracy sitting on the people's back. Leo suggests cutting the knot through clearing the structure of authority of its most corruption-sensitive activities. Yet, whether or not the new president would approve such measures is still far from clear...

ВЫСТАВКА
17-19 СЕНТЯБРЯ 2008

“ПОЛИГРАФИСТ”

“ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ”

Организатор: **ВЕРТОЛЕТ** выставочный центр **EXPO**
г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 30,
тел./факс: (863) 268-77-80, 268-77-54,
e-mail: festival@vertolexpo.ru; www.vertolexpo.ru

XVI универсальная торгово-промышленная выставка-ярмарка

МЕСТО ВСТРЕЧИ-КАЗАНЬ

12-я специализированная выставка-ярмарка изделий народных художественных промыслов, ярмарка сувениров и подарков.

Город мастеров

Ярмарка-продажа

Медовые берега

26-29 августа, 2008

Выставочный центр "Казанская ярмарка", Россия, 420059, а. Казань, Оренбургский тракт, 8
Тел./факс: (843) 570-51-17, 570-51-15, 570-51-11, www.kazan1000expo.ru, www.expo-kazan.ru



Дорожный набор VIP-класса

"Русский элитный подарок" представляет новинку в ряду дорожных наборов - подарочный набор VIP-класса "Генеральский" на две персоны в сумке-барсетке из натуральной кожи черного цвета с ручной росписью золотой краской. В состав набора входят - нож с золоченой гравировкой на клинке, фляжка с гравюрой, пьезо-зажигалка, позолоченные стаканчики, ложки, вилки, а также две чарки из бронзы в форме голов зверей с позолотой. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Наборы для пикника" и "VIP-подарки".

"Русский элитный подарок", г. Москва

Ценные бумаги стали подарками

Уникальные подарки для VIP-клиентов вывело на сувенирный рынок рекламное агентство "Фабула". Исторические ценные бумаги не только украсят любой офис и кабинет, но и станут объектом коллекционирования и выгодного капиталовложения. "Фабула" подберет для своих заказчиков акции и облигации по различным темам (госсаймы, акции ж/д компаний, банки) и странам (Царская Россия, Европа, Америка). Бумаги оформляются в красивый багет с паспорту, которые подбираются индивидуально. Все ценные бумаги, предлагаемые компанией "Фабула", - оригиналы. Никаких копий и подделок.

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

РА "Фабула", г. Москва



Новинка для автосалонов



Фирма "КОНТУР полимерные технологии" 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

Новые возможности для сувенирных часов

ООО "Мерх Тим" представляет новинку - универсальные металлические часы-фоторамка. Их не только можно поставить на стол, но и повесить на стену. Фотографии в окнах, расположенных возле циферблата, могут быть обыграны в зависимости от целей рекламной кампании (фото филиалов, презентация продукции, основное направление деятельности, фото сотрудников), что также существенно экономит время на презентацию. Кроме того, лицевая металлическая поверхность может быть эффективно использована для гравировки логотипа или другой информации. Часы упакованы в белую гляцевую картонную коробку, которая также может быть персонализирована.



ООО "Мерх Тим", г. Москва

www.merxpromo.ru

Выставочные стенды со сменным изображением от компании GreenLUX



Компания "Green LUX" представляет роллерные стенды с возможностью смены изображения Expand M2 и Expand MediaScreen 4. Изображение сверху закрепляется зажимным профилем, а снизу приклеивается специальным скотчем. Обладая телескопической мачтой, эти стенды дают возможность устанавливать изображения высоты от 150 до 220 см. Смена изображения чрезвычайно легка и дает возможность пользователю делать это самому. А на конструктив дается пожизненная гарантия, что делает M2 и MediaScreen 4 очень выгодными покупками!

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

Агентство выставочной печати "Green LUX"

Модные решения для корпоративной и промо-одежды

Теперь стало возможным отразить дух вашей компании через разработку и нанесение фирменной символики. Группа профессиональных дизайнеров, конструкторов, швей и технологов из компании "Ко-Мод" смогут сделать корпоративную одежду лицом вашей фирмы, а одежду для промо-акций - лицом вашего бренда.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Одежда для промо-акций", "Разработка фирменного стиля".

Компания ООО "Ко-Мод", г. Москва
www.ko-mod.ru



Любой текстильный каприз



Итогом более семи лет оптовых продаж на территории России, стало открытие группой компаний ООО "Футболки" собственного швейного производства в Москве.

Теперь они готовы составить конкуренцию московским компаниям в изготовлении рекламного трикотажа, как по готовым образцам, так и на заказ. Это женские и детские футболки, футболки-стрейч и футболки с V-образным вырезом, толстовки, фартуки, банданы, жилеты, ветровки, прихватки, подарочные мешки и многое другое.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Футболки".
МВ Knit Fashion, г. Москва

Чудо и совершенство изысканного сувенира - в полотенце

"Dragon Gifts" представляет восхитительные пирожные, которые одним движением руки способны превратиться в мягкие, теплые и приятные на ощупь полотенца! Шоколадный рулет, ванильный кекс с вишнями, кофейное мороженое, карамельный торт, клубничное желе, а теперь и аппетитные суши, которые даже самый утонченный гурман не сможет отличить от настоящих.

Все экземпляры имеют соответствующее тематическое оформление: пирожные и кусочки торта - в изящной подарочной упаковке с бантами и кружевами, суши - на специальных подставках в колоритном восточном стиле.

Компания "Gain Dragon Int. Ltd.", отдел "Dragon Gifts" Китай, г. Гуанчжоу



Пружинка Слинки "шагнула" из Америки



Компания "Лаборатория Игр", уже знакомая по вновь модным кубикам Рубика в заказном дизайне, сообщает о новинках категории ностальгия - веселая и исключительно позитивная пружинка Слинки (Slinky®), та самая классическая игрушка 90-х годов, "пришла" на рынок корпоративных подарков! Гибкая, веселая и энергичная пружинка производится на частном заводе в США. Выбрав размер, материал и цвет или комбинацию цветов, вы можете разместить свой лого. Тираж от 250 шт.

Совет: Используйте пружинку Слинки в офисе для хранения канцелярских принадлежностей!

Компания Рубикс, г. Москва
www.rubiks.ru

Представительство компании "ТТС" в Санкт-Петербурге

Компания "ТТС" рада сообщить об открытии своего представительства в Санкт-Петербурге.

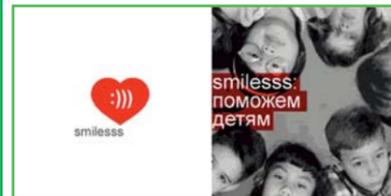
"ТТС" - это российский производитель блоков для записи с клеевым слоем с логотипом клиента, бумажных кубов с боковым нанесением, оригинальных бумажных блоков, блокнотов разнообразных конструкций.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Блоки для записей", "самоклеющиеся", "Планинги".



Компания "ТТС", г. Санкт-Петербург
www.ttservice.ru

ZAMBEZY делает шаг навстречу детям



1 июня 2008 года креативное агентство ZAMBEZY совместно с Санкт-Петербургской благотворительной общественной организацией "Шаг навстречу" в рамках "Дня защиты детей" проведет мероприятие в детском доме №4 города Павловска (Санкт-Петербург) для детей с ограниченными возможностями. При поддержке завода художественных красок "Невская палитра", они постараются помочь юным художникам сформировать каждому свою мечту и воплотить ее в рисованном образе.

На основе этих рисунков дизайнеры проекта создадут креативный дизайн футболок, к каждой из которых будет крепиться ярлык с краткой информацией о детях-художниках. В дальнейшем созданные футболки будут задействованы в культурно-креативном благотворительном проекте по решению задач эстетического развития детей с ограниченными возможностями.

Креативное агентство ZAMBEZY, г. Санкт-Петербург

Компания "МеталГраф" открывает новые формы

Компания "МеталГраф" - металлографика представила очередную новинку - бейдж нестандартной формы. Форма изделия создается благодаря лазерной резке, что предоставляет обширное поле для фантазии в области форм и размеров изделий. Объемный вид бейджу придает использование аппликации из металлов разной фактуры: гляцевая основа и матовый верх. Магнитная застежка на обратной стороне изделия завершила его облик, придав ему необходимую функциональность.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Нанесение многоцветного изображения на металл".

Рекламно-производственная фирма "МеталГраф" - металлографика, г. Санкт-Петербург



Рубль, что дороже золота



ДЕКО Медиа изготовила РУБЛЬ! Деревянный! Ему не грозит ни инфляция, ни девальвация в отличие от его сленгового металлического собрата, потому что он действительно сделан из дерева. Отличный PR для мебельщиков и других фирм, работающих с деревом, а также для банков и прочих финансовых институтов для промо-акций и просто подарков. Рубль применим в качестве медальона или подставок под кружки. ДЕКО Медиа - изготовитель изделий из дерева, сувениров из кожи и подарочной упаковки проводит промо-акцию для участников выставки Люкспака. Всем, посетившим стенд ДЕКО Медиа, мы дарим настоящий деревянный рубль нашего производства! Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Упаковка подарочная и атрибуты к ней".

Компания "ДЕКО Медиа", г. Москва



Яркая деталь женского гардероба



К летнему сезону представляем Вам новинки нашего ассортимента: женские футболки и поло. Эти стильные модели станут яркой, запоминающейся деталью Вашей промо-акции, привлекут и надолго удержат внимание Ваших клиентов. И всё это по более чем выгодной цене! Продажи уже начались.

Футболка LEELA JULIA: 100% хлопок высшей очистки, резинка 1x1, размеры S-M-L, плотность 240 г/м², 4 цвета: белый, бирюзовый, розовый, красный.

Рубашка-поло LEELA QUEEN: 95% хлопок высшей очистки, 5% эластан, ткань пике, 4 пуговицы, размеры S-M-L, плотность 190 г/м², 4 цвета: белый, оранжевый, красный, тёмно-синий.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках "Бейсболки", "Рубашки-поло", "Толстовки" и "Футболки".

Компания Leela Sales Promotion, г. Москва



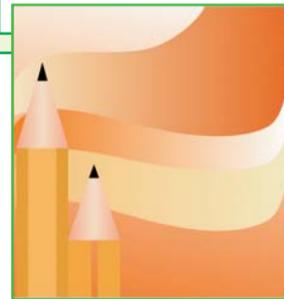
"Агентство Гармония" снова на "железном" коне

ООО "Издательский дом "РусВело" заключило договор с "Агентством Гармония" о генеральном партнерстве на поставку полиграфической и сувенирной продукции для своих нужд. В рамках договора ООО "Агентство Гармония" приступило к разработке Интернет-портала национального велосипедного журнала "rvoВЕЛО". Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "РА полного цикла".

ООО "Агентство Гармония", г. Москва



Новые грани карандашей



В ближайшее время компания "Красинский карандаш" выпустит на рынок экспериментальную партию четырехгранных карандашей увеличенного внутреннего диаметра. Также в рамках расширения ассортимента к классическим деревянным карандашам "Стиль", "Стандарт Плюс", "Мастер" добавится новая модель граненого карандаша "Деловой" диаметром 9,5 мм.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Карандаши".

Компания "Красинский карандаш", г. Москва
www.karandashi.com

Модный принт сезона



Компания "ЗТ" продолжает расширять ассортиментный ряд выпускаемых принтов - термотрансферов и наклеек холодного переноса (переводные татуировки, холодный деколь). Продукция "ЗТ" дает широкое поле для творческой фантазии дизайнеров одежды, модельеров, рекламистов и маркетологов. Среди новинок этого сезона - 3D принты, термотрансферы для изготовления игрушек, имитирующие фактуру подушечек лап и носа животных, а также другие объемные эффекты.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике "Термотрансфер".

Компания "З-Т", г. Москва

Рестораторам на заметку

Фирма ООО "НеваЛинна Групп" в связи с освоением новых технологий и началом летнего сезона предлагает полный перечень услуг для кафе и ресторанов. Быстро, качественно, недорого изготовим униформу для официанток и поваров, скатерти, салфетки, различные знаки отличия (флажки, флаги, значки, кружки и бокалы с фирменным логотипом).

Загляните, и останетесь довольны! Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике "Одежда для промо-акций".

Компания "НеваЛинна", г. Санкт-Петербург



«СКРЕПКА ЭКСПО 2008»

С 18 по 21 марта 2008 года в Международном Выставочном Центре «Крокус Экспо» прошла 8-я Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо 2008».

«Скрепка Экспо 2008» была организована Ассоциацией Производителей и Поставщиков Канцелярских и Офисных товаров России (АПКОР) в партнерстве с МВЦ «Крокус Экспо», а также коллективными организаторами – компанией «Дело» и новым партнером компанией из Китая «China Foreign Trade Guangzhou Exhibition». Спонсорами выставки выступили компании «Базар» и «Регент-Офис», Москва.

На общей площади 12 000 кв.м. расположились стенды уже 185 компаний из 11 стран мира: России, Беларуси, Германии, Австралии, Турции, Китая, США, Индии, Франции, Италии, Великобритании. За время работы выставку посетили около 9 000 специалистов из России, ближнего и дальнего зарубежья, что значительно больше, по сравнению с 2007 годом.

8-я Международная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо 2008» носила школьно-оптовый характер, были широко представлены новинки школьного ассортимента. Коллективный стенд из 13 китайских компаний организовала «China Foreign Trade Guangzhou Exhibition», впервые приняли участие компании «Intercontinental Licensing USA» из США, «Pukka Pads 2000 Ltd.» из Великобритании, «Cats» из Турции. На стенде компании «Юнит Клуб» на этот раз царил космическая атмосфера. А девушки из компании «еБазар» очаровали всех своими свежими весенними нарядами.

Для удобства участников и гостей выставки были организованы уютные зоны отдыха с массажными креслами и бесплатное Интернет-кафе. Участники выставки получили памятные дипломы выставки «Скрепка Экспо 2008».

Особым образом были отмечены лучшие стенды выставки. В номинациях:

- Лучший стенд выставки до 15 м – стенд компании «Ультра лайт», г. Железнодорожный;
- Лучший стенд выставки более 15 м – стенд компании «И.Т.И.», г. Мытищи;

– Самый креативный стенд выставки – стенд компании «Восход», г. Москва;

– Приз симпатий жюри выставки – стенд компании «Самсон», г. Воронеж.

На фуршете, посвященном открытию выставки, победителям конкурса за лучший стенд были вручены оригинальные дипломы ручной работы и призы от организаторов выставки. Еще раз хочется отметить, что выставка продолжает свой планомерный рост и в настоящее время является единственной крупнейшей Международной специализированной выставкой канцелярских и офисных товаров в России.

Следующая выставка «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2008» состоится осенью в период с 6 по 9 октября 2008 года в МВЦ «Крокус Экспо», Павильон №3, зал №17. Основная цель осенней выставки – привлечение широкого круга профессионалов канцелярской и офисной индустрии, а также смежных сфер рынка, принимающих ключевые решения о закупках товаров и предоставлении услуг для эффективного обеспечения современного офиса.

Заявка на участие в выставке «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2008» представлена на сайте оргкомитета АПКОР www.apkor.ru.



16 - 19 октября 2008

XI Специализированная выставка
"Полиграфия. Дизайн. Реклама."

г. Хабаровск
Легкоатлетический манеж стадиона им. Ленина
тел./факс: (4212) 34-09-92, 34-68-82
e-mail: comp@khabexpo.ru, reklama@khabexpo.ru

ХАБАРОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА www.khabexpo.ru

ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ
ВСЕРОССИЙСКАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

13-15 ОКТЯБРЯ 2008

В ПРОГРАММЕ ФЕСТИВАЛЯ:

- Крутой стол
- Правовое регулирование рекламной деятельности в Волгограде
- Конференция для руководителей рекламных агентств
- Семинары, тренинги и мастер-классы для специалистов
- Пять стратегических ошибок рекламного менеджмента
- Медиа размещение. Построение эффективных взаимоотношений со СМИ
- Стратегическое планирование рекламных кампаний
- Брэндбук. Основные вопросы создания и управления
- Как заставить рекламу работать на продажи
- Презентации фирм-участниц выставки

ВОЛГОГРАД

ЗДЕСЬ!!!

ГОНКОНГСКИЙ СИНДРОМ СО СЧАСТЛИВЫМ КОНЦОМ



Гонконгский совет по развитию торговли и Гонконгскую ассоциацию экспортеров, которым в качестве организаторов этого события удалось довести искусство проведения выставок практически до совершенства. Хотя формула успеха в данном случае проста: сколько сил было вложено, такова и конечная отдача.

Но оставим организационный комитет почитать на лаврах, а пройдем по выставочным помещениям, по тем залам и павильонам, которые на английском языке называют «fair grounds». В звучании этой фразы мерещится что-то сказочное, будто речь идет о царстве фей*. Возможно поэтому все, от мала до велика, стремятся

В конце концов, опыт решает все! Его, как и шило, не утаить в мешке: он все равно будет колоться, предостерегая, наставляя и советуя, как жить, куда идти и к чему стремиться. В руках профессионала он может стать как бесценным инструментом, так и опасным оружием. Но речь сейчас пойдет не о способах использования знаний во вред окружающим, а, наоборот, о том, как использовать свой опыт на радость людям. Хотите актуальный пример? Что ж, извольте!..

Вот возьмем международную выставку подарочной индустрии Hong Kong Gifts & Premium Fair. Если кто-то о ней не слышал, то поясню, что до последнего года она считалась самой крупной отраслевой ярмаркой Азии, и второй по величине во всем мире. В ее фокусе находились представительская, презентационная и сувенирная продукция, а также услуги по ее изготовлению и оформлению.

Но, в 23-й раз гостеприимно приглашая в залы родных китайских производителей, иностранных экспонентов и тысячи посетителей, в этом году она оказалась уже не той, что была раньше. Председатель организационного комитета Джеффри Лам, открывая выставку, так и сказал, что теперь Gifts & Premium провозглашается самой большой выставкой сувенирной продукции на земном шаре. И был таков. Это смелое заявление, но официальные данные этого года таковы, что можно только развести руками. Батюшки, и все-то здесь действительно самое большое в мире! По крайней мере, в числах.

Итого: 3 909 участников из 38 стран утром 28 апреля этого года открыли более 4 200 стендов в 15 павильонах гонконгского выставочного центра на площади равной 78 496 квадратным метрам. Для участия в выставке свои делегации прислали компании Германии, Индии, Индонезии, Италии, Кореи, Макао, Малайзии, Сингапура, Тайваня, Таиланда, Филиппин, Великобритании и других стран. Начиная с первого дня и до 1 мая, когда ярмарке пришлось время завершать свою работу, на ее территории побывало 50 497 посетителей, прибывших из 141 страны мира.

Четыре дня людские массы штурмовали площади Гонконгского выставочного центра. Все это – под наблюдением неусыпного ока оргкомитета. Мы все можем поздравить



попасть на выставку рекламных технологий, но только взрослым позволено побывать там. Возрастной ценз, для 18 и старше, установленный организаторами, суров. Но, в конце концов, это одна большая деловая встреча, и малышам здесь не место!

И улицы запружены людьми, очень легко выделить взглядом тех, кто пришел окупиться в океан деловых сувениров. Наверное, если залезть в базы данных Gifts &



Premium, то можно узнать много интересного: как и куда текли человеческие реки, где образовывались мели, а где запруды. На переходах из павильона в павильон специально обученные люди из числа обслуживающего персонала выставки отмечали все перемещения посетителей, сканируя их идентификационные значки. Оранжевые бейджи участников так и бросались в глаза, и на улице в толпе легко опознавались «свои» – те, кого заманило в Гонконг пленяющее очарование подарков, шуршание разворачиваемой упаковки и голод новых знаний.

Да, знаний. Потому что выставка – это не только место встреч, деловых знакомств и заключения выгодных контрактов. Это и в том числе открытие для себя чего-то нового. В том числе и в плане информации. Gifts & Premium отличилась и семинарной программой. Вернее, семинар был всего один.

Для обсуждения «Новейших рыночных тенденций мировой подарочной индустрии», организаторы гонконгской выставки собрали редакторов и опытных журналистов пяти стран: Индии, Великобритании, Японии, России и США. Разговор пошел о проблемах, куда же без них. И в попытках сформулировать главное препятствие для интеграции иностранных компаний на национальные рынки других стран, все ораторы пришли к единодушному мнению, что причиной всех бед является не кто иной, как потребитель тех самых сувениров и промо-услуг.

Шутка ли, для каждой страны характерны собственные культурные традиции дарения, существуют особые поводы и правила приличия, в которых транснациональной компании ох как сложно разобраться.

Из общей суммы бесед, протекавших на этой международной встрече, можно отметить тенденцию к тому, что практически все потребительские сообщества на данный момент оказались падки на определенный набор характеристик и даже стереотипов, таких как «Environmental Protection», «Hi-Tech» или «Made in Japan». Заказчиков интересуют самые различные товары. Но теперь покупатели полагают, что, делая покупки, оказывают влияние одновременно и на окружающую среду, и на других людей, и на собственное здоровье и благосостояние, что не так уж и далеко от истины. Любые перемещения финансовых массивов влияют на национальную экономику, и от стабильности внутреннего рынка каждой конкретной страны зависят предложение и спрос на представительские товары.

Но «на каждого мудреца довольно простоты», и пока ученые мужи и жены решали глобальные проблемы, простые смертные старались выжить в выставочных джунглях. Изнутри выставка – это в чем-то живой организм, но путешествие по ней экскурсанта не должно напоминать путь какого-нибудь витамина, попавшего в утробу ярмарочного зверя.

Путь от отеля до Гонконгского выставочного центра, который, между прочим, находится в гавани, с чудесным

видом на Тихий океан, посетители преодолевали на автобусе-шаттле, курсирующем между этими двумя точками в течение всего дня. А каждая остановка на самой выставке давала возможность обратиться за помощью на справочных стойках и информационных точках: «Ищите производителей-аборигенов? Пожалуйста, вам налево! Не можете найти своих соотечественников? Нет проблем, пройдите в зал, где собраны стенды иностранных компаний». Все также просто, как узнавать время по часам, но под стеклом и за циферблатом скрыт сложный механизм.

Вот некоторые весь свой век хотят увидеть Париж и умереть. Это их право, но тогда они никогда не смогут посетить Гонконг, и вся их жизнь не будет стоять и ломаного юаня. Этот город, с его Gifts & Premium Fair, да и с другими отраслевыми выставками, стал перегонным кубком на алхимической кухне деловых отношений. И если Соединенные Штаты называют «плавающим тиглем», где смешиваются разные национальности, то по змеевикам, колбам и ретортам Гонконга бежит эссенция B2B. Обильное вливание денег, шепотка катализатора Gifts & Premium Fair образца 2008 года и все – сплав отношений производитель-поставщик-клиент готов!

Опыт, одним словом! И научный, и жизненный – все смешалось в доме гонконгском. И не забудем про титанический труд. Окидывая взглядом Hong Kong Gifts & Premium Fair 2008, понимаешь, что здесь есть чему поучиться. Интересно, сможет ли российский рынок когда-нибудь породить такого же монстра презентационной индустрии? Видимо, пока хотя бы одна российская компания не окажется на просторах этой выставки в качестве участника, думать об этом рано. Но ведь надежда есть, так?

Александр Косачёв



ENG

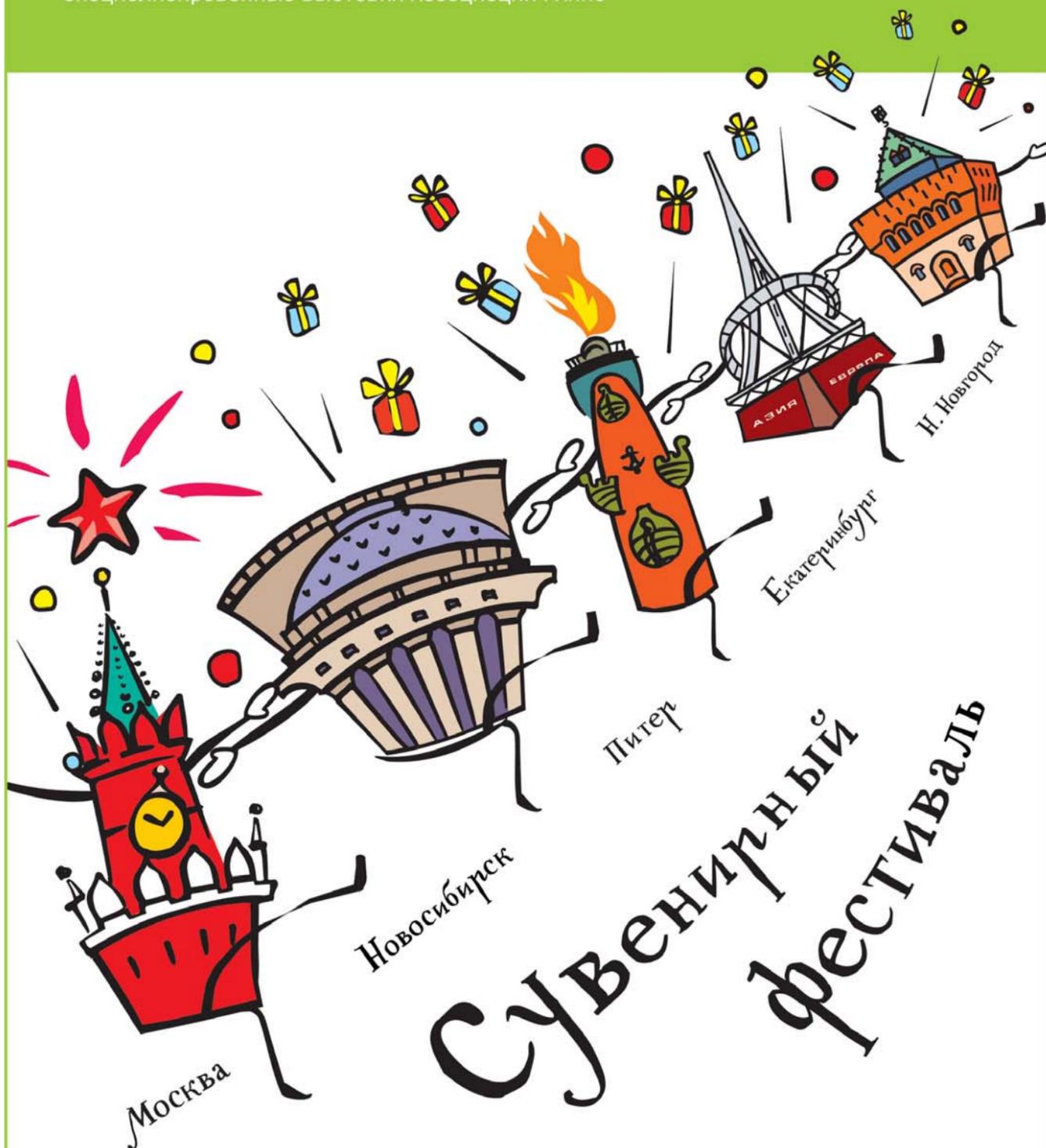
The article is dedicated to Hong Kong Gifts & Premium Fair 2008, which became the world's most significant event in the representative, presentation and souvenir production of the year. Having broken all the records in terms of the number of participants and visitors, the fair was yet another proof that the key to success lies in experience, both in business and beyond. A seminar focused on the latest global B2B trends held with participation by representatives of India, Britain, Japan, Russia and the USA.



**БИЗНЕС
сувениры
и подарки** ОСЕНЬ
2008

(495) 785-25-62
www.rapps.ru

Специализированные выставки Ассоциации РАППС



Christmas Time

1 0 0 Д Н Е Й Д О Н О В О Г О Г О Д А

12 Торговая Ярмарка новогодней и праздничной индустрии
16 – 19 сентября 2008 года
Центральный Дом Художника
Москва, Крымский Вал, 10

Разделы:

Елочные игрушки, мишура, пиротехника

Искусственные ели, товары из синтетической хвои, гирлянды, фонтаны.

Декоративный свет, иллюминация

Подарки, свечи, товары для праздничного декора

Выставка рассчитана на оптовых заказчиков

Тел.: +7 (495) 238 47 85

www.christmastime.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

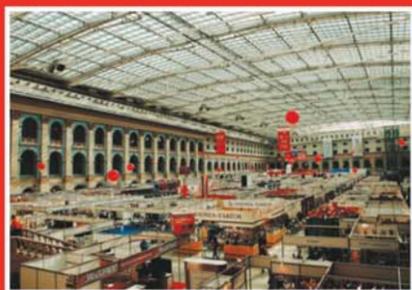
ПОДАРКИ

Международные Специализированные Салоны:

**ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
ЁЛОЧНЫЕ УКРАШЕНИЯ, НОВОГОДНЯЯ И
ПРАЗДНИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ
ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА
БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ И КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ**



ВСЕШ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008
23 – 26 сентября 2008

Россия, Москва, Выставочный Комплекс
«ГОСТИНЫЙ ДВОР», ул. Варварка, д.3
и Центральный Выставочный Зал «МАНЕЖ»,
Манежная площадь, 1



ПОДАРКИ. ВЕСНА 2009
23 – 26 марта 2009

Центральный Выставочный Зал «МАНЕЖ»,
Манежная площадь, 1
и Сапожковская площадь

ООО «Подарки Экспо»

Россия, Москва, 117036, Черемушкинский проезд, дом 5.
Тел.: (495) 775-25-32, (499) 126-68-14. Факс: (499) 126-01-60
expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com



2008
23–25 сентября

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ВЦ "Михайловский Манеж"
Манежная пл., 2

Организатор:

РЕСТЭК™

Тел.: (812) 320-9688, 303-9861
www.restec.ru/vdrh

IX специализированная выставка
**ВЫСТАВКА ДОСТИЖЕНИЙ
РЕКЛАМНОГО ХОЗЯЙСТВА**
В.Д.Р.Х 2008

Дизайн в рекламе. Программное обеспечение
для дизайна. Сувенирная продукция. Реклама и продвижение
товаров на местах продаж. Рекламные технологии и Public Relations.

Маркетинговые коммуникации. Наружная реклама.

Организация событий. Масс-медиа. Фотоуслуги.

Оборудование для рекламных агентств, офисов и типографий.

Полиграфические услуги. Бизнес-упаковка.

INSTITUTE OF
PROFESSIONALS
IN SPECIALTY
ADVERTISING

IPSA

рекламные
сувениры
осень
2008



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

9 – 11 сентября 2008

Москва
Международный Выставочный Центр
«КРОКУС ЭКСПО»

Организатор:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры» (IPSA)

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



Спонсор выставки: **GRAPHIC**
RUSSIA & CIS

Вырезав этот билет, вы сможете бесплатно посетить выставку

Организаторы:
АПКОР
КРОКУС ЭКСПО

Коллективные
организаторы:



**СКРЕПКА
ЭКСПО**

Заявка на участие на www.apkor.ru

ВХОДНОЙ БИЛЕТ

Россия, г. Москва,
МВЦ "Крокус Экспо",
65-66 км МКАД
павильон №3, зал 17

6 октября с 11.00 до 18.00
7-8 октября с 10.00 до 18.00
9 октября с 10.00 до 16.00

офисные технологии **СКРЕПКА ЭКСПО** **SKREPKA EXPO** office technologies

IX МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ



**ЛУЧШЕЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО
ОФИСА!**

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ

- Офисная техника
- Расходные материалы для офисной техники
- Мебель для офиса, сейфы, безопасность в офисе
- Корпоративные услуги
- Канцелярские товары
- Бумага и бумажно-беловые товары
- Хранение и архивация документов
- Оборудование для презентаций
- Настольные принадлежности
- Сувенирная и представительская продукция
- Живопись и графика. Декоративно-прикладное творчество. Багет, постеры
- Праздничные украшения

информационная поддержка



office file

СЕТМЕНТ

Office mart

канцелярское обозрение

Секрет@р.ру

ПРОФЕССИОНАЛ



КАНЦЕЛЯРИЯ



ТЕХНИКА для бизнеса

БУМАГА



ARTINDUSTRIA

Дело@я

Искусство

Москва

Искусство

АИДЕР

Организатор:
АПКОР

Тел.: (+7 495) 648 9138
(+7 495) 789 9380

E-mail: info@apkor.ru, expo@apkor.ru,
www.apkor.ru

Коллективные организаторы:
Канцелярское Дело
Тел.: (+7 495) 730 79 37
e-mail: delo@delo-st.ru, www.delo-st.ru

АРТИНДУСТРИЯ
Тел.: (+7 495) 918-29-42
e-mail: riomax@zmail.ru, www.artindustry.ru

EXCLUSIVE: COMME IL FAUT

Ирина Устинова, офис-менеджер, "Альфа-Дизайн", Москва

В принципе, существует ощутимая разница между понятиями "эксклюзивный" и "оригинальный" сувенир. Эксклюзивный - это дизайнерский подарок, выполненный из дорогостоящих материалов, например, натуральной кожи. В основном их предназначение - быть подаренными генеральным директорам или другим людям, занимающим руководящие должности, когда оригинальные сувениры подойдут для сотрудников среднего звена. Я считаю, что разделение на "эксклюзивные" и "оригинальные" сувениры необходимо. Сейчас социальные слои различаются в основном по статусу, поэтому к людям на руководящих должностях необходимо особое внимание.

Лебедева Татьяна, менеджер по рекламе и маркетингу, ЗАО "ПОНИ", Санкт-Петербург

Понятия "эксклюзивный" и "оригинальный" подарок, бесспорно, несут похожую смысловую нагрузку, но, как показывает практика, имеют совершенно разные значения - не каждый эксклюзив оригинален!

Эксклюзивный сувенир для заказчика - это исключительное изделие, созданное с учетом всех аспектов в бизнесе. Это может быть: сфера деятельности, информационная наполненность, собственная видимость, в конце концов, чувство юмора, главное - изделие не должно иметь аналогов.

В столь расчётливое время, где нужно строить партнерские отношения со ВСЕМИ, оригинальность стала модным приоритетом, неким выделением из общей массы. И те, кто не зарекомендовал себя на гребне эксклюзива, завоевывают рынок оригинальностью, чем-то необычным, интересным, отлич-

*Зоб ехидны, клюв совиный,
Глаз медянки, хвост ужиный,
Шерсть котмана, зуб собачий
Вместе с пастью лягушачьей...
Рецепт идеального бизнес-сувенира
В. Шекспир «Макбет»*

Хочется поговорить о наболевшем. А именно о том, чего же хотят видеть заказчики на витринах Интернет-магазинов и в каталогах поставщиков и рекламных агентств, когда они действительно ока-

жет впоследствии извлечь хоть какую-то пользу. Элементарный пример - это шариковая ручка с эмблемой, названием и контактными данными, которая в 9 случаях из 10 будет рано или поздно применена по назначению.



зываются озадачены поиском деловых подарков или корпоративных сувениров. Ведь давно уже стало привычным слышать просьбы: «Предложите нам что-нибудь эксклюзивное! Мы жаждем оригинальных идей!» Но, если честно, вопрос это весьма спорный, так как, в первую очередь, упирается в практическую преподносимого дара.

Желание поразить партнера по бизнесу очень легко может завести в достаточно неприглядные дебри, в которых смысл самого акта дарения теряется из виду. Конечно, нанесенный на подарок фирменный логотип делает его «деловым». Но приставку «бизнес» он получает в том случае, если из него получатель смо-

жет во всем этом старая песня о главном, и большинство сувенирных компаний уже усвоили этот урок, но... всегда есть какое-то «но». Об этом «но» речь и пойдет ниже.

«Но» pasaran

В журналистской работе, а именно, проводя опросы и собирая данные у конечных заказчиков сувенирной продукции, пришлось убедиться, что неудовлетворенностью ассортиментом шоу-румов и преysкурантами на подарки страдают около 50% покупателей. Радует, конечно, что в некоторых случаях фирмы не устраивает качество продукции, ибо, наконец, они стали разборчивей и осве-

домленной. Но это палка о двух концах. Потерпев поражение в войне за приемлемую кондицию товара, они ударяются в другую крайность - эксклюзив.



Вообще, понятие эксклюзивности чего-либо достаточно размыто. Исходя из этимологии слова, можно предположить, что под эксклюзивным подарком подразумевают нечто исключительное, относящееся только к одному объекту или субъекту. И если говорить о случае с бизнес-сувенирами, то выходит, что это подарок, сделанный для какой-то одной фирмы в дар конкретному, единственному партнеру или клиенту. Для данной индустрии это является нонсенсом, так как в основе всего сувенирного дела лежит именно массовое производство.

Другое дело с «оригинальностью», которой соответствуют эпитеты незаурядный, своеобразный, незаимствованный. Такой подарок может иметь вполне банальное содержание, быть блокнотом, календариком, карандашом, но при этом иметь нетривиальную форму или дизайн. Даже слоган, подобранный с юмором и выдумкой, превращает обычный артикул средне-статистического каталога в свежую промо-идею.

Беседы с конечными заказчиками сувенирки показали, что эти два понятия очень часто путают, а, говоря о чем-то эксклюзивном, хотят увидеть предмет, иллюстрирующий деятельность фирмы. Здесь и зарождается непонимание между поставщиками и их клиентами, которое постепенно, месяц за месяцем, сезон за сезоном, перерастает в конфликт.

Тем не менее, как подсказывает опыт, крупные предприятия встречают проблемы с выбором деловых подарков гораздо реже, чем молодые или малые фирмы. К ним поступает в несколько раз больше предложений от сувенирных компаний, и это изобилие их, в определенной степени, испортило, вызвало чувство пресыщения. Но бизнес-сувенир преподносится не на всю жизнь, он актуален лишь на краткое время, около одного года. Поэтому ключом к сердцу партнера является практичный, а не вычурный презент.

V.I.P.'er

Если говорить откровенно, то статус Very Important Person должен иметь каждый человек, с которым у компании завязываются деловые отношения. Это элементарно правила хорошего тона. Соответственно, считается, что он достоин лучших подарков, выражающих соответствующее отношение к нему. Именно на них чаще всего вешают ярлыки эксклюзива, и поиск такого сувенира для заказчика превращается в сущую муку. Потому что, руководствуясь принципом «дороже - значит лучше», адекватный покупатель сталкивается с тем, что ему предлагают приобрести либо произведение сомнительного искусства, либо высокотехнологичное нечто без возможностей его практического применения. Но на самом деле V.I.P.-подарок складывается всего из нескольких характеристик, которые превращают его из заурядного сувенира в дар высшей категории. Поэтому, уговаривая клиента согласиться на заказ презента для горячо любимого босса или бесценного партнера, необходимо выяснить, чего хочет покупатель от эксклюзивного подарка и делать упор именно на эти качества.

В первую очередь, это известность бренда, на которую западает большинство заказчиков. Если марка достаточ-



чающимся от других. Недавно к нам обратилась компания с просьбой создать ежедневник, абсолютно не похожий ни на что. Это поставило перед нами задачу поиска неординарного решения, поскольку создать оригинальным то, что прочно вошло в обиход каждого делового человека, довольно сложно. И нашли! Помимо индивидуального блока, размера и обложки, еще инкрустировали стразами, и заказчик остался очень доволен. Касательно целевой аудитории эксклюзивных подарков, ее нельзя четко определить. Обращаются различные компании от "гигантов" до только зарождающихся, поскольку в условиях жестокой конкурентной борьбы, все, без исключения, пытаются четко зарекомендовать себя, выстроить соответствующий имидж. Происходит перенос стоимости на образ, соответственно, строится своеобразная политика поведения на рынке. И, естественно, что понятие эксклюзива необходимо. Эксклюзив - это "лицо", заявление о себе как об уникале.

Леонид Игнат, директор по информационной политике и связям с общественностью, "Альфа-Банк", Москва

В России то, что называют "эксклюзивом" на деле оказывается ненужной, бесполезной безвкусицей. Представьте, что вы каждый день ходите в обычной одежде, но вдруг кто-то дарит вам золотые запонки. Куда их потом девать, к чему одеть? В этом и беда, что чаще ориентируются на цену, а не на полезность и тем более на качество изделия. Увы, но именно отсутствие вкуса толкает людей искать эксклюзив, не до конца понимая, в чем же он в области деловых подарков заключается. Целевой аудиторией для эксклюзивных подарков должны быть хорошо знакомые партнеры, интересы которых ты знаешь. Правильно подарить коллекционеру гравюр какую-либо гравюру, бумажнику - редкую книгу, любите-

лю вин - изысканное вино. В смысл самого эксклюзивного подарка вкладывается то, что он не может быть массовым, не имеет аналога.

Оригинальные же подарки всегда запоминаются и никогда не выбрасываются, они больше подходят для деловых отношений, когда надо зарекомендовать себя с лучшей стороны перед малознакомыми партнерами.

Вот был у меня опыт работы с каталогом небольшой венгерской фирмы, они предлагали не сами сувениры, а их дизайн. Можно было выкупить на год, например, оформление открыток, и тогда они будут действительно ваши. Так же можно обратиться к голландцам или датчанам, у них тоже есть подобные предложения.

А вот однажды приходил ко мне человек, приносил каталог, предлагал золотую визитницу, унций, наверное, 8. А на фотографии визитницы - логотип "Газпром". Ну где здесь эксклюзив? Сейчас в России ситуация, когда подрядчик торгует по каталогам из Германии или Китая, где все товары идут массовыми тиражами. Возможно, в будущем, мы увидим следующую ступень развития рынка, когда сувенирные поставщики будут изобретать маленькие серии, специально в качестве эксклюзивных подарков.

Это, к примеру, является отличительной чертой дизайнерских сувениров, которые являются действительно уникальными. Необходимо понимать человека, которого поздравляешь, и одеть подарок в корпоративную коробку. Рынок деловых сувениров России незрелый. Поставщики работают по проверенному маршруту: закупают продукцию у огромной сувенирной компании, а в итоге пол-Москвы дарят друг другу одинаковые ручки, только с разным рисунком.

И еще раз повторюсь, хочу, чтобы вы поняли мою точку зрения, делать "эксклюзивные" подарки, не зная человека, - это дурной тон, не угадаешь ведь, нужно ли оно ему, или нет?

но раскручена, то она начинает работать сама на себя, привлекая к себе внимание покупателей. За этим именем кроются гарантия качества и престиж. Поэтому возможные огрехи в качестве связаны с массовостью производства (серьезные компании уже давно поставили производство и элитных товаров на поток, причем в Азии).

Лакомым кусочком для продавца может быть то, что товар был изготовлен вручную, или, по крайней мере, имеет детали, которые не являлись плодом машинной штамповки. Этот пункт в чем-то противостоит раскрученности марки производителя, а в определенных случаях даже более привлекателен, так как дает гарантию не встретить подобный сувенир в соседнем офисе.

Из ручной работы вытекает еще одна выигрышная характеристика - качество и стоимость материалов, которые были использованы при изготовлении сувенира. Это самая простая и понятная характеристика, которую, в прямом смысле, можно пощупать. И не менее благотворно влияют на настроение заказчика отдельные упоминания о размерах, габаритах предмета (ведь чем больше, тем лучше, так?) и приписки на подобие «Hi-Tech», «Recycled», «Made in ...», подчеркивающие соответствие продукта последним тенденциям.

Перечисленные выше характеристики и составляют, в первую очередь, цену V.I.P.-подарка, они же и помогут уговорить заказчика отказаться от мечтаний об эксклюзиве и обратить внимание на более обычные, но качественные подарки.

Резюме

Однажды в одном телефонном разговоре мой респондент сказал такую фразу: «Я хорошо выполняю свою работу, поэтому у меня не бывает проблем с поиском сувениров». На самом деле, интересное замечание, возможно, человек просто действительно знал, каким критериям должен соответствовать деловой подарок от его компании?

Мы попросили представителей различных компаний, как сувенирных, так и конечных заказчиков, высказать свое мнение по поводу эксклюзивных и оригинальных сувениров. Каков результат? Судите сами! Ясно одно, что для того,

чтобы преподнести эксклюзивные подарки надо иметь хороший вкус, а для оригинальных - достаточно выдумки и деловой сноровки. И часто, заказчик нуждается в помощи со стороны подрядчика, чтобы понять, что в конечном итоге ему нужно. Возможно, чуть-чуть строгости и внимания по отношению к клиенту решат проблему эксклюзивных подарков раз и навсегда.

В конце концов, не все то золото, что блестит, так?
Александр Косачёв



ENG

The article deals with a particular segment of the market of business gifts, namely, exclusive and original souvenirs, the culture of which is still underdeveloped in Russia. Unlike traditional promo-products, these souvenirs are subject to very strict requirements in terms of their quality, materials, price, etc. An exclusive gift is an article, which has no analogs and is intended for a single, specific business partner. On the other end of the range are original souvenirs, which are to enchant and amaze, yet they are not necessarily ultra-expensive or very rare; nor does the grantor have to be aware of all the recipient's tastes or interests. Comments presented by the industry professionals illustrate the author's point of view and come to the following conclusion: though exclusive things are not always original, originality is always exclusive.



Цифровые фоторамки



Самые необходимые для делового человека аксессуары. Цифровые рамки форматом от 1 до 8 дюймов по диагонали. От 1 штуки со склада в России.

ГАДЖЕТЫ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА!

USB-накопители от 128 до 8 Гб со склада в России и под заказ.



USB-накопители



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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finnndesign.ru
(812) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru

ЗОНА ПчП

Pro et contra, за и против. В этой рубрике, мы представляем мнения компаний-профессионалов и конечных заказчиков рекламного-сувенирного рынка по актуальным проблемам российского рынка деловых подарков и рекламных услуг.

Сегодня вашему вниманию предлагается полемика на тему «эксклюзивного» фирменного стиля и дизайна.

Елена Петушкова, директор по маркетингу, «Буквоед», Санкт-Петербург

Пожалуйста, расскажите, что такое «эксклюзивный» стиль и дизайн в Вашем понимании?

Эксклюзивный стиль и дизайн – это стратегический инструмент бизнеса и может состоять из множества различных носителей. Люди мыслят словами, но любят, безусловно, глазами и только затем сердцем.

Прежде всего, эксклюзивный стиль и дизайн – это узнаваемость марки везде и всегда: в городе у коренных жителей и посетителей, внутри магазинов и торговых центров. Поэтому он напрямую связан с выбором места его размещения. Одним из основных пунктов является эмоциональность в оформлении, которое западает в душу.

Чему призваны служить эксклюзивный стиль и дизайн в бизнесе?

В разработке фирменного стиля мы различаем корпоративный и товарный брендинг. Так как именно различиями рынков «бизнес-бизнес» и «бизнес-потребитель» обусловлено такое деление и особенности разработки каждой системы коммуникаций. И один из наших основных принципов разработки фирменного стиля – это минимум средств при передаче максимума информации.

При выборе макетов дизайна, необходимо соблюдать ключевую линию и задачи, поставленные при разработке фирменного концепта, а впоследствии придерживаться ее во всем. Для нас первостепенной целью, которую должен выражать фирменный стиль, является идея развития интеллектуального бизнеса. И во всех элементах оформления, а также промо-сувенирах, которые мы используем, стараемся зашифровать метафору, что наши товары интеллектуально значимы. Применительно к книге, мы стараемся показать, что это и зало интеллектуального роста, и образование, и досуг. К примеру, эту идею мы обыгрываем на наших пакетах, где на обратной стороне размещен ребус и слоган - «Ключ к успеху». Этим мы стараемся отличаться от конкурентов. Также все наши подарки и призы – это продукты для ума, а не обыкновенные бытовые предметы.

Какие составляющие эксклюзивного дизайна Вы можете назвать?

Большое значение имеют стандарты дизайна логотипа и деловой документации, оформления рекламных материалов и вывесок, маркировки сувенирной и подарочной продукции, которые были приняты при создании имиджевой концепции. Соответственно, созданное решение должно быть интегрировано в элементы экстерьерного и интерьерного оформления пространства.

Основу нашего фирменного дизайна составляют цвета, и в выборе необходимо опираться на их психологическое воздействие на людей. Мы используем 2 основных цвета: красный – это цвет лидера, а зеленый располагает к спокойствию. Другой аспект – это демократичность стиля, открытость для потребителей, во внешнюю среду, во всех элементах, внутри и снаружи. Например, открытость в контактах, так как каждый заинтересованный человек может связаться даже с самим генеральным директором. Для этого на сайте помещен его мобильный телефон.

Какие обязательства накладывает эксклюзивный дизайн на его компанию-обладателя?

Рынок все время развивается, а конкуренты не спят. Компания-обладатель эксклюзивного дизайна должна понимать, что завоеванные позиции необходимо сохранять. После того как разработан визуальный бренд компании, необходимо развивать стиль дальше, доказывая, что готовы перерастать самих себя. Это одно из основных обязательств компании перед самой собой и перед клиентами.

Рекламные агентства и креативные студии не всегда в полной мере понимают нужды своих заказчиков, не переживают за них. Если компания действительно заинтересована в эксклюзиве, то рано или поздно у нее появится собственная дизайнерская группа, которая приступит к новым проектам. Так у нас все новые проекты, после того как мы отказались от дизайнерских услуг сторонней организации, будут выполнены в более сильной оформительской концепции.

*Слово
конечного заказчика*

Слово профессионала

Полина Голик, руководитель отдела по работе с клиентами, дизайн-студия «Nature Creature», Санкт-Петербург

Пожалуйста, расскажите, что такое «эксклюзивный дизайн» в Вашем понимании?

В моем понимании любой профессионально выполненный дизайн по своей сути изначально является эксклюзивным, так как в его основе лежат оригинальные идеи дизайнера и авторский материал, ведь любое дизайнерское решение отвечает индивидуальным пожеланиям заказчика. Однако зачастую недобросовестные дизайнеры в погоне за прибылью пренебрегают творческой составляющей процесса и используют шаблонные варианты. Здесь, конечно же, никакой речи быть не может об эксклюзивном дизайне, это скорее пускание пыли в глаза заказчику.

Чему призван служить эксклюзивный дизайн и стиль в бизнесе вообще и в корпоративной культуре в частности?

Ответ на этот вопрос можно найти в любом более или менее приличном учебнике по теории рекламы и Public Relations. Как правило, это однотипные суждения, смысл которых вкратце сводится к одному: дизайн должен быть не просто красивым воплощением идей заказчика, но в том числе, и эффективным инструментом для достижения конкретных целей компании. Таких целей, как идентификация фирмы среди ее целевой аудитории и качественное позиционирование рекламной политики компании в сравнении с решениями компаний-конкурентов.

Дизайн-студия "Nature Creature"
Санкт-Петербург,
ул. Варшавская, д.5, литера А
(812) 369-11-60
(812) 982-50-59
8-921-863-97-63
www.naturecreature.ru

ENG

Pro et contra. In this column we introduce the opinions of the companies and the clients of business souvenirs about current problems on the Russian market of business souvenirs and advertising service. Today we pay your attention to dispute on the topic of "exclusive" company style and design.

Какие составляющие эксклюзивного дизайна Вы можете назвать? Что отличает обычный корпоративный дизайн и стиль от эксклюзивного?

Возвращаясь к первому вопросу, повторю, что эксклюзивная дизайнерская работа, будь то разработка фирменного стиля компании или создание дизайна полиграфической продукции, основывается на использовании оригинальных авторских идей и подразумевает под собой поиск самого выгодного решения для реализации поставленных задач. Главными составляющими в этом случае можно назвать нестандартный подход и отказ от бездумного копирования понравившихся заказчику элементов дизайна других компаний.

Что дает и какие обязательства накладывает эксклюзивный дизайн на его компанию-обладателя?

Прежде всего, стоит отметить, что любой профессионально выполненный дизайн действительно накладывает груз ответственности на руководство компании, ограничивая круг возможных схем реализации последующих идей относительно визуальной политики фирмы. Создавая дизайн-продукт, мы, безусловно, прислушиваемся к пожеланиям заказчика, но в то же самое время не исполняем личные прихоти президента фирмы или его помощников. Разработка фирменного стиля – это просчитанная работа, направленная на повышение статуса компании. Среди наших клиентов есть и крупные строительные фирмы, и частные стоматологические клиники, но мы никого из них не учим строить дома или лечить зубы. Мы предлагаем свежие дизайн решения и отвечаем за эффективность продукта, предложенного заказчику.

 **Spb PRomo**
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА

Рекламное агентство "Spb PRomo"
196084, Санкт-Петербург,
ул. Цветочная 16, оф.428
тел. (812) 702-27-18
факс (812) 702-27-19
моб. (812) 982-03-03
ra-promo@spbpromo.ru
www.spbpromo.ru



Best in Town



D

DESIGN



TRAVEL SETS

Y

YOUR

- Three different designs
- Create your own assortment
- Many colours available
- Low MOQ
- Fast delivery



OWN

O



PF Concept
THE GLOBAL BIFT COMPANY

Ул. Врубеля, д.12
Сокол Бизнес Центр №1
125080 Москва Россия
Тел.: (495) 9409192
Факс: (495) 9409193
Контактная информация:
Ричард Лариби
r.lariby@nl.pfconcept.com
www.pfconcept.com

PF Asia Direct

5th Floor, Hero Building
2669 Xie Tu Rd. (Tian Yao Qiao Rd.)
200030 Шанхай Китай
Тел.: (8621) 51538052
Факс: (8621) 51538058
Контактная информация:
Ирина Банникова
irina.bannikova@cn.pfasiadirect.com

НЕПОХОЖАЯ НА ДРУГИХ...

В модели DS4 фирмы Prodir всё немножко по-другому, чем у остальных наших моделей. Поэтому она является излюбленной у клиентов из мира средств массовой информации, рекламного бизнеса и моды.

Инновационный дизайн и механизм – вот два признака, которые сразу обращают на себя внимание. В поисках вдохновения или погруженные в свои мысли на бесконечных совещаниях люди борются с искушениями. Они нажимают и поворачивают кнопку механизма «push&twist». При персонализации модели DS4 появляются очень интересные возможности для творчества. К этим возможностям относятся и накладка клипа с привлекающими внимание сменными картинками, и разнообразные комбинации высококачественного металлического корпуса. Только у модели DS4 есть элегантная, матовая, чёрная, мягкая оболочка корпуса. Поскольку на мягком покрытии корпуса нанесение невозможно, то логотипы печатаются на выделяемой цветом и/или характером поверхности накладке клипа.

Для всех тех, кто стремится к приятным ощущениям от мягкой оболочки Soft-Touch, но, кроме этого, хотел бы ещё и сделать акцент цветом и печатью, в программе Prodir есть новая опция: модель DS4 с корпусом в мягкой оболочке. В этой модели оболочка ограничивается той частью, где рука наслаждается её приятной бархатистой поверхностью. Нанесение можно размещать на колпачке и на клипе. Мягкая оболочка Soft-Touch имеет девять цветов и может свободно комбинироваться с различными стандартными цветами и характеристиками поверхности колпачка и нажимной кнопки.

Швейцарская
брендовая фирма
Prodir предлагает
свою модель DS4
с корпусом в мягкой
оболочке различных
цветов.

Представительство АК «Продир Интернэшнл»
115035, Россия, Москва,
Садовническая ул., 82, стр. 2, оф. 2008
Тел.: +7 (495) 644-09-38
e-mail: nushin.loyko@prodir.com



Только у неё такой внешний вид и поверхность корпуса: новая модель DS4 с мягкой оболочкой корпуса различных цветов.

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.

РЕКЛАМНЫЕ ТРАНСФОРМЕРЫ

Цель любой рекламы – привлечь к себе внимание людей, но достичь этой цели становится все труднее и труднее. Слишком многое претендует на внимание человека, слишком агрессивно традиционные средства рекламы врываются в его жизнь. В этих условиях актуальными становятся новые рекламоносители, среди которых «магические» трансформеры по праву занимают одно из первых мест. Трансформер сочетает в себе огромные возможности полиграфии с доходчивостью промо-материалов, а недавние исследования показали, что промо-материалы на 49% эффективнее телевидения для привлечения внимания целевой аудитории. С их помощью удастся достичь максимальной ответной реакции.

Сила воздействия трансформеров в том, что информация доставляется в игровой форме, а в таком виде она запоминается легче всеми без исключения – и ребенком, и взрослым, обремененным заботами человеком. Эти забавные вещицы вызывают только положительные эмоции – они восхищают, развлекают, приковывают внимание, загадывают загадки и непринужденно их разгадывают. Даже просто держать их в руках – удовольствие, поэтому ничего удивительного в том, что наиболее интересные экземпляры можно увидеть на столах у наших клиентов и через несколько лет!

Кроме того, практически неисчерпаемо многообразие применения трансформеров – это может быть календарик или небольшой буклет, каталог товаров или перечень предоставляемых услуг, небольшая история или знак престижа. Возможные тиражи этих изделий (минимум 500 штук) вполне удобны для небольшой фирмы. До сих пор речь шла только об информационном наполнении трансформера, а ведь существует еще множество различных форм и модификаций трансформеров: куб, призма, кристалл, кольцо, треугольник, диск, квадрат, эллипс, цилиндр – всего более 50 видов! Более того, возможно разработать и сделать тираж трансформера совершенно уникальной формы, например, Домик, если Ваша фирма занимается риел-

жете увидеть еще несколько и оценить уже выполненные нами работы.

Одна из самых первых модификаций трансформеров – Куб. Но популярность его только возрастает со временем. Причина, наверное, в сочетании простоты конструкции с разнообразной информацией, которую можно разместить на его гранях.



Цилиндр – это сувенир, который непременно захочется взять в руки, покрутить, поскольку он предоставляет возможность множества разнообразных трансформаций. Обладает не только привлекательной цилиндрической формой, но и просторными разворотами, которые можно заполнить самым затейливым способом.



Кристалл снаружи выглядит как обыкновенный куб-трансформер. Но стоит его раскрыть – и внутри обнаруживается настоящий «бриллиант» с огромным количеством граней самой причудливой формы.

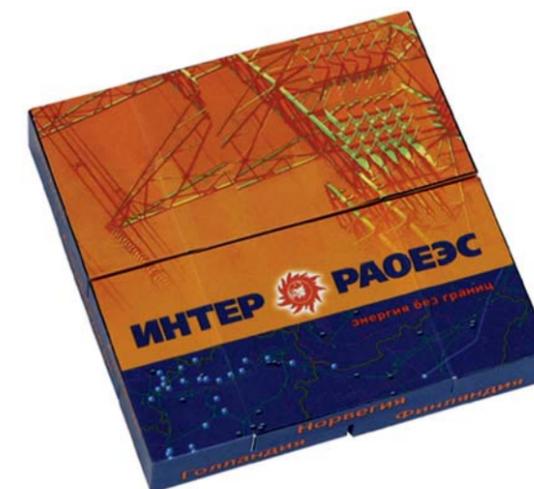


Диск имеет совсем небольшой диаметр – 10,5 см, удобный, например, для почтовой рассылки. В нем интересно сочетание оригинальной формы с большим объемом информации, который можно разместить на этом объекте.

Кредитная карта внешне и в самом деле напоминает пластиковую карточку. Но Вы удивитесь, каким интересным превращениям можно подвергнуть это «платежное средство».



Контейнер создан для доставки! Неважно, что является предметом Вашего бизнеса – предоставление услуг, поставка товаров, транспортная или косметические товары – «контейнер» доставит рекламное послание Вашим клиентам быстро и надежно!



Квадрат – очень компактный трансформер, но и он может рассказать настоящую историю, начинающуюся на его больших плоскостях и продолженную в деталях на маленьких.

Светлана Казанцева

ENG

The article presents readers with a novelty of the promotional market: a transformer. Transformers are available in a variety of up to 50 various shapes: cubes or prisms, crystals or rings... The range of their possible applications is virtually inexhaustible: this may be a calendar, a booklet, a catalog of goods, a list of services, or a status symbol. The efficacy of transformers is determined by the fact that information is delivered here in the form of a game. And that is the way it is the easiest for anyone to memorize.

торским бизнесом. В этой короткой статье мы сможем показать только восемь вариантов трансформеров, но на нашем сайте www.polycom.ru, в разделе «Трансформеры», Вы мо-

ROPNET HOLDING **ПОЛИКОМХОЛДИНГ**
РЕКЛАМНО-ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ
Россия, 107078 Москва, Б. Харитоньевский пер., 20/2-5 Тел.: (495) 232 3456 E-mail: polycom@ropnet.ru www.polycom.ru

КАРНАВАЛ ШАРОВ



ную погоду команды оформителей трудились, не покладая рук, с раннего утра. В первый день соревнований работы создавались на тему «Вода, вода! Кружком вода!». Уже к полудню морские композиции были готовы, и горожане смогли полюбоваться на воздушную свиту короля Карнавала, а Карнавальное жюри выбрало победителя.

Победителем первого дня Фестиваля стала Санкт-Петербургская команда «Ри-шаР». (Фото 1)



С 24 по 25 мая в Санкт-Петербурге царил праздник! Вот уже в восьмой раз жители города встретили Международный Карнавал в честь Дня города. На улицах и проспектах можно было увидеть людей в головокружительных карнавальных костюмах, а прямо по Невскому проспекту прошла колонна морских чудовищ. По традиции в рамках Карнавала состоялся Фестиваль Воздушных шаров. Несмотря на холодную, ветре-

Продуманная работа с множеством хитрых приемов и мастерских находок. Даже костюмы участников команды были из воздушных шаров.

Второй день соревнований проходил на площади Искусств. Команды показали работы на тему «Люди-куклы, куклы-люди».

Первое место заняла также команда «Ри-шаР». (Фото 2)

Очаровательной работой с многочисленными деталями восхищались все посетители Фестиваля.

Второе место по результатам голосования заняла команда «РГ Шар» из Санкт-Петербурга. (Фото 3)

Их Карабас-Барабас особенно понравился маленьким посетителям.

Третье место заняла команда «Европа Уно Трейд» из Москвы. (Фото 4)

Две изящные барышни с воздушными собачками прекрасно вписались в атмосферу прохладного летнего дня.

Яркие, солнечные композиции радовали горожан на протяжении всех Карнавальных дней. Спасибо всем участникам Фестиваля и организаторам за этот подарок.

Александра Гусева



ENG

The Europe Unotrade Co presents the report on the Festival of Balloons, which has been taken place during the celebration of the Victory Day in Saint-Petersburg. On the first day of competitions works were being created on the subject "Water, water! All around is water!". By the midday the sea compositions were finished, and townspeople could admire with the air suite of the Carnival king, and the Carnival jury chose the winner. The second day of the competition was held under the slogan "People-dolls, dolls-people". The third place was taken by the team of the Europe Unotrade Co, whose composition of two elegant young ladies with air dogs fitted well in atmosphere of the Carnival.

СОЮЗ НЕРУШИМЫЙ



шалки, начинается именно с них. Поэтому поиск оригинальных дизайнерских решений не закончится никогда. И плох тот завод, что не имеет собственных патентов. На собственные разработки «СОЮЗ» имеет порядка 50 авторских свидетельств, первое из которых получено в 1965 году, а последнее было зарегистрировано в 2004. Если посчитать, то примерно каждый год завод изобретал, придумывал что-то новое, а главное стоящее и уникальное.

Так одной из последних разработок стали 3-х и 4-гранные ручки, специально предназначенные под нанесение фирменной символики. Добавив новое измерение ручкам, «СОЮЗ» расширил площади для нанесения, сделав сувенирную ручку в 3 или в 4 раза информативнее.

В уже далеком 1968 году, когда с космодрома Байконур стартовал пилотируемый корабль «Союз-3», ручки завода-тезки «СОЮЗ» были на его борту. Не символично ли это? Конечно, да! И это не единственный горизонт, который заводу удалось покорить. Чего греха таить, мир меняется, незаметно, исподволь, но неумолимо. А «СОЮЗ» остается столпом отечественной канцелярской промышленности. «СОЮЗ» нерушимый...

Александр Косачёв

Мы привыкли не замечать те предметы обихода, что попадают нам на глаза каждый день. По этой же причине офисные бизнес-сувениры – ручки, маркеры, карандаши – достаточно быстро перестают представлять собой что-то яркое и ценное, превращаются в еще одну канцелярскую мелочь на столе. На этом их история и заканчивается. Но где ее начало? Многие скажут, история подарочной канцелярии начинается на складе торговца-поставщика, в чьем каталоге был найден понравившийся предмет. Но все иначе с ручками и фломастерами, произведенными на заводе «СОЮЗ».

Для России хватит пальцев одной руки, чтоб посчитать все производства полного цикла, участвующие в изготовлении письменных принадлежностей из пластика. И мало кто способен похвастаться такими, почти вековыми традициями, как «СОЮЗ». Перьями, а потом и ручками от «СОЮЗа» писали наши мамы и папы, дедушки и бабушки... Но nostalgia здесь неуместно. Время не стоит на месте, и завод, сочетая многолетний опыт с новейшими разработками, с недавнего времени приступил к выпуску не только товаров массового потребления, но и сувенирной канцелярской продукции, предназначенной под нанесение рекламной информации.

Чем же, спросите вы, отличаются ручки «СОЮЗа» от импортных аналогов? Здесь дело не только в их более низкой цене по сравнению с зарубежными образцами. Просто пришло время по-иному взглянуть на отечественный сувенирный рынок, оккупированный письменными приборами китайского производства. «СОЮЗ» способен дать гарантию качества своих изделий, но могут ли этим похвастаться азиатские интервенты? Увы, нет.

Оказавшись единственным производителем на территории СНГ всего спектра комплектующих, начиная от пишущих узлов и заканчивая корпусами ручек, «СОЮЗ» задал высочайшие стандарты качества для своей продукции и до сих пор ни разу не нарушил своих обязательств перед покупателями. Держать марку помогает использование новейшего оборудования и сырья из Германии, Швейцарии и Италии.

Ручки здесь, ручки там – море ручек, самых разных цветов и модификаций. С металлическими деталями, гелевые, автоматические – все они готовы стать носителями рекламной информации и данных о вашей компании, представлять фирму на суд потребителей. Бизнес, как театр с ве-



ЗАО «Объединение Союз»
192007, Санкт-Петербург,
ул. Курская, 21
тел./факс: (812) 766-16-46
www.spb-soyuz.ru
info@souz.spb.ru

ENG

The article tells us about the practically unique Russian integrated works plant of ball-point pen "SOIUZ" production. During its long history the plant have being got more than 50 author's certificates. Its pens were used by astronauts in orbit. Now, besides consumer goods, the plant offers also souvenirs, mean for marking the company's symbolism. The best raw materials and the most modern equipment turn the plant into the pillar of the native office industry.

Европа уно трейд

★ Рекламная печать на шарах

★ Оформление воздушными шарами и бумагой

Звоните: (812) 604-4435, 604-4436

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

www.balloons.spb.ru

www.SHARIK.ru

Когда SOUVENIRCA работает на Вас...

- Прямые поставки из Юго-Восточной Азии.
- Широчайший выбор — мы постоянно в поиске интересных новинок!
- Высокое качество — жесткий контроль на всех этапах производства и доставки.
- Оптимальные цены — мы умеем договариваться с лучшими производителями региона!
- Индивидуальный подход к решению задач каждого клиента.

Презентация компании:
www.souvenirca.com/presentation.pps
 Новинки каталога:
www.souvenirca.com/news.pps

Давайте строить партнерские отношения!
 Мы ждём вас!

WWW.SOUVENIRCA.COM
+7 (495) 540-17-11

Заходите
 Звоните

Мы находим оригинальные решения для ваших клиентов!

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПРОМОТРИКОТАЖА ПРЕДЛАГАЕТ:

- Изделия из 100% хлопка, производство Узбекистан.
- Футболки от 160 до 190 гр/м².
- Футболки женские, детские.
- Сорочки поло взрослые 220гр/м².
- Бейсболки тонкие, средние, плотные.
- Цены производителя.
- Пошив изделий на заказ.
- Собственное производство по нанесению изображений.

www.fisateks.ru
 7496802@mail.ru
 7408071@mail.ru
 г. Москва,
 тел/факс (495) 626 80 15,
 (495) 740 80 71, 749 68 02

Северные узоры махровые изделия с логотипом

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

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

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

ЗАСВЕТИСЬ!

монетница с подсветкой (арт. 083)

рекламный пластик • сувениры • полиграфия

НОЕКС РЕКЛАМНАЯ ПРОДУКЦИЯ

(495) 916 9608 WWW.NOEX.RU

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

БЕЛОЕ ЗОЛОТО

Автор: Лео Костылев

Никто над ним не чахнет. Никто за него не воюет. Даже сам термин придуман где-то на Востоке, где о других богатствах и до сих пор лишь мечтают. Однако значение его для нашей повседневной жизни так велико, что ни с каким золотом сравниться не может, и если уж искать таких громких сравнений, то вода и пища будут в самую десяточку. Почему я решил писать о хлопке, не будучи знатным хлопкоробом или злым плантатором? Ответ прост как само изделие, о котором пойдёт речь.



Хотим мы того или не хотим, Россия всё прочнее интегрируется в мировую экономику, рынки наполняются товарами. Движение по этому пути несёт с собой не только радости потребления для народа, большие зарплаты и комфортабельные рабочие места, но и весь тот негатив, о котором писали ещё Маркс с Энгельсом. Непредсказуемость капиталистической экономики,двигающейся вперёд от кризиса к кризису, легко перегреваемые модели хозяйствования и как следствие усиление эксплуатации трудящихся и неуверенность в завтрашнем дне. От мыслителей остались лишь напоминающие глыбы памятники то там, то сям, идеи же их испарились в воздухе, пахнущем наливой. И вот в моменты «перегрева» экономики существуют периоды, когда покупательская активность падает, предприятия недополучают прибыли, сокращают штаты, чтобы хоть как-то выжить и т.п. В эти периоды на первый план выступают такие качества работников и предприятий как профессионализм. Чем лучше работники отрасли разбираются в процессах их бизнеса и изделиях, которые они предлагают на рынок, тем легче выжить фирме, а работнику сохранить своё рабочее место. Может быть, говорить об этом в то время, когда цена нефти приближается к полутора доллара за баррель и не очень своевременно, однако русская пословица гласит: «Готовь сани летом...».

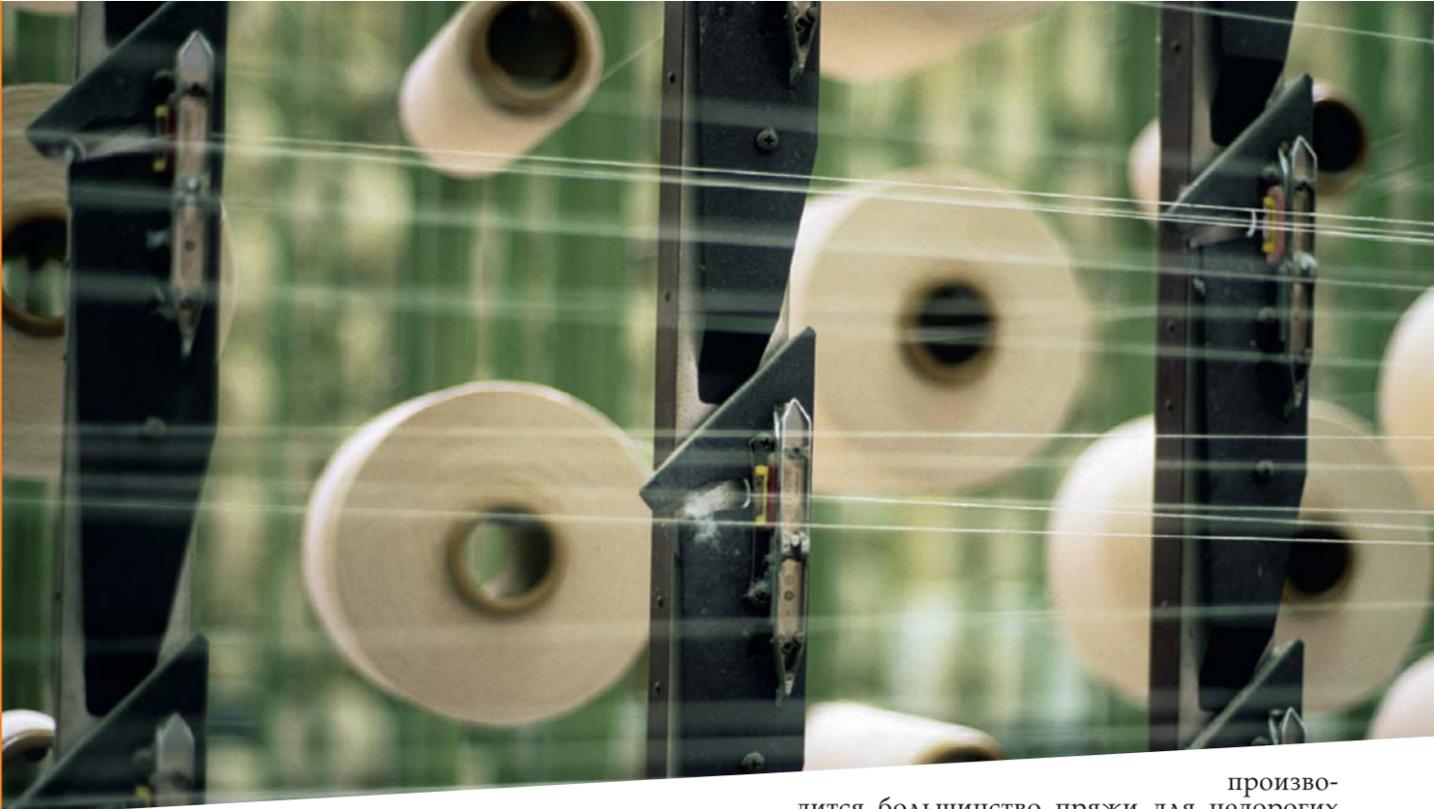
Итак, цель поставлена. Основным изделием рекламно-сувенирного рынка летнего периода являются текстильные изделия, а именно, футболки, рубашки-поло, бейсболки и им подобные изделия, произведённые из того самого «белого золота» – хлопка. Уяснив для себя, каким образом это происходит, мне кажется, каждый, желающий преуспеть в этой профессии, получит дополнительные аргументы для переговорного процесса, а также получит, в сжатом виде, всю необходимую техническую информацию для лучшего понимания, как самих изделий, так и процессов, влияющих на их качество.

Чтобы не заснуть за чтением этого опуса, предлагаю пройти путь Буратино. Для начала, нам нужно решить, где находится та страна, в которой курточка (в нашем случае футболки) растут на деревьях. Две трети хлопка производится всего в четырех странах мира: Китай, США, Индия

и Пакистан. Если прибавить к ним Узбекистан и Египет, их общая доля возрастёт до трёх четвертей. Зная это, нетрудно понять, почему подавляющее большинство хлопчатобумажных изделий производится именно в этих странах. Самые старые и известные текстильные бренды «Hanes», «Jerzees», «Fruit of the Loom» объединены тем, что их родиной является Америка, и хотя производство самих изделий уже давно перенесено в более затратно-эффективные зоны, умения и технологических знаний у этих брендов хватит ещё на много поколений потребителей. Хлопок, как и изделия из него, лёгок и объёмист, что делает его перевозку чрезвычайно невыгодным делом, поэтому и производства выгоднее всего располагать недалеко от его произрастания. К счастью европейцев, которые являются лишь активными потребителями хлопковых изделий, страны, где он растёт, многочисленны, зарплаты в них низки, хотя технологически производства оснащены на высочайшем уровне. В Бангладеш, например, примерно равной по количеству населения с Россией, только официально зарегистрировано 4200 текстильных фабрик. Говорят, что если считать мелкие мастерские (где трудится менее пяти сот швей), то количество их, по крайней мере, удвоится. Именно поэтому, эта отрасль является ведущим экспортным бизнесом страны. Объёмы экспорта растут год от года, достигнув в этом десятилетии 9 миллиардов долларов США. При этом средняя зарплата швеи на текстильном производстве составляет 17 долларов США в месяц.

Ну что ж, место, куда мы копаем наши денежки, мы нашли. Теперь проследим за «ростом курточного дерева». Собрав и упаковав хлопок-сырец в кипы, он отправляется на прядильное производство, где и определяется его конечная судьба. Волокна 90% хлопка имеют среднюю длину 30-34 мм, и такой хлопок называют-





ся средневолокнистым. Длина волокон хлопка влияет на линейную плотность. Чем длиннее волокна, тем меньше линейная плотность, а значит, тоньше и прочнее ткань, получаемая из него. В российской стандартизации различаются лишь две большие группы пряжи, получаемые из волокон более коротких и более длинных (тонковолокнистая). В американской системе волокна разделяются более тщательно, существуют таблицы номеров пряжи, привязанных к длине волокон хлопка-сырца. Для футболок и рубашек-поло подходит, однако, самый распространённый средневолокнистый хлопок. После предварительной обработки хлопка на прядильной фабрике, он поступает на первую стадию обработки в рыхлительно-трепальные станки. Здесь происходит рыхление хлопка, смешивание и очистка. Из этого оборудования хлопок выходит в виде холста – уплотнённого слоя хлопка в виде рулона. Хлопок имеет определённую толщину, волокна внутри этого рулона находятся в хаотичном состоянии, в хлопке содержится всё ещё большое количество сорных примесей. Во время следующей операции, в чесальной машине происходит дальнейшая обработка и очистка хлопка. Здесь происходит расчёсывание хлопка на отдельные волокна и удаление примесей и коротких волокон. В результате этого процесса формируется лента, представляющая собой длинный рыхлый круглый полуфабрикат диаметром 1-3 см. Волокна расчёсаны, но не связаны между собой, хлопок напоминает вату. Для распрямления волокон и выравнивания ленты, несколько лент складывают и скручивают до толщины одной ленты. Утоньшение ленты происходит за счёт, одновременно с подкручиванием, вытягивания ленты. Далее лента поступает в ровничную машину, где происходит дальнейшее утоньшение ленты, а также её скручивание. Конечный продукт этой операции носит название ровницы, которая поступает на завершающую стадию производства пряжи, где ровницу вытягивают до толщины пряжи, скручивают и наматывают на бобины. Описанный выше процесс производства хлопка называется кардным или обычным. По кардной технологии

производится большинство пряжи для недорогих хлопчатобумажных изделий, в частности, для производства футболок. Существуют ещё несколько систем получения пряжи, из которых мы коротко коснёмся лишь одного, гребенного, ибо таким способом производится пряжа для более качественных футболок. Гребенную пряжу для своих изделий использует всегда, например, американский бренд «Hanes». Гребенная система отличается от кардной наличием ещё одного дополнительного процесса обработки хлопка. По этой системе вырабатывается пряжа меньшей линейной плотности, с повышенной прочностью. Для её выработки используется тонковолокнистый хлопок, и пряжа получается более прочной, ровной, гладкой и чистой. Для получения такой пряжи требуется ещё один гребнечесальный переход, во время которого волокна прочёсываются гребнем, в результате чего из продукта вычёсываются и удаляются короткие волокна. Лента, выходящая из гребнечесальной машины состоит из длинных, ровных, хорошо распрямлённых волокон, пряжа получается высокого качества.

Дерево, на котором скоро созреют курточки уже готово! Дело за малым – собрать урожай. О том, как из пряжи делается ткань, а из неё готовые изделия, мы рассмотрим в продолжении этой статьи в следующем номере журнала.

ENG

With this article Leo Kostilev begins the series of materials, in which he will tell us about the process of production of cotton sports shirts, and first of all of advertising textile. In the east textile is called "white gold" and the way to the stage of finished sport short is long. Following to the way of Buratino, the author leads us according the first stages of manufacture, when the cotton is gathered, processed and in the end they get the cotton thread, of which a new article of advertising closing will be weaved afterwards. And we will tell you, how to make fabric of thread and the complete product of fabric, in the next issue of the magazine. To be continued!

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



**Деловой текстиль
американских брендов
Hanes и Stedman от
официального представителя
со склада в России.**



**Широкий модельный ряд
и цветовая гамма.
Текстиль на любой бюджет.
Большие складские запасы.**

ОДЕЖДА ДЛЯ КАЖДОГО!

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) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru



AXXON

www.axxon-bag.ru +7 (495) 220 - 64 - 52

Разработка индивидуальных коллекций.
Изготовление сумок, портфелей, рюкзаков с логотипом заказчика для промоакций и корпоративных потребностей.
Собственное производство

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

www.maxra.ru
www.polotence.net
dmmkv@dol.ru
atrium04@inbox.ru
(499) 317-35-81, 317-23-09
(499) 317-28-72, 317-35-77

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

ПОЗВОЛЬ СЕБЕ МНОГОЕ!

Hanes ОСТРОВ СОКРОВИЩ проводит летнюю рекламную акцию. Самые популярные модели американского бренда Hanes всё лето со склада в России со скидкой*.



Скидки на самые популярные модели со склада в Санкт-Петербурге! **15%**

fd ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812) 313-69-00, 313-69-03
info@finndesign.ru

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

Рейнбоу Классик Лакс Фри Стил Магик
Rainbow Classic Lux FreeStyle White Magic

Промо - Текстиль для печати и вышивки

ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ
mail@indros.spb.ru www.futbolki-optom.ru

(812) 324-6418
(812) 335-3179

Фабрика Печати

КРУЖКИ

от 20 руб. В наличии кружки по приемлемым ценам, разнообразных моделей и цветов, высокого качества.

от 35 руб. от 38 руб.

Также выполняем нанесение методом деколирования, в т.ч. промышленный обжиг в туннельной печи (5000 шт./день).

(495) 637-94-41 **www.factoryprint.ru**

МАСТЕРА XXI ВЕКА

Ремесло нового поколения

Мы привыкли связывать с понятием ремесла высокий профессионализм народного умельца, индивидуальность каждого изделия, кропотливую работу и труд, труд и еще раз труд. Казалось бы, с наступлением XXI века ушли в прошлое те ремесленные мастерские, но даже в нашем индустриальном обществе



нашлось место производству, в своей основе ремесленному, но способному дать 100 очков вперед практически любой фабрике. Речь, конечно же, идет о производстве деловых подарков.

Нет, мы говорим не о глиняных или деревянных безделушках, бесполезных в повседневной работе. Для тех компаний, что предлагают сувениры, давно стало очевидным, что проще и правильнее удивлять партнеров практичностью и качеством подарка. И в контексте современного бизнеса так ценятся высококачественные ежедневники, папки, планинги и прочие офисные принадлежности, где бумага и кожа сливаются в едином ансамбле, превращаясь в практически идеальный деловой подарок. Именно компаниям, начинавшим свой путь к успеху от почти кустарных мастерских, удастся быть лидерами отрасли, потому что желание клиента для них – закон.

Не достаточно закупать для производства самое лучшее. Через многолетний опыт работы напрямую с производителями сырья приходит понимание особенностей и свойств каждого материала, будь то бумага или пластик, искусственная или натуральная кожа. Окраска этих материалов и печать на них требует использования самых современных систем и новейшего программного обеспечения, будь то монохромная или многоцветная печать, исполняемая на современных офсетных станках – от Perfactors до 5-красочного Heidelberg Speedmaster. А бывает, что для выполнения одного заказа за день необходимо переплести от 40 до 80 тысяч экземпляров тех же ежедневников. И тогда в дело вступают переплетные агрегаты, наподобие Kolbus Compact Line или Muller Martini, которые все равно остаются инструментом в руках мастеров-отладчиков и операторов.

Душу сувенира творит дизайнер. Отслеживая тенденции моды, он находит применение самым новым разработкам в сфере производства и создает оригинальный дизайн для каждого отдельного заказчика. Прибегая к собственному опыту, к уникальной коллекции шрифтов, отделочных ма-

териалов и широкой палитре красок, он способен удивлять, поражать и покорять сердца.

Мастеру-ремесленнику приходится обслуживать практически весь земной шар, такова современная данность. Соединенные Штаты, Франция, Испания, Турция – все страны, как и предвещал в середине XX века Маршалл Маклюэн, сливаются в одну глобальную деревню. И на каждом этапе перевозки товаров, долженствует следить за тем, чтобы изделия не пострадали и не потерялись. По воде, по суше, по воздуху бегут ежедневники, канцелярские товары и бизнес-аксессуары.

Руками мастера

Вот они на погрузочном паллете, уложенные в аккуратные штабеля, коробка к коробке. Это новая коллекция, плод трудов целой команды мастеров высшего класса – квинтэссенция ремесла и современных технологий. Если продолжать переосмысление ремесленного труда в наше новое время, то в первую очередь приходят мысли о Викторианской эпохе, о времени, когда капитализм только встречал свою зарю, а в обществе преобладали строгий моральный кодекс и консервативные ценности. Тогда, впервые, как общественные ценности были закреплены трезвость, пунктуальность, трудолюбие, экономность и хозяйственность. Эти достойные качества и нашли свое воплощение в коже и бумаге.

Так на широких страницах планинга из натуральной кожи ELEGANCE на 6 языках распечатан целый год, неделя за неделей. Обрамленная часами и сияющей металлической ручкой, его крышка скрывает потайной отсек, в который легко поместится какая-либо приятная канцелярская безделушка. DESKTOP CALENDAR, сложенный в виде домика, займет заслуженное место на столе, благодаря его компактности и практичности. 12 листов календаря и 52 страницы для еженедельных записей позволяют отмечать шаги к успеху день за днем.

В ежедневнике OFFICE нашла отражение сама практичность. Сочетая страницы для заметок на каждый день на полускрытой спирали и блокнот для записей, он будет верным товарищем для людей, часто проводящих время не только за столом, но и вдали от своего рабочего места. Ведь никогда не знаешь, когда понадобится записать новую идею, чье-то меткое выражение или сделать пометку на будущее.

Различные модификации органайзера SUNSET с переплетом из натуральной или искусственной кожи делают его одновременно и изысканным, и доступным. Здесь есть все от кармашков для карт и ручки, до отделения для документов и линейки-ляссе. Элегантный хлястик будет держать коммерческие секреты хозяина на магнитном замке. SUNSET может быть отлично дополнен папкой для конференций VESPUCCI, которая в



своих недрах скрывает большую тетрадь, удобный блокнот-планшет и множество отделов для карт и документов.

Деловым леди и пренебрегающим джентльменам посвящается серия WOMEN и MAN, а для особых случаев пред-



назначается LAVORTE DAYLY, со съемной обложкой из нубука и подкладкой из флока, с ремнем-замочком, закладкой, отделением для различных мелочей. Те же, кто превыше всего ценит экономность и хозяйственность, найдут все самое необходимое в ежедневниках BULGIAGO и SUEDE. И безукоризненный стиль в подарок.

Обложка-перевертыш ежедневника DOUBLES всегда будет соответствовать вашему настроению, каждая ее сторона – лицевая, и позволяет закрепить ручку или вложить важные бумаги в эластичный карман. Визитница серии ACCESSORY станет надежным хранилищем деловых контактов: на 14 листах способны поместиться 112 визитных карт, а хлястик на магните не даст ей раскрыться в дороге.

Живой пример

В 1980 году начала свою историю одна турецкая мастерская. Имея в распоряжении всего две машины, печатную и наборную, и 10 человек персонала, три брата Аджар приступили к работе. С тех пор «Acar Group» стала лидером Турции по производству рекламно-сувенирной продукции и канцелярии из кожи, по предоставлению полиграфических и переплетных услуг и готова выполнить любой индивидуальный заказ.

На более 9 000 квадратных метров производственных площадей выпускаются товары, представленные в 5 фирменных каталогах. Свыше 10 лет их можно встретить на франкфуртской выставке «Paper World», и в официальных представительствах в Анкаре, Баку, Алма-Ате, Москве. В этом году «Acar Group» примет участие в московской выставке «IPSA Рекламные Сувениры. Осень – 2008» и в выставке PROMOTURK (4-7 сентября 2008) в Стамбуле, Турция.

В новом каталоге «International Collection 2009» от «Acar», с которым можно ознакомиться на сайте www.acar-group.com, собраны лучшие образцы работы умельцев, которые не забыли, что такое в своей основе ремесленное мастерство, и в нашем новом мире продолжают отстаивать свою позицию – нет предела совершенству, талант превыше всего.

Официальное представительство в Москве «АджарРус» www.acar-group.ru

ENG

Александр Косачёв

The author compares today's souvenir production to an artisan workshop. Manufacture of personal organizers, business card holders and other items of leather and paper is particularly akin to pre-industrial traditions. Superb quality, inventive design and delicate work of today's professionals resurrect an exquisite spirit of the Victorian era in a new collection of the "Acar Group" office accessories.

ACAR Stationary Collection LA vorte Life in the Limelight ALLY Business life Accessories ACAR Organize your Life

ACAR group

for modern living...
ежедневники органайзеры папки сумки бизнес аксессуары

Представительство в Москве:
ООО "АджарРус" г. Москва, Ленинский проспект д.15 Тел./факс: +7 (495) 748 6967
acarrus@acar-group.com
acar-group.com



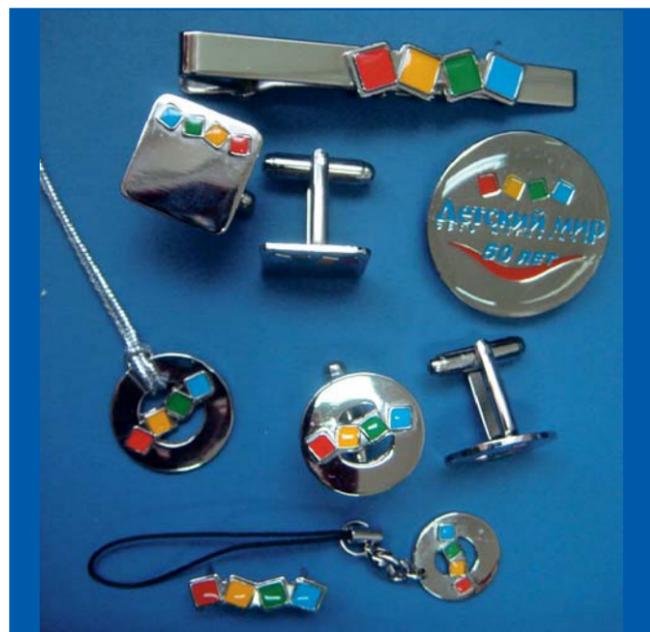
ЕЩЕ РАЗ ПРО... ЗНАЧКИ

Сегодня любая уважающая себя компания считает за правило иметь собственные корпоративные сувениры – это широчайший спектр изделий с логотипом, названием компании-заказчика, оформлением в фирменные цвета.

Как правило, это бумажно-письменные и офисные принадлежности: ручки, календари, часы, кожантерейные товары, альбомы, книги, изделия из трикотажа. Зачем это делается? Ответ прост: сувенирная продукция – своего рода напоминание клиентам и партнерам о хороших деловых отношениях, стимул к дальнейшим контактам между сторонами. Держа сувениры в руках, человек подсознательно испытывает благодарность и добрые чувства по отношению к тому, кто их подарил.



Но можно найти и менее тривиальное решение. Практически каждый бизнесмен оправданно считает, что символ дела всей его жизни достоин лучшей судьбы, нежели быть картинкой на обложке какого-либо ежедневника. Руководствуясь этим принципом, компания Олсам предлагает выполнить любой заказ на изготовление наградных знаков, медалей, значков и многих других сувениров, которые могут быть преподнесены партнерам после удачных переговоров или подписания контракта, сотрудникам в честь праздника или юбилея компании.



Фуршет, праздник по поводу нового фирменного стиля или корпоративное торжество украсит достойный сувенир: и медаль, и маленький значок с вашим логотипом, а к нему зажим для галстука или подвеска-брелок для мобильного телефона, который вручат сотрудникам и гостям в красивой бархатной упаковке.



Основываясь на своем личном опыте работы на этом специфическом рынке, хочу сказать, что в нашей компании индивидуальный, творческий подход к каждому клиенту. Вкусы у людей настолько разные, что обобщенные, однобокие приемы в изготовлении сувениров совершенно непригодны. Поэтому, получая заказ на изготовление, мы стараемся дать рекомендации и по технологии, и по дизайну, качественно его выполнить и доставить своему заказчику.

Если Вы хотите, чтобы Ваш логотип красовался на значке или юбилейной медали – приходите, пишите, звоните, мы всегда будем рады Вам помочь.

Наталья Олефиренко

ОЛСАМ
г. Москва, Суцёвский вал,
д. 5, стр. 20, 4 этаж, офис 11.
(495) 981-82-37; моб.: 8-916-688-64-80
www.allsam.ru, natali@allsam.ru

ENG

The article tells of the Allsam company engaged in manufacture of medals, awards, badges and other corporate souvenirs with trademark insignia. While cherishing ancient traditions of making metal souvenirs, Allsam introduces new ideas into the culture of corporate awards: these are creation of a signature style based on the art of heraldry; encouraging employees by image-oriented, not material means; building loyalty focused on a specific symbol, not abstract matters; universal nature of a gift irrespective of an occasion or celebrations.

SAROME: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

«Без намерения подражать, без боязни потерять и амбиций к славе, мы всегда храним интересы нашей фирмы в последних технологических достижениях в производстве зажигалок. На этом мы строим сегодняшнюю Sarome. Без изменений и гордости, мы будем продолжать эту политику, с целью передать ее нашим следующим поколениям» – с этим девизом была создана фирма Sarome, ведущий японский производитель зажигалок.

Отличительные черты Sarome – безупречное качество и доступные цены.

В 2007 году фирма презентовала на мировом рынке принципиально новые серии своей продукции.

Коллекция URUSHI (зажигалки с японской лакировкой)

Искусство лакировки в Японии развивалось на высоком уровне тысячи лет и сегодня является частью японской культуры.

радости» в коллекции зажигалок.

Серия SV

Случалось ли Вам когда-нибудь оказываться в ситуации, когда кончился газ в зажигалке и Вам приходится просить прикурить у других людей?

Если у Вас будет запасной танк, вы сможете моментально заменить его и прикурить сигарету.

Серия PSP3

Было ли Вам когда-нибудь неудобно прикуривать трубку? Здесь эксклюзивно разработано пламя для курильщиков сигар, горизонтальное, с большим регулятором, для легкого использования.



Японские художники в давние времена применяли эту технику для декорации различных предметов, и Sarome теперь использует такую же технологию высочайшего качества лакировки на зажигалках.

Коллекция зажигалок с перламутром

Прекрасно, уникально, модно...все это о великолепной коллекции зажигалок с перламутром.

Сделанные вручную зажигалки отделаны маленькими кусочками натуральной раковины, которые как бы мягко обтягивают ее.

Красивая и разноцветная раковина, обрамленная серебром так прекрасна, что Вы не можете сопротивляться ее красоте. Нет ни одного похожего кусочка перламутра, ни один не повторяется.

Коллекция с кристаллами Swarovski

Всемирно известные кристаллы Swarovski зарекомендовали себя более 100 лет назад как очаровательная история новшества и творческого потенциала.

Sarome создала модели с кристаллами Swarovski, соединяя их с традиционной техникой квазипергородчатой эмали, формируя «луч



ENG

Sarome: Traditions and Novelties

Sarome is a Japanese manufacturer for smoking article. Their lighters are not mass produced by machine but nearly handcrafted and assembled by hand for quality and longevity. In our article we are happy to introduce Sarome's new series such as URUSHI collection that contains lighters with high gloss Japanese lacquer, lighters decorated with Swarovski crystals and others.

ПОБЕГ НА ВОЛЮ

Тот, кто её сжигал, нынче помощник мэра.
Видит живой огонь на пикнике раз в год...
The Dartz «Переверни страницу»

Стремиться к природе, быть ближе к ней – вот к чему постепенно начинает склоняться современный человек. Отягощенный грузом житейских проблем, унынием офисных будней, суетой городской жизни, он с тоской смотрит в окно, где ему грезится, как светит солнце, роща шумит листвою, прохладой веет от ручья, и щебет птиц так не похож на сигналы автомобилей. И думается ему: «Вот был бы повод, я бы покинул эти проклятые стены и на пару дней забылся бы на просторе полей, лесов, рек...» А лето-то уже на дворе, и надо его не пропустить!

С 2000 года компания «Пикник-Сервис» дает усталым бизнесменам повод оставить город и насладиться всеми прелестями походной жизни, причем со вкусом, со



смаком, с ароматом горячего шашлычка.

Поверьте мне на слово, в городских условиях в автомобиле не так уж нужны домкрат, набор инструментов, фонарь.

На улицах в случае поломки за вами прибудет машина автосервиса или протянет руку помощи проезжающий мимо доброхот. А вот на природе

де... На природу не попадешь, если не будет мотивации. Поэтому линейка автомобильных наборов, которые предлагает «Пикник-Сервис», в багажнике автомобиля всегда будет кстати. В удобных кейсах удачно размещается все необходимое: тарелки, столовые приборы, термосы, фляги, стопки, переносные мангалы и шампуры – то есть те предметы, которые помогут забыть на свежем воздухе, что мы дети «городской» цивилизации.

Не менее приятной неожиданностью для сотрудников фирмы будет и подарочный набор для загородного отдыха для 2-х и более человек. Организуя корпоративную вечеринку в преддверии летнего сезона, не забудьте, что «совместный труд – он объединяет». Организуя торжества на выезде, преподнесите в чемоданчике из кожи набор стопок, шампуров и флягу для крепких напитков. Ножи и вилки декорированы художественным литьем, которое придаст торжественность событию и добавит процессу приготовления и последующего потребления мяса утонченности и эстетики.

Для поездки на большие расстояния без машины, бывает, что точно не знаешь, с кем, когда и где придется разделить трапезу. Поэтому походный несессер со столовыми приборами на двух, трех или четырех человек, позволит произвести неизгладимое впечатление на партнеров. В комплект может входить и колода игровых карт, которая позволит скрасить досуг в ожидании рейса. Не менее полезным вдали от дома окажется и гигиенический набор: с мылом, бритвой, дезодорантом и полотенцем. Так что, если вам по долгу службы положено организовывать деловые поездки, задумайтесь, как сильно оценит ваш путешественник такую трогательную заботу о его комфорте в пути.

Да если возникает просто необходимость сделать яркий подарок на всю жизнь, то и тут «Пикник Сервис» выручает. Кальян в жестком кофре или фляга всегда найдут своих поклонников. Качество, элегантность и индивидуальность каждого изделия заставят затрепетать от восторга, наверное, любого сердца.

Функциональный бизнес-сувенир – хороший бизнес-сувенир



нир. А если к этому добавить оригинальность решения, декор, использование элитных материалов и ручную работу, то подарок превратится в дар. Все изделия компании «Пикник Сервис» уникальны, оформление художественным выжиганием на натуральной коже рисунками на охотничьи темы, изображениями диких птиц и зверей добавляют романтики похода, возрождают дух путешествия, которые, казалось бы, утасли в городских джунглях.

Пробудите в себе зов природы и дайте услышать его своим дорогим коллегам, клиентам, друзьям и близким. Будьте ближе к земле и тогда высокий полет вам обеспечен.

Александр Косачёв

ENG

Nowadays, the man increasingly longs for nature. Keeping this fact in mind, the Picnic-Service company offers exclusive tools vital for surviving in the wild. Besides, here is an occasion to get out of doors equipped with convenient camping kits, which include not only cutlery, but also portable char grills, and skewers. Handy cases for the kits, skillfully decorated with images of wild animals, will bring the spirit of adventure back to your mind, while being a perfect gift for the forthcoming summer season.

МЕДНОЙ ГОРЫ ХОЗЯЕВА



СуСО₃-Cu(OH)₂. – кто сможет сказать, что это такое? А это, друзья мои, малахит. Тот самый минерал, из которого Данила-мастер, герой народных сказов Павла Бажова, вырубил свой каменный цветок. Тот, к которому с детских лет мы впитали вместе с книгами любовь. Любовь и мистический трепет. Поэтому, видимо, и малахит, и королева поделочных камней яшма, и лазурит, и родонит, и агаты – все они могут быть желанными гостями на наших столах в виде сувениров.



Приятно знать, что традиции уральских мастеров не угасли в наше время, а наоборот, переживают второе рождение. Более 10 лет назад ООО «ПТФ Камни Урала» объединило под своей сенью коллектив единомышленников – людей уверенных, что российскому камнерезному делу быть.

В состав «ПТФ Камни Урала» вошли несколько производственных мастерских, а также целая торговая сеть, имеющая опыт экспортных поставок своих изделий с оформлением полного пакета документов.

Удивительно, но плоды трудов «ПТФ Камни Урала» можно почти каждый день увидеть в эфире Первого канала российского телевидения. Практически на каждом столе официальных кабинетов, которые попадают в объектив камеры программы новостей, стоит письменный прибор, часы или статуэтка, сделанная умельцами компании. Это и рабочее место президента, и ряда министров, и председателя



Центробанка и других медийных персон. Стоит задуматься – почему такие высокопоставленные лица доверяют свой имидж уральским мастерам?

Потому что каждое изделие, выпускаемое «ПТФ Камни Урала», само по себе произведение искусства, потому что они шагнули дальше стандартных решений и дешевых поделок и готовы выполнить сувенир, который на 100% процентов будет соответствовать запросам заказчика. Любая форма, любой размер, любая отделка – все грани элитного подарка готовы заиграть по первому требованию симфонию отличного вкуса.

Каминные наборы, часы, приборы для письма, вазы и предметы интерьера, много-много всего, что может порадовать глаз, выполнено с использованием малахита и бронзы. Аромат роскоши, но между тем демократичность и практичность бизнес-сувенира сплелись

воедино в маленьких шедеврах уральских мастеров. А что может быть лучше для создания фирменного стиля и поддержания корпоративного духа? Продолжая российские культурные традиции и привнося веяния меняющихся условий бизнеса, в этих сувенирах найдут отражение индивидуальные, функциональные и национальные особенности каждого предприятия.

И какой бы не тяжелой казалась задача создания индивидуальных массовых корпоративных подарков, использование натуральных камней, традиционно добываемых и обрабатываемых в России, может стать тем альпинистским крючком, который поможет компании забраться на вершину успеха.

Компания «ПТФ Камни Урала» предлагает оставить уже приевшийся обычай дарить ручки, ежедневники и зажигалки. Издревле изделия из камня считались предметами роскоши, демонстрирующими высокий статус, как их обладателя, так и дарителя. Оценив один раз яркую эмоциональную прочность природного камня, его живой цвет, его успокаивающую прочность уже вряд ли захочется вернуться к традиционным сувенирам. Хочется сказать: «Здесь воскресает классика».

Александр Косачёв

This article tells us about the group of Ural dunters, united under the flag of the PTF Kamni Ural Co. They set themselves as an object the revival of the native Russian traditions in the area of souvenirs. They offer to decline boring pens, organizers and lighters and pay attention to presents, made of malachite, jasper, rhodonite and agate. The clocks, desk sets, stone statuettes with cast bronze framing would take worth place in studies and would emphasize the high status of the owner. By the way, do you know, that the Russian President already has them?



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

TROIKA®
GERMANY

НАЧНИ С ВИЗИТКИ!



Европейские дизайнерские изделия Troika теперь со склада "Острова Сокровищ" в России. Высокое качество и креативные потенциал изделий, в сочетании с современными методами индивидуализации - то, что заказчик ищет.



fd ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru

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



BAZINT

BAZINT - высокотехнологичные бизнес сувениры:
- Флеш-накопители, ручки с флеш-накопителями и другая продукция.

Эксклюзивный дистрибьютор продукции компания "РУССКИЙ ПРОЕКТ":
- Широкий ассортимент;
- Наличие на складе в Москве;
- Услуги по нанесению логотипов и другой символики.

Гибкая система скидок.
Специальные условия для дилеров.

Контакты ООО "РУССКИЙ ПРОЕКТ"
тел./факс: +7 (495) 646-98-20 (многоканальный)
www.ru-proekt.ru
e-mail: info@ru-proekt.ru, 6469820@mail.ru
Адрес: 121170, г. Москва, Кутузовский проспект, дом 36, строение 3

Мы работаем для Вас!

design&printing

Возможно всё...

дизайн • календари • открытки
конверты • визитки • бланки • листовки
блокноты • пакеты • буклеты • каталоги
пригласительные • ручки • сувениры
магниты • папки • ежедневники • портфели
ленты • дипломы и самое главное
всегда в срок, качественно и ...
с хорошим настроением!

mural®
DESIGN & PRINTING

тел.: (495) 981-0153, 981-0152, 783-0455
info@mural.ru | mural@run.ru | www.mural.ru

STUDIO LIST
Необходимые предметы из качественных материалов

ИЗДЕЛИЯ
НАСТОЛЬНЫЕ НАБОРЫ
ОРГАНИЗАТОРЫ ВИЗИТНИЦЫ КЛАССЕРЫ
АППРЕСОВАННЫЕ ПАПКИ
РАМКИ ДЛЯ ФОТОГРАФИЙ
МЫШКА И КОВРИК ИЗ КОЖИ
ФУТЛЯРЫ ДЛЯ ПОМАД КОСМЕТИЧКИ КОШЕЛЬКИ

СТУДИЯ ЛИСТ ПРОИЗВОДСТВО ДЕЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ И ИСКУССТВЕННОЙ КОЖИ

тел./факс: (495) 730-18-31, (495) 748-37-53
Liststudio@list.ru
www.liststudio.ru

ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»

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

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

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

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

e senator

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

fd ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru

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



ПОСТАВКА СУВЕНИРОВ



ИЗ ЕВРОПЫ И АЗИИ

от 10 дней

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО:

- Шелкография по текстилю: **NEW 70x100 см.**
(автоматическое оборудование) 8 000 футболок в день.
- Тампопечать
(4-х красочные станки) 30 000 изделий в день.
- Деколь
- Дизайн

Россия, 129110, Москва, Протопоповский пер., 19/17

Т: (495) 225-4241, 725-6335, E-MAIL: INFO@CAMELIA.RU, WWW.CAMELIA.RU

К ЛАССИКИ МАПП

...Иди за ними...

www.class.iapp.ru

Реклама на сайте

Баннер внутри рубрики сайта:

размер: 120x60px
оплата по кликам
размещение без модерации

Баннеры на главной странице сайта:

В блоке "реклама":
размер: 120x60px
цена: 2000 рублей за 1 месяц

Под названием рубрики:
размер: 88x31px
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) 313-69-01,
313-69-02

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



НОВЫЕ ЧЛЕНЫ МАПП

ООО "ТСН" - изготовление бизнес-сувениров и рекламы, нанесение фирменной символики, полиграфия, широкоформатная печать.

Адрес: Санкт-Петербург, Конюшенная пл., дом 2 Д, офис 327.
Тел.: (812) 335-86-61
www.tsnv.ru

ООО "КОН"

Адрес: Самарская область, Тольятти, бульвар Ленина, дом 1, офис 309 Б
Тел.: (8482) 71-65-77

РИА "Прайс" - рекламные услуги, PR, BTL, дизайн, полиграфия, продажа бизнес-сувениров.

Адрес: Санкт-Петербург, пр. Энгельса, дом 33/1, 2 этаж, офис 204.
Тел.: (812) 321-25-08
www.riaprice.ru

ООО "Русская коллекция СПб" - издательство книжно-альбомной продукции: подарочные и юбилейные издания.

Адрес: Санкт-Петербург, В.О., 13-я линия, дом 30, офис 4, код 4.
Тел.: (812) 327-73-00
www.ruscol.spb.ru

"Альфа-Дизайн" - изготовление бизнес-сувениров, нанесение фирменной символики, полиграфия.

Адрес: Москва, Михайловская улица, дом 7, стр. 1.
Тел.: (495) 450-50-01
www.alfa-design.ru

ООО Компания "Ориентир-М"

Адрес: Красноярск, ул. Гладкова, дом 4, офис 1206.
Тел.: (3912) 36-47-05

"S'TOP" - рекламные услуги, PR, консалтинговые услуги.

Адрес: Санкт-Петербург, Лиговский пр., дом 78 Б
Тел.: (812) 325-94-78
www.pr-top.com

ООО "СОТО"

Адрес: Самара, пр. Кирова, дом 2, офис 310А
Тел.: (846) 279-19-81

ООО "Ультра" - изготовление любой полиграфической продукции, дизайн.

Адрес: Москва, ул. Гаврикова, дом 3/1
Тел.: (495) 954-61-39
www.creative-print.ru

ООО "Компания "Презент" - поставка бизнес-сувениров, нанесение фирменной символики.

Адрес: Екатеринбург, ул. Амундсена, дом 71-426
Тел.: (343) 222-13-12
www.prezzent.ru

ИП Станичникова Наталья Петровна

Адрес: Омск, ул. Химиков, дом 18, корпус 2, кв. 45.
Тел.: (3812) 69-63-33

ООО "РПК "Грифон"

Адрес: Москва, ул. Стромынка, дом 18, корпус 7.
Тел.: (495) 972-34-39

"ARTSOUVENIR" - изготовление сувениров с фирменной символикой, изготовление упаковки.

Адрес: Москва, ул. Николаямская, дом 19, стр. 6.
Тел.: (495) 988-81-23
www.artsouvenir.com

ООО "БелВилл" - изготовление бизнес-сувениров, фирменный шоколад и напитки, сувенирная посуда, нанесение фирменной символики.

Адрес: Москва, Алтуфьевское шоссе, дом 27 А, стр. 9.
Тел.: (495) 648-72-025
www.bellwill.ru

ООО "Монд Промоушен" - поставки и продажа корпоративных VIP-подарков, рекламной сувенирной продукции со склада в Москве, нанесение фирменной символики.

Адрес: Москва, Земляной вал, дом 38-40/13, стр. 6.
Тел.: (495) 626-55-69
www.mond.su

ИП Мещерякова О.П.

Адрес: Кандалакша, ул. Новая, дом 10 А.
Тел.: (81533) 9-61-70

ООО "РА Васоби" - Интернет-магазин бизнес-сувениров, полиграфия.

Адрес: Москва, Электролитный проезд, д. 12 Б, офис 2.
Тел.: (495) 545-22-95
www.vasaby.ru

РА "Афина"

Адрес: Иваново, ул. Смирнова, дом 10.
Тел.: (4932) 32-38-04

ООО "РПК Навигатор" - изготовление бизнес-сувениров, нанесение фирменной символики, формирование корпоративного стиля.

Адрес: Москва, аллея Жемчужовой, дом 5, корп. 2.
Тел.: (495) 649-60-23
www.rpknavigator.ru

ООО "Декарт" - реклама, дизайн и полиграфия, проведение мероприятий.

Адрес: Москва, ул. Артюжиной, дом 1, офис 24.
Тел.: (495) 507-11-87
www.ra-dekart.ru

Название выставки	Город	Время проведения	Контактная информация
Мир рекламы	Екатеринбург, УралЭкспоцентр	13.05.08-15.05.08	www.uralex.ru
Рекламный мир	Омск, Интерсиб	20.05.08-23.05.08	www.intersib.ru
Реклама для бизнеса	Саранск, Мордовэкспоцентр	21.05.08-23.05.08	www.mordovexpo.ru
Реклама и дизайн. Полиграфия	Белгород, Белэкспоцентр	27.05.08-29.05.08	www.belexpocentr.ru
Реклам-Экспо	Кемерово, Экспосибирь	27.05.08-30.05.08	www.exposib.ru
Город мастеров	Казань, Казанская ярмарка	26.08.08-29.08.08	www.expokazan.ru
IPSA – осень 2008	Москва, Крокус	09.09.08-11.09.08	www.ipsa-russia.ru
Канцтовары и оргтехника. Бизнес-сувениры	Волгоград, ВВЦ Регион	16.09.08-18.09.08	www.vzr.ru
РАППС	Москва, ЦДХ	16.09.08-19.09.08	www.rapps.ru
Christmastime	Москва, ЦДХ	16.09.08-19.09.08	www.expopark.ru
Продвижение Фестиваль рекламы, дизайна и PR	Ростов-на-Дону, ВертолЭкспо	17.09.08-19.09.08	www.vertolexpo.ru
Полиграфист	Ростов-на-Дону, ВертолЭкспо	17.09.08-19.09.08	www.vertolexpo.ru
ВДРХ	Санкт-Петербург, Михайловский манеж	23.09.08-25.09.08	www.restec.ru
Канцтовары и оргтехника. Бизнес-сувениры	Волгоград, Дворец Спорта Профсоюзов	23.09.08-25.09.08	www.vzr.ru
Подарки. Осень 2008	Москва, Гостиный двор Манеж	23.09.08-26.09.08	www.gifts-expo.com
Скрепка Экспо	Москва. Крокус Экспо	06.10.08-09.10.08	www.crocus-expo.ru
Фестиваль рекламы	Волгоград	13.10.08-15.10.08	www.volgogradexpo.ru
Полиграфия. Дизайн. Реклама 2008	Хабаровск, Хабаровская международная ярмарка	16.10.08-19.10.08	www.khabexpo.ru
Реклама	Киров, Вятка Экспо	29.10.08-30.10.08	www.vcci.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