

**БИОГРАФИЯ.**  
Родился, учился, женился...  
Давайте пофилософствуем....

УЧЁБА... Произносим это слово и в голове пронесется и школа и ВУЗ или техникум, а у кого-то и учебка в армии и, просто, ПТУ или, как теперь говорят КОЛЛЕДЖ.  
Для любого человека это большой и очень значительный период жизни.

Много добрых и чудных воспоминаний остаётся у нас на всю жизнь. Мы перебираем фотографии, смотрим кассеты, берем в руки значок... и вспоминаем....

Подходит к концу 2009 учебный год.  
Выпускные и Государственные экзамены, балы и фуршеты, и... еще есть время для того, чтобы сделать маленький значок с символом учебного заведения, символом Вашей молодости и веселой студенческой жизни, который согреет Вам душу на долгие годы.

Приходите, пишите, звоните, мы работаем для Вас....



**ОЛСАМ. Сувенирная компания**

127018, Москва, Сущёвский вал, д. 5, стр. 20, 4 этаж, офис 11

Тел.: (495) 981-82-37; E-mail: natali@allsam.ru

www.allsam.ru



# содержание

## Слово редактора

Стр. 4 Все смешалось в доме Облонских

## Стр. 8 Новости

## Стр. 14 Выставки

Стр. 15 Скрепка Экспо 2009

Стр. 16 IPSA Рекламные сувениры. Весна 2009

Стр. 18 «PROMEDIATECH» – навстречу инновациям!

Стр. 20 Рекламисты «побили» кризис

## Pro-мнение

Стр. 22 Сувенирная физика:

достигнуть критической массы!

Стр. 25 «РА Антилогика» Выпуск #3

Стр. 26 Зона ПМП

## Стр. 25 Ex oriente lux

Стр. 28 Сувенирный рынок Южного Китая

Стр. 34 China Sourcing Fair

## Традиционное

Стр. 36 Дары природы

Стр. 38 Сдержанность, созвучная времени

## Текстиль

Стр. 40 Кепка Ильича

Стр. 43 Napes выполнит любую задачу

Стр. 45 Stedman: на передовой рекламного текстиля

## Коллекции

Стр. 48 Правильный сувенир умеет зарабатывать

Стр. 49 Солнце в авоське

## Стр. 51 Технологии рекламы

Стр. 54 Классификатор сувенирной продукции

Стр. 63 Классификатор рекламных услуг

## Новые лица

Стр. 67 Новые члены МАПП

Стр. 68 Календарь выставок



**22 /** Half Life: сувенирный полураспад



**28 /** Пролетая над гнездом Дракона



**40 /** Как надавать всем по шапке?



**25 /** Живьем брать демонов!



**34 /** Гонконг – новые ресурсы



**48 /** Двигай Flash'кой



**26 /** Оптимизируй или дари!



**36 /** И снится нам не рокот космодрома

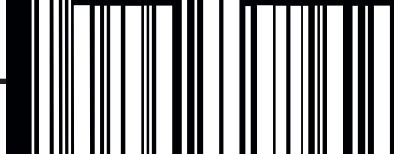


**49 /** Пробейся к солнцу

[www.profi.iapp.ru](http://www.profi.iapp.ru)

№37

7 372009 06042009



[www.iapp.ru](http://www.iapp.ru)  
[www.profi.iapp.ru](http://www.profi.iapp.ru)  
[www.class.iapp.ru](http://www.class.iapp.ru)  
[www.blaza.ru](http://www.blaza.ru)

«ПРОФЕССИОНАЛ  
рекламно-сувенирного бизнеса»  
№37, 2009 г., (апрель)

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

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

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

Корректор:  
**Варвара Мочалова**

Журналисты:  
**Александр Лёвкин**  
**Александр Косачёв**

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

Дизайн, верстка:  
«Господин ПЕЧАТНИК»:  
**Алексей Чачин**  
**Александр Шашихин**

WEB-дизайн:  
**Василий Тюленев**

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

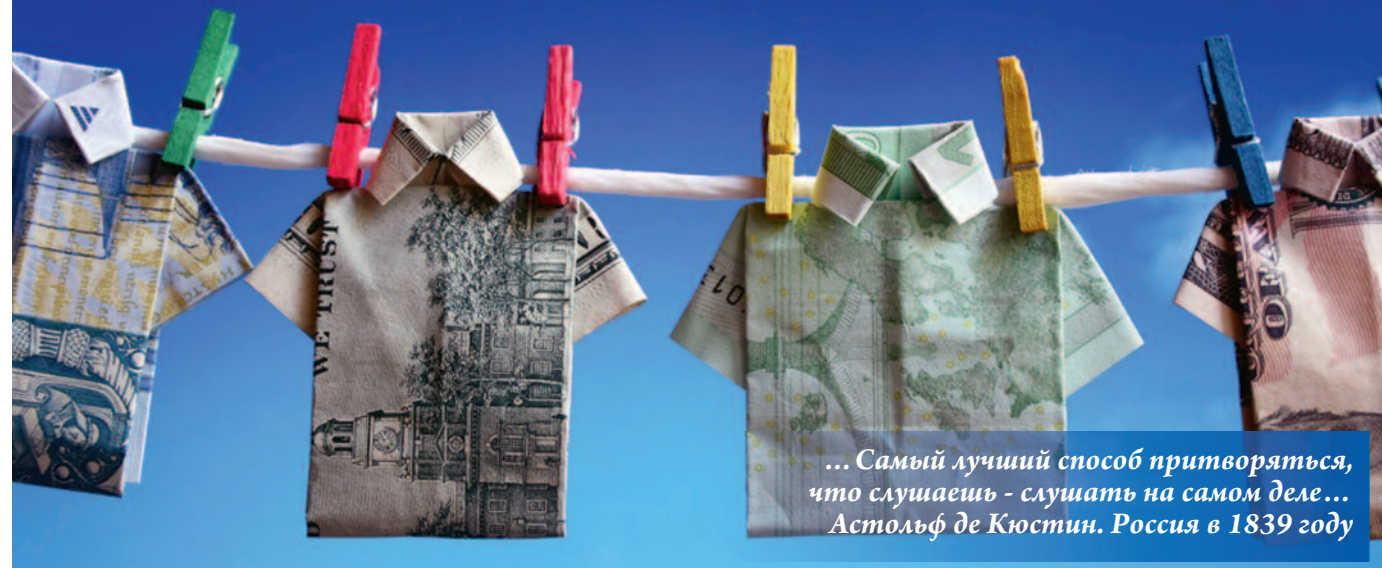
Информационная поддержка:  
Радио «Эхо Москвы»  
Печать: Типография «Цвет-Принт»  
Роменская, 10. Тел.: (812) 336 45 68  
Макет: ДС «Господин ПЕЧАТНИК»  
Тел.: (812) 318 70 33  
Уст. тираж : 5000 экз.  
Журнал выходит под эгидой МАПП

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

Журнал распространяется всем членам МАПП  
бесплатно во все время членства в Ассоциации;  
Журнал участвует и распространяется на выставках в  
России:  
Москва: IPSA, РАППС, Экспопарк, Экспоцентр  
Санкт-Петербург – Ленэкспо, Рестэк, Принтэк,  
Евразия.  
Пермь, Сочи, Казань, Красноярск, Архангельск,  
Ростов-на-Дону и других.  
Журнал распространяется на выставках за пределами  
России – в Дюссельдорфе, Париже, Скандинавии;  
Журнал рассылается по фирмам России, заявившим  
рекламно-сувенирную деятельность единственным или  
одним из родов своей деятельности.



# ВСЁ СМЕШАЛОСЬ В ДОМЕ ОБЛОНСКИХ



... Самый лучший способ притворяться, что слушаешь - слушать на самом деле...  
Астольф де Кюстин. Россия в 1839 году

Кому как, а для меня нынешний кризис – уже третий за время моей предпринимательской деятельности. Первый разразился в Финляндии в 93-м, через год после того, как я открыл свою первую фирму. Это был страшный год! Сценарий напоминал то, что творилось и продолжает твориться в Америке. Кризис банков, ипотеки, девальвация, стагнация, а затем рецессия в экономике. Шквал самоубийств по экономическим причинам, тысячи раздавленных судеб... Тогда волна кризиса прошла над моей головой, лишь слегка потрепав причёску, которая ещё была тогда, и оставила в память о себе несколько островков седых волос. Следующий кризис был российский, образца 98-го. Тогда волна ударила меня в грудь, чуть не сшибив с ног. На счастье, за предыдущие годы был накоплен кое-какой «жирок», который и не дал потонуть в пучине того времени. Этот кризис, таким образом, уже третий, и ударить он норовит ниже пояса, куда по правилам бить нельзя!



Перефразируя Толстого, все успешные предприятия похожи друг на друга, у каждой тонущей компании свои проблемы. К счастью, наша отрасль имеет одну характерную черту – в ней нет больших фирм. Все предприятия, имеют они больше или меньше оборотов, по определению, являются малыми предприятиями. Поэтому, несмотря на некоторые различия, варианты проблем, возникающих в фирмах в связи с кризисом, не

так разнообразны. Посещая различные отраслевые мероприятия, я обратил внимание на характерную черту: во-первых, настроение в отрасли весьма оптимистичное, что, видимо, связано с неверием в то, что кризис ударит больно именно в эту фирму, а во-вторых, никто не ищет и, соответственно, не находит никаких антикризисных решений. Всем вроде понятно, что мелкие фирмы «отомрут», но никто не считает себя этим «мелким». Почему-то перевирают Дарвина (который и сам-то сейчас был бы с

собой не согласен), что «выживут сильнейшие», хотя тот имел в виду не сильнейших, а умеющих наилучшим образом приспособляться, а это как раз не самые крупные (вспомним про динозавров). Слишком часто упоминается «оптимизация персонала», но давайте уже конкретно рассмотрим хотя бы этот пункт. В среднем, в бизнес-сувенирной фирме достаточно полного профиля (склад, своё производство нанесений, каталог, импорт,

продажи) работает 20-50 человек. «Оптимизировать» можно, например, пару работников склада (работы всё равно на всех теперь не хватает), уволить тampoпечатника или шека-графа (стало меньше заказов), может быть, веб-дизайнера, секретаря (если уж совсем тяжело). Пожалуй, и всё! Получится, что «оптимизация» коснётся максимум 10%, да ещё не самых высокооплачиваемых сотрудников. Фонд зарплаты составляет в нашей отрасли примерно 15-20% от оборота, значит, выигрыш от увольнения сотрудников составит не более 2% оборота. Стоит такая «оптимизация» усилий? И что более важно для российского рынка: уволив тampoпечатника сегодня в кризис, где найти его после окончания волнений? Увольнения хороши для какого-нибудь ВАЗа, продукцию которого и так никто не покупает, а персонала на заводе десятки тысяч! Поэтому, сокращение расходов в условиях падения продаж не так актуально для нашей отрасли, расходы и так вполне оптимизированы. С государственными предприятиями не сравнишь, где на каждую мусоринку своя уборщица, а к ней помощник и охрана. Нашими фирмами, зачастую, руководят их владельцы, а если у них и имеются заместители, то это, как правило, члены их семей. Можно, конечно, ещё оптимизировать аренду, но переезд в условиях снижения продаж может оказаться смертельным шагом! Для нашей отрасли, таким образом, нужно подбирать более тонкие инструменты.

Прежде всего, нужно определить,



куда нацелен кризис в наших фирмах. В отрасли стало меньше заказов. Резко и значительно меньше. Вот вам исходная позиция, от которой можно начинать «плюсать». Уменьшение заказов приводит к усилению конкуренции за их получение. Отсюда вывод первый – надо предлагать рынку только товар повышенной конкурентоспособности. Поскольку товаром в нашей отрасли является не только производственное изделие, но и услуга, которую мы оказываем нашим клиентам, то и качество работы наших отделов продаж должно становиться выше. При этом считаем, что повышение квалификации персонала – более разумный и дальновидный шаг, нежели снижение цен, которое ведёт к уменьшению прибыли. В период, когда заказов немного, снижение цены может привести к ещё более нежелательным последствиям. Если уж создавать дополнительную базу конкурентоспособности, то лучше использовать предложения типа «при покупке 100 штук годового изделия, 10 изделий залежавшихся на складе в подарок» (конечно, заказчику не надо буквально так это описывать, так написано для краткости изложения). Конечно, руководителю предприятия сложно решиться в кризисный период на дополнительные затраты на обучение продающего персонала, однако и здесь не нужно забывать о том, что кризис у всех, в том числе и у обучающих компаний, и найти гибкое решение всегда возможно, было бы желание! Например, наша ассоциация предлагает целый ряд таких «гибких» решений.

Следующим решением в условиях упавшего спроса является расширение

рынка сбыта. Традиционно российские рекламно-сувенирные компании действуют по цепочке: импортёр-дилер-конечный заказчик. Находясь на верхней ступени этой иерархии, импортёры могут подумать о расширении своего сектора продаж на магазины, торгующие подарками или другими изделиями, которые импортёр ввозит и складировывает в России. Менее популярным, однако, жизненно понятным решением будет возврат к сделкам напрямую с конечными заказчиками. В этой ситуации, в условиях урезанных рекламных бюджетов, конечные заказчики получат продукцию по наиболее выгодным ценам, а продавец поправит свои дела. Конечно, фирмы, долгим и упорным трудом создававшие дилерские сети, отшатнут от себя такими действиями своих партнёров, но ведь и партнёры эти не в состоянии обеспечить своего принципала необходимым количеством заказов. Выживают, напомним, наилучшим образом приспособившиеся. Задача попасть в их число!

Наконец, поиск внутренних ресурсов компании является тоже немало важным действием. Найти, как тем же коллективом, не вкладывая денег в новые ресурсы и оборудование, освоить продажу новых изделий или проектов. Например, если в фирме имеется участок нанесений, который всегда был загружен заказами на кор-

поративное нанесение, а теперь простаивает, разработать коллекцию изделий с нанесением, скажем, городской или другой местной символики с реализацией через торговую сеть. Или поискать предприятия, которые при выпуске продукции должны её маркировать, предложить им лучшие условия производства этих работ, чем есть у них на данный момент. В общем, необходимо двигаться! Под лежачий камень вода не течёт!

А ещё, в России действуют целых три ассоциации рекламно-сувенирной отрасли. Не одна, как хочется думать её руководству, и не две, как пишется в более демократических листовках, а три. И какие бы ни снились кому-то мокрые сны про свою исключительность и неповторимость, это факт! Однако факт, практического применения пока не нашедший. Каждая из трёх российских ассоциаций имеет свои сильные стороны, которые могли бы быть использованы теперь в тяжёлые времена. IPSA доказала свой профессионализм в умении организовывать выставки, и тем более теперь, когда ею владеет компания, главная уставная деятельность которой и заключается в этом умении. МАПП издаёт единственный настоящий отраслевой журнал и умеет делать это хорошо (не в обиду конкурентам, но наш журнал не тенденциозен, не корпоративен, профессионален, его действительно читают, и он действительно распространяется), РАППС собрал в своих рядах наиболее крупные и значимые фирмы отрасли. Собрав воедино наилучшее умение из каждой ассоциации,

и в их усилия, мы, я думаю, смогли бы помочь отрасли решить те задачи, которые не способны решить ни одна отдельно взятая фирма, и, как ни парадоксально, ни одна отдельно взятая ассоциация.







Уж как мы надеялись услышать на весенней выставке IPSA об объединении осенних выставок её же и РАППСа, но не дождалась! А ведь это как раз и было бы одной из самых что ни на есть антикризисных мер! Но ведь и этого мало! Силы некоммерческих организаций должны быть направлены на совместные проекты, которые облегчили бы фирмам отрасли и нашим членам ассоциаций жизнь в кризисное время. Вся история России, да и остального мира, изобилует примерами того, к чему приводит изоляционистская политика. Начать хотя бы с русских удельных княжеств, которые в течение веков подставляли под татар все места так, что теперь в каждом русском живёт маленький татарин! Но как только русские князья сумели договориться друг с другом, татары полетели в тартарары, простите за каламбур! А чем лучше современные российские «демократы», которые все повывлетали из Думы только потому, что «в упор» не видят друг друга! Германия ещё сто лет назад представляла собой кучу мелких немецкоязычных государств, но стоило им объединиться, как немного поискав свой идентитет в не очень удачных завоевательных войнах, Германия стала самой большой экономикой Европы! И никакая Англия с Францией не смогли ей помешать этого сделать! Вот сила объединения и крах обособленности! Конечно, я не призываю к формальному объединению российских ассоциаций, это было бы даже трудно представить себе, но к объединению усилий! Давайте вместе решать отраслевые проблемы. Давайте вместе добиваться снижения или полной отмены налогов на прибыль для малых

предприятий, из которых состоит наша отрасль. Давайте требовать снижения НДС, обещанного Министерством финансов уже несколько лет назад. Давайте просить об отмене импортной пошлины, так как в условиях кризиса она более не является заградительной мерой, а напротив, лишь несёт в себе дополнительные затраты для потребителей, которые и так лишены средств к существованию. В этом и состоит суть общественных организаций, каковыми являются российские рекламно-сувенирные ассоциации! Добившись хоть маленькой толики того, о чём написа-

но выше, каждый руководитель ассоциации сможет считать выполненной свою земную миссию! Любая из этих мер смогла бы сэкономить до 20% затрат наших фирм. Куда уж там всяким «оптимизациям» до таких цифр! И для многих фирм это стало бы не просто терапией, а тем лекарством, которое предотвратило их летальный конец. А закончить я хочу фразой Ницше, которую я избрал слоганом ассоциации МАПП в 1999 году при её открытии: «Помогай себе сам: тогда поможет тебе и каждый»!

**Лео Костылев**  
Президент МАПП

**ENG** For Leo Kostylev this financial crisis is the third one. And his ultimate experience allows him to see possible outlet from this unstable situation. There are three professional association of promotional industry in Russia. They are completely different, but for many companies their combine efforts would be not just a therapy but a medication preventing their fatal end.

pro9

The annual European promo conference & trade show

Уникальная выставка – конференция Европейского промо – рынка открывает свои двери в Амстердаме в августе 2009 года!  
Готовьтесь к новым открытиям!

Амстердам, выставочный и конгресс-центр RAI  
26 – 28 августа 2009

Креатив в сфере продажах и маркетинга, чудеса промо – рынка – все на pro9

В августе этого года воспользуйтесь уникальным шансом на три дня погрузиться в мир уникальных творческих идей в области торговли и маркетинга. С 26 по 28 августа Амстердам во второй раз станет домом крупнейшей в Европе встречи производителей и поставщиков рекламной и сувенирной продукции. Это событие – нечто большее, чем обычная выставка! Здесь большее значение придается качеству, а не количеству, здесь под одной крышей собраны все актуальные тенденции, культурные веяния, современные развлечения и деловой подход.

А чего еще можно ожидать, когда мероприятие такого масштаба проводится в Амстердаме – Европейской столице креативного подхода к бизнесу, знаменитой поражающим разнообразием культур, развлечений и изумительной кухней? Зарядись вдохновением!

[www.pro-9.eu](http://www.pro-9.eu)

**праздник вдохновения**

Pro9 проводится по инициативе Pro Exhibitions & Publishers BV (Het Portaal Uitgevers, Голландия, и WA Verlag, Германия) специально для производителей, поставщиков и дилеров рекламной и сувенирной продукции.

Дополнительная информация:  
Даниэль Крингс (Daniëlle Krings)  
Тел.: + 10 31 75 647-57-41  
Эл. почта: [danielle.krings@pro-9.eu](mailto:danielle.krings@pro-9.eu)



## Сувениры от «А» до «Я»

«АЯ Компания» спешит обрадовать своих клиентов: несмотря на тяжелые экономические условия во всем мире, мы продолжаем работать для Вас, расти и развиваться! Как и прежде, к услугам заказчиков широкий ассортимент сувенирной продукции из PVC и металла. Это значки и медали, упаковка для них, брелоки, ручки и антистрессы. А также стеклянная, фарфоровая и керамическая посуда под нанесение Вашего логотипа и имиджевой информации. В распоряжении рекламно-сувенирной компании мощный и современный цех по персонализации деловых подарков, поэтому и днем, и ночью для клиентов «Компании АЯ» доступны услуги по нанесению логотипов на любые поверхности методами шелкографии, тампопечати, деколирования, лазерной гравировки, тиснения и термотрансфера.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Значки» или на сайте [www.ay-company.ru](http://www.ay-company.ru).



«АЯ Компания», г. Москва, г. Хабаровск

## Компания APLI представляет линейку товаров Hobby Line

Компания APLI представляет широкий ассортимент продукции, которая поможет Вам красиво и индивидуально оформить подарки и сувениры. Фотобумага для термопереноса на ткань украсит любой предмет одежды и различные аксессуары. Вы можете создать свой рисунок или разместить любимую фотографию на сумках, рюкзаках, футболках, джинсах, пижамах, подушках, кепках. Рисунки устойчивы к стирке и легки в нанесении.

Представительство «APLI» в России, г. Москва



## Президентские украшения

Фабрика «Ариель» вернулась с выставки Christmasworld 2009, которая ежегодно проводится во Франкфурте-на-Майне, и может смело заявить, что выставка оказалась успешной. И успех определяется не только количеством посетителей и количеством заказов, но и их значимостью. Несмотря на то, что в выставке приняли участие 965 компаний из 38 стран мира, а за всего за пять дней работы выставку посетили 29500 человек, фабрика «Ариель» получила эксклюзивный заказ на шары с изображением американского президента Барака Обамы. Посетив все стенды участников, американский заказчик остановил свой выбор этой компании из Нижнего Новгорода, представлявшей Россию на выставке.

ООО «Фабрика стеклянных елочных украшений «Ариель», г. Нижний Новгород



## Костер от ДЕКО Медиа сохранил – 15 % скидки получил!

С 2000 года мы дарим своим клиентам и партнёрам кожаные и деревянные костеры - подставки под кружку. Некоторые наши клиенты находят общую тему для разговора, увидев на столе в офисе партнёра такой же, как у него костер от ДЕКО Медиа! В отличие от наших конкурентов, поднимающих цены, мы, наоборот, даём скидки до 15%, но только тем, кто нас помнит и сохранил наш подарок – костер.

Для новых клиентов есть тоже система скидок. Единственное условие – скидки не складываются.

Важно – предложение ограничено по наличию изделий и по времени.

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

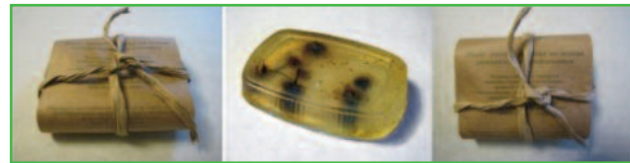
Компания «ДЕКО Медиа», г. Москва

## Мыло хорошего настроения

Компания «Экон-пресс» предлагает эксклюзивное мыло ручной работы, изготовленное только из натуральных компонентов. Тщательно подобранные масла, по каплям выверенные экстракты, части растений, собранные с любовью в нужное время, позволяют изготовить обладающий целебными свойствами оригинальный подарок для родных, близких, сотрудников. Упаковка, сделанная индивидуально для каждой партии мыла, способна украсить и дополнить эксклюзивный подарок. Упаковка может быть персональной или оформлена в корпоративном стиле.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Магниты сувенирные».

ООО «Экон-пресс», г. Москва



## Главное, чтобы бейсболка сидела!

### Настоящие бейсболки

Компания «Entra» предлагает высококачественные оригинальные американские бейсболки различных моделей с индивидуальным кроем. На выбор клиентов предлагается 200 видов тканей из 100% хлопка, а кроме того в ассортименте есть головные уборы из световозвращающих и синтетических тканей. В области персонализации компания готова предложить 3D вышивку, PVC, «sandwich lettering», шевроны. Бонусной опцией являются бесплатные печатный лейбл и тиснение пряжки логотипом заказчика.

О других возможностях можно узнать на сайте компании «Entra» - [www.entrastudio.com](http://www.entrastudio.com) - или по электронной почте - [pr@entrastudio.com](mailto:pr@entrastudio.com).

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Бейсболки».

Компания «ENTRA», г. Москва



## Реклама на светодиодных экранах – путь к Гармонии



Этой весной «Агентство Гармония» не намерено сбавлять обороты. По-прежнему агентство продолжает осуществлять проекты, связанные с 3D дизайном, трудится на ниве наружной рекламы, связанной с ребрендингом автомобилей. В этом сезоне у агентства есть очень интересные предложения из коллекции Сенатор. Но главной новостью становится открытие нового направления – реклама на светодиодных экранах.

Новый индивидуальный подход к каждому клиенту порадует всех. Приглашаем к сотрудничеству рекламные агентства и корпоративных заказчиков.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «РА полного цикла».

ООО «Агентство Гармония», г. Москва

## Антикризисное предложение от компании Green LUX!

В рамках специальной акции предлагаем вашему вниманию комплект качественных мобильных выставочных стендов с общей скидкой 25%. Это готовое решение для оформления выставочного места площадью около 6 кв.м. В комплект входят: большой стенд TANGO Click с изображением, малый стенд размером 100x240 см с изображением и бокс-трибуна. Весь комплект собирается одним человеком в течение 5-10 минут без применения инструментов, и в сложном состоянии может перевозиться на легковом автомобиле. Гарантия на все конструкции, входящие в комплект - 3 года. Общая цена со скидкой составит 46 690 рублей, при покупке этого комплекта выставочного оборудования Вы экономите 15 285 р.

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

Агентство выставочной печати «Green LUX», г. Санкт-Петербург



## Аттракцион невиданной щедрости

Компания «IAS-Group» существенно снижает цену на свою продукцию - теперь стоимость флеш-карты размером 1Гб начинается от 4.47\$. Это значит, что покупатель получит данный носитель информации ровно за ту цену, которую дают за него в Гонконге. При этом каталог «IAS-Group» располагает огромным выбором всевозможных флеш-карт. Помимо 30 базовых популярных моделей, можно найти тематические флеш-карты (в виде автомобиля, футбольного мяча, медицинского шприца), в виде кредитных карт с полноцветной печатью, из натурального камня и дерева и даже ювелирные флеш-карты. Кроме того, компания предлагает изготовить флеш-карты любого типа и формы по индивидуальному дизайну заказчика.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «USB-аксессуары».

Компания «IAS-Group», г. Москва



## Счастливый час подарков

ГК «Интерпрезент» рада представить своим клиентам новый выпуск каталога сувениров и подарков «Happy gifts-2009». На его ярких страницах можно встретить более 100 новых, интересных сувениров – всевозможные гаджеты, USB-накопители, визитницы, посуда, письменные принадлежности, текстиль, сумки, игрушки, предметы для путешествия и отдыха и многое-многое другое. Также в этом выпуске впервые подготовлены два ярких раздела - «Сувениромания», где можно приобрести сувениры по наиболее выгодным ценам, и «На волне креатива», где можно проектировать уникальные подарки по своему корпоративному дизайну.

В этом номере Вы найдете более 4500 наименований самых популярных товаров, которые зарекомендовали себя как качественные подарки, пользующиеся высоким и устойчивым спросом.

Дарите больше ярких подарков вместе с каталогами ГК «Интерпрезент»!

ГК «Интерпрезент», г. Москва [www.happygifts.ru](http://www.happygifts.ru)



## Весна: время новой упаковки

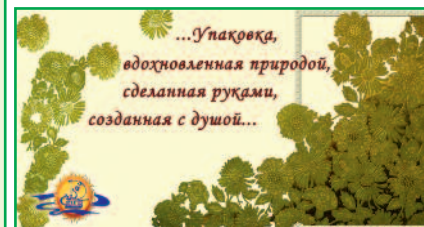
Компания «GiftWay - Путь Подарка» - (производитель подарочной упаковки) предлагает новую роскошную коллекцию бумаг ручного отлива. Это дизайнерские бумаги, которые сами являются воплощением праздника и могут быть применены в самых разных областях, в том числе и при изготовлении коробок и бумажных пакетов. Подобная упаковка вне сезона и способна удовлетворить самый изысканный вкус. Дизайны и фактуры не привязаны к тематике Нового года и актуальны круглый год.

Специалисты рекламного дела знают, что такое «горячий сезон» у производителей подарочной упаковки, и как важно доверить изготовление своего заказа в ответственные руки!

Всё это можно приобрести в офисе-складе компании в Москве.

Контактную информацию о нашей компании Вы сможете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Упаковка подарочная и атрибуты к ней».

Компания «GiftWay - Путь Подарка», г. Москва [www.giftway.ru](http://www.giftway.ru)



## Новые ежедневники

Компания "Кожаная мозаика" разработала новую коллекцию ежедневников. Это изделия бизнес-класса из натуральной кожи, с отделкой корешков декоративными бинтами, окатанными 22-картатным золотом. Есть мужской и женский варианты тиснения обложки.

Компания "Кожаная мозаика", г. Москва





### Модные решения для корпоративной и промо-одежды

Компания «Ко-Мод» - команда профессионалов, всегда готовых предложить вам дизайн-проекты, выполненные с учётом модных тенденций, которые отразят дух компании. Теперь у компании новый адрес, который вы можете найти на сайте [www.ko-mod.ru](http://www.ko-mod.ru).  
В компании «Ко-Мод» работают дизайнеры, профессиональные конструкторы, опытные швеи и технологи, которые сделают корпоративную одежду узнаваемым лицом любой фирмы, а одежду для промоакций - лицом любого бренда. «Ко-Мод» разработает и нанесёт фирменную символику различными способами: вышивка, шелкография, термотрансфер, флексография и другие.  
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции в рубриках «Одежда для промоакций», «Разработка фирменного стиля».

Компания ООО «Ко-Мод», г. Москва [www.ko-mod.ru](http://www.ko-mod.ru)

### МАКС'имум новых возможностей

Компания «Макс» празднует обновление собственной технической базы: была установлена новая машина для вышивки, и она уже готова к работе!  
Компания «Макс» рада предложить своим клиентам вышивку на крое и готовых изделиях, изготовление нашивок, шевронов и т.п. Теперь Вы можете выбирать способ декорирования ваших футболок, а также комбинировать вышивку и печать, и все это на одном производстве!  
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Футболки», а также в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Нанесение методом шелкографии».



Компания "Макс", г. Москва

### USB для избранных



Компания Мастер Медиа представляет коллекцию эксклюзивных электронных USB-гаджетов в корпусах из обсидиана. В нее вошли самые необходимые предметы для работы в современном офисе: флеш-карты (строгие мужские модели и женские с кристаллом Swarovski), кард-ридеры и переносные жесткие диски. Все металлические элементы корпусов изготовлены из латуни и покрыты позолотой, а нанесение выполняется методом вакуумного напыления позолотой, которое не знает износа. Электронные компоненты соответствуют строгим требованиям и тестируются после сборки. Все изделия комплектуются подарочной упаковкой из массива дерева с бархатным ложементом.  
Изменившуюся контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «VIP сувениры».

ООО «Мастер Медиа», г. Москва

### Многослойность – новая тенденция

В настоящее время все большую популярность приобретают многослойные вывески и таблички. Различные толщины и фактуры материала подчеркивают его глубину и выразительность, выделяют значимые элементы, а удачно подобранная фурнитура привлекает внимание и завершает облик вашей вывески.  
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Нанесение многоцветного изображения на металл».



Компания «МеталГраф», г. Санкт-Петербург

### «Open Design»: открытие в деловой полиграфии



Компания «Перфект» предлагает вашему вниманию новую коллекцию стильных изделий «Open Design» от лидера деловой полиграфии Lediberg. В коллекции представлены:  
- Папка с блоком для записей, формата А4.  
- Ежедневник карманный недатированный на резинке формата А6 (226 стр.).  
Изделия выполнены из натуральной кожи, представлены в двух цветах: черный, оранжевый.  
- Книга для записей недатированная на резинке формата А5 (226 стр.), уникальный внутренний блок для проектных работ; переплет из искусственной кожи высокого качества серого и синего цветов.  
Все изделия поставляются в подарочной упаковке.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на сайте или в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Бизнес-сувениры оригинальные».

Компания «Перфект», г. Москва [www.perfectb2b.ru](http://www.perfectb2b.ru)

### Ювелирные часы – дело тонкое



Часы «Полет-Элита» служат не только вам: с ними вы передаете свой неповторимый стиль следующему поколению. Ювелирные часы с корпусом из белого золота на палладиевой основе, которые на редкость изящно украшены сотнями бриллиантов, сапфиров, рубинов - это прекрасный подарок к знаменательной дате. Коллекция часов из белого золота ограничена 10-тью экземплярами.

Компания «Полет-Элита», г. Москва

### Печать на воздушных шарах стала выгоднее!

С 1 апреля 2009 года в компании «Printolog» действует новый прайс-лист на воздушные шары с печатью. Мы добавили больше промежуточных позиций, и теперь не нужно «переплачивать» при заказе нестандартных тиражей (600, 700, 800, 1500, 2500 шаров и т. д.). Мы разработали специальные предложения для оформительских компаний, благодаря чему печатать у нас стало выгоднее. Также с апреля у нас можно заказать производство фольгированных шаров по индивидуальному дизайну. Данная услуга – уникальна на российском рынке.  
Подробную информацию читайте на нашем сайте [www.printolog.ru](http://www.printolog.ru).  
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции в рубрике «Шары воздушные».



Компании «Printolog», г. Москва

### Исторический максимум от znachkiopt.ru



Компания «ЗначкиОПТ.ру», специализирующаяся на производстве и продаже оборудования и фурнитуры для производства закатных сувениров, сообщает, что ассортимент предлагаемых видов фурнитуры достиг исторического максимума – более 70-ти наименований!  
Теперь наладить производство персонализированных сувенирных зеркал, открывалок, магнитов, фоторамок и многого другого можно буквально за один день.  
А также компания «ЗначкиОПТ.ру» впервые представила на рынке заготовки для производства динамических POS материалов. Это электромеханические механизмы, имеющие автономное питание на солнечных батареях и выполняющие различные действия: колебание, вращение, мигание. Это позволяет рекламным агентствам разработать на основе наших заготовок уникальные динамические POS материалы, которые гарантированно привлекут внимание конечного покупателя.

Компания «ЗначкиОПТ.ру», г. Санкт-Петербург [www.znachkiopt.ru](http://www.znachkiopt.ru)

### «Третий полюс»: еще один плюс

Производственная компания «Третий полюс» начинает осваивать новое направление по выпуску рекламной и сувенирной продукции. В плане проекта – на собственных производственных мощностях создать серию ручек, кружек, несколько видов упаковочных коробок для медалей и значков.  
Одной из новинок является автоматическая ручка «Призм», разработанная с учетом особенностей сувенирного рынка и обладающая уникальным корпусом. Четырехгранный у клипа, он плавно переходит в трехгранный с одной плоской гранью, что обеспечивает удобство нанесения печати на клипе и корпусе. ООО «Третий полюс», как эксклюзивный представитель производителя красителей ООО «Гамма-пласт», готова подобрать цвет, или сочетание цветов, или по вашему желанию создаст новый уникальный цвет.  
Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Ручки шариковые».



ООО «Третий Полюс», г. Санкт-Петербург

### Правильная упаковка – залог успеха



Компания «UpakLand» представляет уникальную коробку-трансформер на шести магнитных замках из переплетного картона, которая оставит незабываемое впечатление от сувениров и подарков. Доступны восемь цветов, различные варианты фактуры покровных материалов, есть возможность нанесения логотипа (тиснение фольгой, шелкография), что позволит вам подобрать коробку под любой подарок: для шампанского, вина, водки, коньяка, виски, настольных приборов, текстиля, термосов и многих других деловых подарков. Вся упаковка поставляется со склада в Москве. Спешите сделать заказ - количество коробок на складе ограничено!  
В наличии имеются следующие цвета: золотой, серебряный, синий, красный, черный, цвет слоновой кости, зеленый и перламутровый. Внутренние размеры: 90x90x340мм, в развернутом (плоском) виде 475x345x5 мм.  
Подробности и видеоинструкцию Вы найдете на сайте [www.upakland.ru](http://www.upakland.ru).  
Контактную информацию о нашей компании Вы сможете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Упаковка».

Компания «UpakLand», г. Москва

### Компании «Voix» исполнилось 5 лет!

Мы выражаем благодарность нашим клиентам за проявленное к нам доверие. За время нашей работы мы произвели огромное количество изделий из кожи с персонализацией наших заказчиков и доказали, что работа с «Voix» - это прежде всего уверенность и гарантии. Аксессуары из кожи торговой марки «Voix» отвечают всем необходимым требованиям и работают на имидж вашей компании.  
Всем заказчикам компания «Voix» в юбилейном году делает подарки! Этой весной мы представляем обновленную весеннюю коллекцию: кошельки, визитницы, портмоне, сумки и многое другое!



Компания «Voix», г. Москва



## Новая модель – новый повод выбраться на природу



«Русский элитный подарок» представляет новинку в модельном ряду наборов для шашлыка и охоты - набор «Подарочный 3» в кожаном колчане. В набор входит всё самое необходимое для отдыха на природе: шесть шампуров с деревянной рукоятью (рукоять украшена наконечником из латуни в форме головы волка, совы или барана), раскладной мангал, охотничий нож и тляпка из высококачественной нержавеющей стали.

Набор сделан в форме чехла для ружья с росписью на охотничьи темы и сочетает в себе функциональность, высокое качество и красоту исполнения с невысокой ценой для наборов подобного класса. Возможно изготовление индивидуальной росписи колчана по эскизам заказчика, а также нанесение поздравительных надписей и логотипов.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Наборы для пикника», «VIP – подарки».

Компания «Русский элитный подарок», г. Москва  
[www.elitegift.ru](http://www.elitegift.ru)

## Всегда на страже интересов и времени клиентов!

Группа компаний «Бизнес-Букет» сделала очередной шаг на пути к сердцу клиента! Теперь в продаже доступны подарочные сертификаты, дающие право приобрести в салонах-магазинах и садовых центрах «Бизнес-Букет» любое наименование из представленного ассортимента: товары для флористов, комнатные и свежесрезанные цветы, посадочный материал, предметы интерьера, подарки и сувениры. Подарочный сертификат может стать отличным корпоративным подарком, а также порадовать ваших родных и близких. Номиналы сертификатов составляют 500, 1000 и 3000 рублей и действуют во всех магазинах группы компаний «Бизнес-Букет», в том числе на торговом портале [www.bbcom.ru](http://www.bbcom.ru).

Группа компаний «Бизнес-Букет», г. Москва



## Замки в облаках

В условиях развивающегося рынка рекламы завод «Воздушный Замок» готов помочь найти новые привлекательные идеи. Как выделиться из тысячи плоских рекламных стендов, на которые большинство обывателей не обращает внимания? Сделайте нечто необычное, яркое, запоминающееся! Объемная фигура не останется незамеченной ни одним прохожим! Выбрав нас сегодня, вы гарантируете свое процветание завтра.

Наши преимущества – это свобода выбора конфигурации, высококачественные материалы, монтаж и демонтаж всего за 10-15 минут, низкий уровень цен.

УРИ «Завод «Воздушный Замок», г. Санкт-Петербург



## Качество выше – цена ниже!

Компания «ДСГ» начала производство пластиковых подставок формата А5 (часто называемых меню холдерами) методом литья. Популярное изделие в новом исполнении существенно выигрывает в цене у аналогов, изготовленных традиционным способом гибки. Нижняя часть подставки окрашивается в любой цвет по желанию заказчика. Нанесение символики выполняется шелкотрафаретной печатью, а на больших тиражах возможно изготовление подставок с объемным логотипом.

Более полная информация о новинке, а также о других современных POS материалах представлена на сайте [www.ds-g.ru](http://www.ds-g.ru).

Компания «ДСГ», г. Москва



## Подарки от «Объект мечты» не изменяют мир. Это делают те, кто их дарит!

Компания «Объект мечты» выпустила новую коллекцию подарков «Роза Маленького принца». Глядя на нее, трудно не вспомнить слова Антуана де Сент-Экзюпери: «Все взрослые сначала были детьми, только мало кто из нас об этом помнит». Поэтому в «Объекте мечты» учат заново ценить маленькие радости жизни. Новая коллекция подарков – это разговор о впечатлениях, которые приобретаются в путешествиях и остаются в наших сердцах, об уникальных вещах, которые связывают нас с тонкой нитью с миром детства. Это разговор о подарках с характером, ярких и эмоциональных. О подарках, которые делают жизнь лучше.

Компания «Объект Мечты», г. Москва  
[www.objectmechty.ru](http://www.objectmechty.ru)



## И снова о значках... Подарок хотите???

Компания «Олсам» разработала интересное антикризисное предложение для своих клиентов. Теперь при заказе значка, на котором будут любые юбилейные цифры, клиенты получают скидку 20% - это своеобразный подарок «Олсам» к данной значимой дате. Предложение распространяется на любые праздники: День рождения компании, солидная круглая дата или просто маленький юбилей. А также на все виды продукции, изготавливаемые компанией «Олсам»: значки, медали, запонки, брелоки. Девиз акции: «Не надо откладывать праздники – они продлевают нам жизнь».

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Значки» или на сайте компании.

Компания «ОЛСАМ», г. Москва  
[www.allsam.ru](http://www.allsam.ru)



## Гори-гори моя свеча...

ООО «Свечной Двор» предлагает к летнему сезону уличные свечи для корпоративов на свежем воздухе. Новинкой этого сезона стали сувенирные свечи с логотипом заказчика, выполненные типографским способом непосредственно на свече, и «насыпные» свечи в различной посуде. Также к сезону свадеб у нас появилась великолепная коллекция свадебных свечей. Новые коллекции новогодних свечей 2010 года предлагаются вашему вниманию с 15 апреля 2009 г. Сообщаем, что мы переехали в г. Пушкино Московской области, в связи с чем изменились наши контактные телефоны. Ждем ваших звонков и приглашаем посетить наш обновленный сайт. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции в рубрике «Свечи сувенирные».

ООО «Свечной Двор», г. Москва



## Наручные часы с тонкой USB флэш-картой



Эти часы соответствуют духу современности. Строгий корпоративный дизайн, кожаный ремешок, и никто никогда не догадается, что они скрывают. А скрывать им есть что - тонкая USB флэш-карта может унести до 8Гб информации. Определенно - для шпионов, бизнесменов, офисных работников и программистов. Флэш-карта легко извлекается без необходимости снимать часы с руки. Нанесение логотипа на циферблате возможно методом шелкографии или, что предпочтительнее, изготовлением логотипа из металлизированной пленки.

Поставляется в индивидуальной подарочной упаковке (металлический бокс).

«Мастерские «Северный Дом», г. Москва  
[www.severd.ru](http://www.severd.ru)

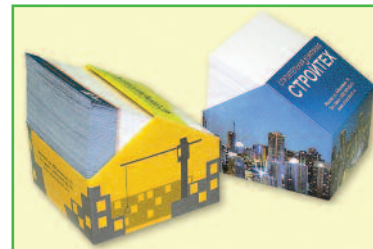
## Новые разработки от компании «ТТС»

Компания «ТТС» предлагает вниманию заказчиков свою новую разработку – бумажный блок для записей в картонном ламинированном диспенсере, выполненном в форме домика. Размеры бумажного блока – 9х9х4,5 см. Возможна комплектация поставки дополнительным запасным блоком.

И бумажные блоки, и диспенсеры-домики отлично подходят для персонализации и всегда займут достойное место на столе для переговоров, в приемной или на рабочем месте рядового сотрудника.

Контактную информацию о нашей компании Вы сможете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Блоки для записей», «Планинги».

Компания «ТТС», г. Москва, г. Санкт-Петербург



[www.ttsservice.ru](http://www.ttsservice.ru)

## Береги свою копейку и не трать на батарейку!

Каких только чудес не бывает! Вот одно из них - пивные часы. Залейте в ёмкости (пивные бутылки) любой сорт пива, настройте датчики времени и, благодаря химической реакции, ваши часы заработают. Обновлять состав жидкости нужно по мере её испарения. Если у вас аллергия на пиво или вы не одобряете алкоголь даже в часах, можете заправить агрегат лёгким раствором лимонной кислоты. Ответственно заявляем, что на воде часы работать не будут! Особенности работы этих наукоёмких часов - дело тонкое, но захватывающе интересное, как и любой химический опыт. Длительность работы часов будет зависеть от сорта пива, его крепости и цвета.

Компания «Эврика», г. Москва  
[www.evruka.ru](http://www.evruka.ru)

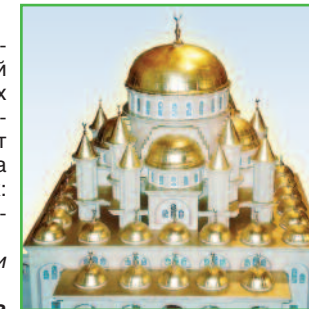


## Компания «Русский калейдоскоп» возобновила свою работу

После вынужденного годового прекращения деятельности компания «Русский калейдоскоп» с триумфом возвращается. И первым почетным заказом, выполненным компанией, стал макет Грозненской мечети – подарок ко дню рождения президента республики Чечня Рамзана Кадырова. О масштабах подарка можно судить по его параметрам. Так, например, высота самого высокого минарета достигает 76 сантиметров, а общий вес макета 60 килограммов. Также «Русский калейдоскоп» радует своих клиентов обновленным, более информативным сайтом с удобной навигацией. Другая новинка компании заинтересует многих корпоративных заказчиков, ищущих интересный бизнес-подарок: сувенирная посуда декорированная берестой и самоцветами, на которую возможно нанесение фирменной символики.

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

Компания «Русский калейдоскоп», г. Москва



## Оформление наград и медалей в багет

Рекламно-производственная компания «Плюмар» представляет новинку 2009 года в оформлении наград, медалей и корпоративных подарков – оформление в багет. Теперь в нашей компании вы сможете не только приобрести наградную продукцию, а также подобрать достойное оформление из багета для ваших памятных вещей, таких, как дипломы, сертификаты, грамоты, награды, медали, раритеты. Дело осталось за малым – заглянуть в нашу багетную мастерскую и придать вашим «сокровищам» вид законченного произведения, достойного для торжественного водружения на стену. Контактную информацию нашей компании найдете на сайте [www.plumar.ru](http://www.plumar.ru).

Компания «ПЛЮМАР», г. Санкт-Петербург, г. Великий Новгород







**Москва**  
**8-11 сентября**  
Центральный Дом  
художника

**(495) 981-53-01**  
**www.rapps.ru**

## СКРЕПКА ЭКСПО 2009

**С** 11 по 14 марта 2009 года в Международном Выставочном Центре «Крокус Экспо» состоялась 10-я Юбилейная Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо 2009».



Организаторами выставки выступили Ассоциация Производителей и Поставщиков Канцелярских и Офисных товаров России (АПКОР) в партнерстве с МВЦ «Крокус Экспо», а также коллективными организаторами – компанией «Дело» и компанией из Китая «China Foreign Trade Guangzhou Exhibition». Спонсором выставки выступила компания «еБазар», г. Москва.

На общей площади 9 000 кв.м. расположились стенды 149-ти компаний из 11 стран мира: России, Белоруссии, Украины, Польши, Германии, Голландии, Индии, Китая, Южной Кореи, США, Турции. За время работы выставку посетило около 7 000 специалистов из России, ближнего и дальнего зарубежья.



На открытии выставки с приветственным словом к гостям и участникам выставки обратились: Директор Выставочного комитета Спиридонов Леонид, заместитель генерального директора МВЦ «Крокус Экспо» Аркадий Злотников. Татьяна Калинина, исполнительный директор АПКОР, открыла выставку приветственными словами, пожелала экспонентам успешной работы на выставке: «На мой взгляд, сейчас как раз то время, когда мы должны посмотреть вокруг себя, на тех партнеров и друзей, которые с нами, которые умели с нами жить в хорошие времена, во время позитивного роста. Кто-то потерялся в процессе работы, и теперь очень важно найти партнеров, с помощью

которых можно будет выжить и в сложное время. Я надеюсь, что наша выставка «Скрепка Экспо» позволит это сделать».

По окончании выступлений был организован приветственный коктейль, всех участников и посетителей угощали шампанским и юбилейным тортом.

10-я Юбилейная Международная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо 2009» встречала гостей в канцелярском городе. Вместо привычных рядов были указатели с названиями улиц: Карандашная, Скрепочная, Бумажная, Рюкзачная, Тетрадная, Красочная, Замазкина. Для отдыха был предусмотрен уютный канцелярский парк, где можно было не только отдохнуть в тени деревьев, но и неспешно полюбоваться новинками канцелярских товаров. Свою продукцию представляли компании КОМУС (ТМ KORES), Химический завод «ЛУЧ», Финансовая компания «ФОРУМ». Всем гостям выставки дарили весенние цветы и китайские монетки на удачу и богатство.

Несмотря на сложившуюся неблагоприятную экономическую ситуацию во всем мире, не спадает активность иностранных экспонентов. Коллективный стенд из 11 китайских компаний организовала «China Foreign Trade Guangzhou Exhibition». Также на выставке впервые приняли участие компания из Турции Levent Print / Le Colog и компания из Индии KANIN India Ltd. Из постоянных участников компания из США «Intercontinental Licensing USA», компания из Голландии «Art House Design», компании «Beifa», «Bello».

В рамках деловой программы выставки «Скрепка Экспо 2009» компания «Аксиома Роста» представила вниманию всех желающих доклад на тему «Инновационные обучающие тренажеры для детей».

На стенде компании «Луч» проходили мастер-классы с профессиональным ярославским художником Пьянковым Николаем Александровичем. Свои эксклюзивные поделки, сделанные на стенде, остались в подарок на память, а самые талантливые участники мастер-классов получили подарки от компании Луч.

Все экспоненты были награждены памятным дипломом выставки «Скрепка Экспо 2009». Постоянным участникам вручались медали, специально изготовленные к юбилею выставки.

Благодарим всех участников и посетителей выставки за сотрудничество!

До встречи в сентябре на выставке «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2009»!

Форма заявки на участие в выставках «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2009», «Скрепка Экспо 2010» представлена на сайте оргкомитета АПКОР [www.apkor.ru](http://www.apkor.ru).

Фотографии предоставлены канцелярским порталом [www.segment.ru](http://www.segment.ru) и журналом «Канцелярия».

**Следующие выставки:**  
– «Скрепка Экспо. Офисные технологии» – 15-17 сентября 2009 г., МВЦ «Крокус Экспо»;  
– «Скрепка Экспо 2010» – 23-26 марта 2010 г., МВЦ «Крокус Экспо».





# IPSA РЕКЛАМНЫЕ СУВЕНИРЫ. ВЕСНА 2009



Организатор выставки: ООО «ИПСА Рекламные Сувениры» (IPSA).

С 9 по 12 февраля в ЦМТ на Краснопресненской



набережной прошла 15-я Специализированная выставка индустрии рекламных сувениров и бизнес-подарков «IPSA Рекламные Сувениры Весна 2009».

Выставка прошла на общей площади около 2 000 кв. метров. Новинки рекламно-сувенирной отрасли представили 125 компаний из Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Твери, Саранска, Брянской области (Дятьково), Новосибирска, Ярославля.

Свою продукцию на выставке презентовали наши зарубежные партнеры из Бельгии - Clics Toys b.b.m. nv., Китая - Gain Gragon Int., Германии - Unisto GmbH, Белоруссии: Минска - Панна и Гродно - Макей.

Посетительская аудитория выставки изменилась по сравнению с привычной сегментацией последних трех лет. Заметно сократилось количество посетителей из регионов России. По сравнению с 30-35% последних пяти выста-

вок, на прошедшем мероприятии представители компаний из российских городов составили 17,6%. При этом заметно выросла доля компаний – представителей рекламного и рекламно-сувенирного рынка. Эту особенность предварительно можно списать на меняющиеся за последние месяцы условия работы экономики в целом, которые коснулись пересмотра бюджетов многих предприятий, что в том числе выразилось и в сокращении рекламных отделов многих компаний.

Оргкомитет выставки благодарит всех участников и посетителей выставки за интерес к проекту и надеется, что как участие, так и посещение «IPSA Рекламные Сувениры. Весна 2009» помогли наладить новые бизнес-контакты и найти надежных и стабильных партнеров по бизнесу.

Будем рады нашему дальнейшему сотрудничеству!

Адрес: Россия, Москва, 115093, а/я 74  
Телефоны: (495) 228-13-35, 228-13-36



Долевое соотношение основных категорий посетителей выставки:

	Москва	Регионы
Представитель конечных заказчиков	55,44%	37,14%
Представители компаний рекламного и рекламно-сувенирного рынка	44,56%	62,86%

INSTITUTE OF PROFESSIONALS IN SPECIALTY ADVERTISING

# IPSA<sup>®</sup>

рекламные сувениры  
осень  
2009



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

15 – 17 сентября 2009

Москва

Организатор:  
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры» (IPSA)

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

Спонсор выставки:





# «PROMEDIATECH» – НАВСТРЕЧУ ИННОВАЦИЯМ!

С 2 по 5 марта 2009 года прошел один из самых перспективных выставочных проектов МВЦ «Крокус Экспо» – Международный фестиваль технологий продвижения и рекламы «ProMediaTech»

Организатором фестиваля выступил МВЦ «Крокус Экспо» при поддержке Комитета рекламы, информации и оформления г.Москва, Российской Ассоциации по связям с общественностью, Ассоциации «Рекламная федерация регионов», Гильдии маркетологов, Ассоциации коммуникационных агентств России, Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг, Московской ассоциации предпринимателей.



«ProMediaTech» в МВЦ «Крокус Экспо» – это уникальное для России мероприятие, которое собрало на единой площадке весь спектр компаний, работающих на рынке event-индустрии, рекламы, маркетинга, PR, IT- и Интернет-технологий для демонстрации всего арсенала своих возможностей и профессионального общения.

В пилотном проекте «ProMediaTech» приняло участие около 100 компаний из России и зарубежья. На площади более чем 10 000 кв.м. можно было увидеть настоящие произведения искусства, каждый стенд отличался эксклюзивной застройкой. Непосредственно на выставке заключались и договоры на поставку оборудования. Большинство компаний, которые приняли участие в фестивале, положительно высказались о проекте и уже подали заявки на участие в следующем году.

Особенность «ProMediaTech» заключается в объединении демонстрации новых решений компаний и широкомасштабной деловой и развлекательной программы, отражающей последние тенденции рынка рекламы.

Ключевым деловым мероприятием фестиваля стала профессиональная конференция «Передовые технологии в продвижении бренда». В течение двух дней своим опытом делились эксперты в области маркетинга и брендинга, представители профессиональных ассоциаций, топ-менеджеры ведущих компаний. Были освещены такие актуальные темы современного рынка рекламы и маркетинга, как тенденции развития рынка, продвижение компании в современных условиях, брендинг в условиях кризиса, озвучены самые успешные и неудачные бизнес-кейсы и рекламные кампании, показан опыт иностранных компаний в области рекламы и брендинга.

В рамках фестиваля «ProMediaTech» были подведены итоги таких мероприятий, как конкурс рекламных роликов,

организованный компанией «Forward Media» совместно с МВЦ «Крокус Экспо», конкурс Инновационных проектов в сфере технологий продвижения и рекламы «КонИРек», организатором которого выступила Московская Ассоциация предпринимателей. Одним из самых зрелищных событий стала демонстрация работ и награждение победителей конкурса молодых дизайнеров, организованного МВЦ «Крокус Экспо» совместно с Интернет-порталом Freelance.ru. Тематической доминантой фестиваля стал профессиональный конкурс для компаний-застройщиков экспозиций, производителей и поставщиков экспозиционных систем и технологий, а также практикующих дизайнеров – «Эксподизайн-2009. Лучшие стенды России». Конкурс был организован профессиональным клубом «Высокий дизайн» при поддержке «БилдЭкспоСити» и Международного выставочного центра «Крокус Экспо».

В течение всех дней работы фестиваля гостей сопровождали различные шоу-программы, были организованы мастер-классы и семинары на актуальные для специалистов событийной индустрии темы. Компании-участники проводили презентации своих возможностей и новых проектов прямо в выставочном зале.

Аудитория фестиваля «ProMediaTech» соответствовала статусу мероприятия. В комплексе мероприятий, посвященных открытию фестиваля «ProMediaTech», приняли участие министр культуры Правительства Московской области Галина Ратникова, Президент Делового совета Среднеатлантических штатов Америки и России Вэл Коган, президент Московской ассоциации предпринимателей Андрей Поденок, первый заместитель директора МВЦ «Крокус Экспо» Аркадий Злотников, генеральный директор ООО «БилдЭкспо Сити» Геннадий Симкин, директор «Крокус Конгресс Центра» Леонид Лозбенко, соучредитель и генеральный директор студии «ArtGraphics.ru» Андрей Пуртов.

Все гости фестиваля сошлись во мнении о том, что, несмотря на экономические изменения, происходящие на рынке маркетинга и рекламы, фестиваль стал источником информации о последних тенденциях продвижения, дал возможность оценить ситуацию и опередить конкурентов.

Можно с уверенностью сказать, что фестиваль «ProMediaTech» стал самым интерактивным и зрелищным событием, которое займет свое достойное место в выставочной индустрии России.



Следующий Международный фестиваль технологий продвижения и рекламы «ProMediaTech» пройдет 2-5 марта 2010 года в МВЦ «Крокус Экспо».

Пресс-служба МВЦ «Крокус Экспо»  
Тел.: +7 (495) 727 27 57  
E-mail: prohorova@crocus-off.ru,  
spichak@crocus-off.ru

Крупнейшая в Восточной Европе  
Международная Специализированная Выставка

# ПОДАРКИ

Салоны:

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



## ВСЕЛ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



## ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2009 22 – 25 сентября 2009

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

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





# РЕКЛАМИСТЫ «ПОБИЛИ» КРИЗИС

Сразиться в боксерском ринге один на один с кризисом, вытянуть предсказание судьбы, посмотреть на мир сквозь розовые очки и даже воплотить детские мечты в жизнь можно было на выставке «Реклама. Полиграфия. СМИ», которая состоялась в Воронеже 25-26 февраля в ПАБЕ «Сто Ручьев».

Начало выставки задавало тон и дальнейшему ходу событий. Церемония открытия стала настоящим шоу с участием VIP – гостей мероприятия, которым выпала возможность попробовать свои силы на импровизированном боксерском ринге.

Блеск в глазах можно было наблюдать у всех участников деловых мероприятий. Настроенные на позитивное общение посетители и экспоненты принимали участие в презентациях брифов от компаний-заказчиков рекламы, портала [www.mail.ru](http://www.mail.ru), медиа-холдинга «Большие люди», а также в семинарах, мастер-классах и круглых столах.

Второй этаж ПАБА «Сто Ручьев» представлял собой chill out зону, где, сидя на диване за чашкой кофе, можно было обсуждать важные для обеих сторон вопросы, знакомиться с новыми компаниями и удивительными предложениями фирм-участниц. Третий этаж ПАБА «Сто Ручьев» пестрил баннерами участников выставки и яркими и оригинальными стендами.

На церемонии торжественного закрытия выставки в зале царил атмосфера праздника. Ритмы фламенко, яркое выступление шоу-балета, показ ростовых кукол никого не оставили равнодушными. Торгово-промышленная палата



Воронежской области провела награждение лауреатов I Регионального конкурса журналистов «Экономическое возрождение России», среди которых был журнал «Экспонента».

По отзывам участников и посетителей выставки, «Реклама. Полиграфия. СМИ» выбивается из ряда тематических выставок своей смелостью, креативностью и нестандартностью. «Спасибо организаторам за то, что подарили нам праздник» – выразили respect экспоненты выставки.

БЕЛГОРОДСКАЯ  
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ  
ПАЛАТА

БЕЛЭКСПОЦЕНТР

26 мая 28  
2009

ПЯТЫЙ  
БЕЛГОРОДСКИЙ  
ФЕСТИВАЛЬ  
РЕКЛАМЫ & ДИЗАЙНА

VIII межрегиональная  
специализированная выставка  
**РЕКЛАМА И ДИЗАЙН.  
ПОЛИГРАФИЯ**

Т./ф. (4722) 58-29-50, 58-29-65, 58-29-47, 58-29-41  
[www.belexpocentr.ru](http://www.belexpocentr.ru); E-mail: [belexpo@mail.ru](mailto:belexpo@mail.ru);  
г. Белгород, ул. Победы, 147-а

ПРИОРИТЕТНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ  
ПРОЕКТ «КУЛЬТУРА»

С РЕКЛАМОЙ - ПО ЖИЗНИ!

19-22 МАЯ  
2009  
КЕМЕРОВО

X межрегиональный  
фестиваль рекламы

МЕЖДУНАРОДНЫЕ  
ВЫСТАВКИ - ЯРМАРКИ

РЕКЛАМ-ЭКСПО  
ИНТЕРПРИНТ  
ИНФОРМ-ПРЕСС  
ФОТО-ЭКСПО

Кузбасская выставочная компания «ЭКСПО-СИБИРЬ»  
650000, Россия, г. Кемерово, пр. Советский, 63  
тел./факс: (3842) 58-11-66, 58-11-50,  
e-mail: [dvornichenca@exposib.ru](mailto:dvornichenca@exposib.ru), [press@exposib.ru](mailto:press@exposib.ru)  
<http://www.exposib.ru>



[www.MVK.ru](http://www.MVK.ru)

(495) 995-05-95

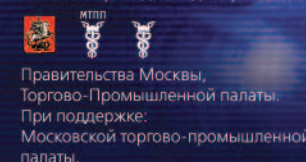


14! МЕЖДУНАРОДНАЯ  
специализированная выставка машин и оборудования,  
материалов и технологий для изготовления упаковки.  
Упаковка для всех отраслей промышленности

2009  
15-19 ИЮНЯ  
Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Главная упаковочная выставка  
России и Восточной Европы

Выставка проходит под патронажем:



Правительства Москвы,  
Торгово-Промышленной палаты.  
При поддержке:  
Московской торгово-промышленной  
палаты.

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»  
Павильон 1 (залы 1,2,3,4), павильон 2 (залы 5,6,7,8)

[www.rosupak.ru](http://www.rosupak.ru)

Тел: +7 (495) 925-34-81 e-mail: [knv@mvk.ru](mailto:knv@mvk.ru)

Генеральные информационные  
спонсоры:



РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «МВК»:  
МВК СЕВЕРО-ЗАПАД: +7 (812) 319-36-83  
МВК УРАЛ: +7 (343) 371-24-76  
МВК ВОЛГА: +7 (843) 291-75-89,  
МВК СИБИРЬ: +7 (383) 201-13-68  
МВК ЮГ: +7 (863) 203-72-78

МВК

Организатор:  
ЗАО «Международная Выставочная Компания»



# СУВЕНИРНАЯ ФИЗИКА: ДОСТИГНУТЬ КРИТИЧЕСКОЙ МАССЫ!

Как бы ни хотелось избежать долгих вступительных речей, но без нескольких слов в начале не обойтись. В стране, да и во всем мире мы продолжаем наблюдать последствия финансового кризиса. Да и последствия ли? Мы вынуждены вести бизнес непосредственно в условиях стагнации и упадка рынка, конца и края которым пока не видать. Если верить экспертам, то в ближайшие год, а то и два или три, кардинального улучшения ситуации ожидать не следует. То есть вердикт таков: отсидеться не удастся ни одному более-менее серьезному предпринимателю или компании. И обжалованию этот приговор не подлежит.

Ну что ж, уважаемые специалисты рекламной отрасли, а в первую очередь, представители бизнес-сувенирного сегмента промо-рынка, продолжаем «выживать». В предыдущем номере наши читатели могли найти краткий обзор некоторых фактов, которые имеют наибольшую актуальность в настоящих условиях. Теперь пришло время от теории перейти к практике – постараться найти консенсус между более чем неблагоприятными внешними условиями и бизнесом, чтобы на столе у нас всегда был кусок хлеба, и по возможности – с маслом.

Как гласит пословица: «Беда не ходит одна». И в данном случае она прихватила с собой с собой целую команду, состоящую из разного рода злоключений. И если для отдельных областей бизнеса все неприятности сводятся к одной или двум проблемам, то сувенирная отрасль оказалась одарена полным комплектом взаимосвязанных неурядиц.

Мы уже говорили ранее, повторим и теперь: как в матрешке одна куколка скрывается в другой, так и «сувенирка» противостоит кризису в кризисе. Принято считать, что основной проблемой является отток клиентов, переопределенных своих рекламных бюджеты на внешне более действенные или просто более дешевые способы продвижения своих товаров и услуг. Но это не самая большая матрешка. Суть проблемы с заказчиками скрыта внутри более глобального вопроса: как донести до них мысль о необходимости использования деловых подарков в бизнесе? То есть сама идея сувенирного продвижения нуждается в рекламе! До сих пор бизнес-сувениры были лишь дополнительной статьей расходов, и в рекламных кампаниях им отводилась второ-

степенная роль, когда по степени воздействия на аудиторию они не уступают ни наружной, ни телевизионной, ни радиорекламе. И в данном случае речь идет не о раскрутке услуг отдельной сувенирной компании или рекламного агентства, а обо всей «сувенирке» в целом.

Продолжая пример с матрешкой, в чреве кризиса заказов скрывается еще один неприятный фактор стагнации сувенирного рынка России – это ограниченный и, в большей своей части, типовой ассортимент.

Увы, но с фактами не поспоришь: большинство оригинальных идей и решений приходят в Россию из Европы и США. И пусть они реализуются на фабриках Китая, Кореи, Индии или Бангладеша (не так уж важно, в качестве брендированной продукции или подделок), отечественный сувенирный рынок пока не может позволить самостоятельно генерировать яркие и оригинальные идеи. Большинство отечествен-

ных каталогов и витрины интернет-магазинов содержат всего две категории товаров – это «классические» сувениры (ручки, блокноты, офисные наборы, брелоки, мелкие статуэтки или фигурки) и «эксклюзивные» VIP-подарки (пресловутые нефтяные вышки из золота, письменные приборы из благородных камней и металлов, предметы для отдыха из кожи или редких пород дерева). А в итоге выбирать заказчику не из чего. То есть кризис заказов спровоцирован не только крахом существовавшей финансовой системы, но и общей серостью сувенирного предложения. Выход из этой ситуации – расширять и повышать качество ассортимента, а параллельно находить новые творческие решения сувенирного вопроса.

Если присмотреться, то кризис заказов обрамлен двумя проблемами, решение которых так или иначе связано с изменением товарной политики со стороны сувенирных компаний. Поэтому давайте уделим этому вопросу особое внимание.

Каков стандартный ассортимент сувенирной витрины? Как это ни прискорбно, но порадовать разнообразием он не может. Например, около 90% компаний имеют в своем распоряжении набор шариковых ручек в простом пластиковом корпусе, предназначенных под нанесение и распространение в качестве сувениров на выставках, презентациях или в качестве атрибута корпоративного стиля. Цена их колеблется от 8 до 15 рублей за штуку. Не менее часто представлены письменные приборы премиум-класса, выполненные из благородных или драгоценных металлов, как на основе шарикового пишущего блока, так и перьевые. Цены на них берут старт на отметке 100 рублей и поднимаются выше. В итоге средняя категория оказывается незанятой, и если заказчик принимает решение вооружиться полным арсеналом ручек, то ему приходится потратить порядочно времени, чтобы найти «сувенирчика», удовлетворяющего все его потребности. В этой гонке за покупателем в итоге побеждают крупные (в рамках отрасли) фирмы, работающие по каталогами двух и более мировых поставщиков.

Другой пример – это ежедневники и блокноты. Увы, ничего нового в этой области придумать почти нельзя. Суть любого из них: обложка, информационный блок разной степени насыщенности, датированные или чистые страницы и, как опция, адресная и телефонная книжка. Сувенирные кампании, те, что были до кризиса побогаче и обзавелись собственными печатными машинами, могут похвастаться персонализацией внутреннего блока по желанию клиента, остальные довольствуются стандартной комплектацией. Остается единственный способ выделиться – это внешний вид переплета. Кожа или ее заменитель, флок, шелк, замша, бумага или картон, синтетические ткани – как основа; тиснение, шелкография, редко гравировка – как способ индивидуализации.

зации. И здесь опять встает вопрос технической обеспеченности поставщика бизнес-сувениров. А есть еще визитницы, брелоки, часы, калькуляторы, настольные наборы и прочие наименования сувенирной продукции, которые на общем фоне ничем не выделяются.

Наш опрос показал, что на данный момент конечный заказчик очень осторожно подходит к вопросу выбора поставщика деловых сувениров. Если руководство все-таки принимает решение заказать «сувенирку», то останавливается оно на той компании, которая может предложить больший спектр различных промо-подарков, вмещающихся в один заказ. В первую очередь это связано с тем, что покупатель рассчитывает на значительную скидку, если не станет ограничиваться только 1-2 наименованиями. И скидку эту получает! Как итог, малые сувенирные компании, которые и так уже погрязли в собственных «акциях» и «уникальных предложениях», оказываются за бортом.

Каково решение этой проблемы? Не поверите! Расширяться. Необходимо создать такой пакет предложений, который заставит потенциального клиента задержать свой выбор именно на вашей фирме. Увы, без скидок будет не обойтись, клиенты слишком падки на это заветное слово, но вы продадите хоть что-то, частично расчистите склад и сможете остаться на плаву до тех пор, пока ветер не переменится.

Чего хочет заказчик и так всем известно: эксклюзивных товаров, необычного способа нанесения, и все это подешевле-подешевле. А если более конструктивно, то оригинального предложения по разумной цене будет достаточно. Но откуда его взять, если средств ни на расширение ассортимента, ни на улучшение производственной базы нет? Признаться, сейчас игроки отрасли неохотно идут на контакт с прессой, отделяясь общими фразами,

что у них все хорошо: сложнее, чем раньше, но держатся. Зато в частных беседах, без имен, они позволяют себе открытость. Все, с кем довелось пообщаться, сетуют на спад количества заказов, уменьшение количества спонтанных инициатив со стороны клиентов, отмечают несговорчивость покупателей. Конечно это так, ведь теперь «продажникам» приходится общаться не с секретарями или менеджерами, а непосредственно с начальством – директорами и руководителями, которые до последнего времени вообще были не в курсе, какие бизнес-сувениры сейчас в ходу и какими возможностями для нанесения и персонализации они обладают. В новых условиях необходимо вспомнить азы продаж, которые за почти 10 лет благоденствия стерлись из памяти. Именно в этот момент возрастает ценность опытных сотрудников, прошедших школу сувенирных продаж с самого начала, когда к сувенирке подход не был глобален, планирование рекламных акций было кратковременным, и даже самый крупный заказ был направлен на достижение лишь локальных целей.







Вернувшись к продажам по «букварю» рекламы, необходимо вернуться и к истокам сувенирного предприятия. В процессе роста многие компании эволюционировали, выбрав конкретную специализацию, к примеру, термопласт, текстиль и вышивка, письменные принадлежности. Несколько респондентов в открытую пожаловались, что, став специалистами в одном сегменте промо-рынка, сейчас они оказались загнаны в угол, так как спектр их услуг, значительно сузившийся с момента начала бизнеса, но выросший с профессиональной точки зрения, перестал удовлетворять конечных заказчиков. В итоге перед ними встала проблема поиска посредников, желательно с заключением длительного договора о сотрудничестве, дабы обезопасить себя от посягательств конкурентов.



Но без конкурентной борьбы не обойтись. Здоровое соперничество является залогом благосостояния экономики. Это такой же неоспоримый факт, как и невозможность адекватного и честного состязания между участниками рынка в условиях отсутствия информации о товарах и услугах, предлагаемых ими. И, конечно же, основным источником этой информации является реклама. Поэтому справедливо следующее утверждение: здоровье рекламного рынка – это здоровье экономики.

Когда большинство предпринимателей и компаний урезали либо полностью сократили рекламные бюджеты, предпочитают работать со старыми клиентами, чем рисковать с поиском новых, существовавшее доселе конкурентное равновесие было нарушено. Таким образом, преимущество получили компании-гиганты и корпорации, имена которых и без дополнительного продвижения остаются на слуху. Их продукция и услуги уже завоевали определенную потребительскую аудиторию, и люди продолжают прибегать к товарам этих брендов по инерции, которая может еще долгое время питать покупательский интерес. За бортом же оказался средний и малый бизнес, к услугам или товарам которого прибегали от случая к случаю, по мере необходимости (в который входит и большинство рекламных агентств и сувенирных компаний).

В итоге расширение должно достигаться путем объединения разрозненных небольших фирм в единый блок, поровну разделяющих между собой поступающие заказы. В настоящий момент не все участники рынка до конца понимают, что во время грозы не стоит лезть на вершину самого высокого дуба в поисках временного превосходства над другими. Первая же молния поджарит, а порыв ветра скинет на

землю. Единственный способ пережить бурю – быть готовым к гибкому всестороннему взаимодействию с теми, кто оказался с тобой под одним деревом. Коллективный опыт поможет, в первую очередь, решить одну из глобальных проблем – отсутствие окончательного понимания поведения конечных заказчиков. А это в естественном порядке поможет определиться с прогнозами продаж на будущие сезоны.

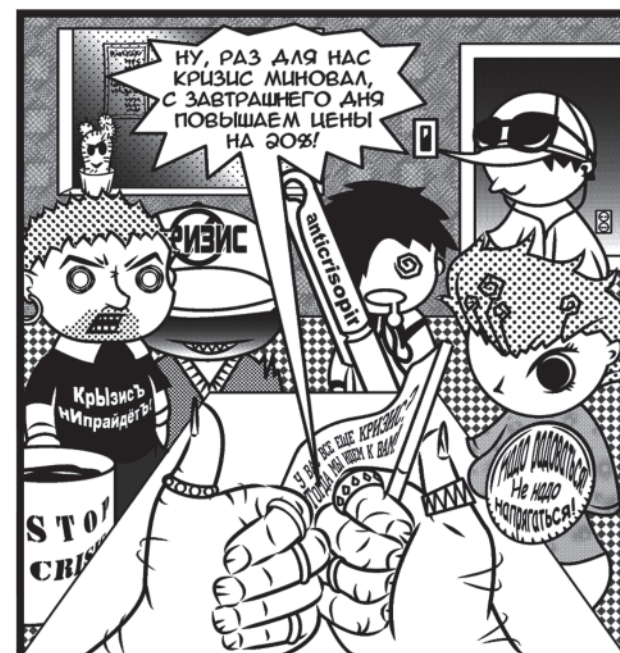
А ведь именно грамотное прогнозирование продаж сейчас может стать тем спасательным кругом, который не даст пучине кризиса поглотить сувенирный бизнес. До этого компании прибегали к стратегическому методу планирования, когда определялась конкретная квота выработки и менеджеры стремились ее выполнить. Необходим отказ от долгосрочного планирования (заказчики-то уже так и поступили!), дабы адекватно реагировать на колебания рынка, который может и будет выкидывать неожиданные коленца. Прогноз должен строиться на основе целой группы факторов, таких, как существующие на рынке тренды и статистика их развития, полученная от экспертов информация о текущей ситуации, анализ напрямую влияющих внутренних и внешних фактов. Каждый отдельный факт должен оцениваться на предмет его воздействия на прирост или уменьшение объема продаж. Самостоятельно вести мониторинг ситуации крайне сложно, а расходовать дополнительные ресурсы в настоящей ситуации будет просто расточительством. Поэтому коллективный сбор абсолютных значений, таких, как выручка, количество клиентов, даст оптимальный результат. Получив эту информацию, компании смогут влиять на ситуацию и возродить сгоревший в пламени кризиса сувенирный рынок из пепла.

В физике существует понятие «критической массы» – это количество вещества, при котором может протекать самоподдерживающаяся цепная реакция деления ядра. Маркетинг позаимствовал этот термин, определив так обязательный набор новшеств, которые должны быть присущи объекту (товару, компании), чтобы он считался современным и пользовался повышенным спросом. Рынок еще не достиг дна кризиса, а критическая масса отчаяния специалистов отрасли растет. Но стоит ли ждать окончательного краха? Сейчас, когда прошли ведущие выставки-конференции рекламно-сувенирной отрасли, мы можем взглянуть на их результаты и заметить, что идеи создания «профсоюз» сувенирщиков» летают в воздухе. В противовес общему унынию необходимо сплотиться вокруг тех ресурсов, что еще остались в запасе. За этим должно последовать рождение новой концепции существования сувенирного рынка в России, которая направит весь доступный рекламной индустрии потенциал по новым рельсам, сделав деловые подарки сверхпривлекательным инструментом продвижения.

Александр Косачёв

**ENG** We continue our up to date analysis of promotional market in crisis. First of all souvenir companies have to struggle with sales collapse. One of the most perspective ways is to join hands with other promotional market players. There is a need to reach "critical mass" of attractiveness for end-customers in contrast to common despair and to work out new conception of Russian promotional market development.

# АНТИЛОГИКА



РА "АНТИЛОГИКА" – НЕПУТЕВОЕ РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО, НА ГОЛОВУ КОТОРОГО БЕСПРЕРЫВНО ВАЛЯТСЯ ВСЕ НОВЫЕ И НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ. СУВЕНИРЫ? РЕКЛАМА? ПРИШЛИ НОВЫЕ ЗАКАЗЧИКИ? КТО ВСЕ ЭТИ ЛЮДИ?! БЕССТРАШНЫЙ ШЕФ И ЕГО БЕЗБАШЕННАЯ, НО КОМПЕТЕНТНАЯ КОМАНДА ГОТОВЫ КО ВСЕМУ! НУ, ИЛИ ПОЧТИ...



**Мир, милостивые государи, за последнее время взял, да и увеличился. Но в то же время как бы и уменьшился.**  
**А. Сапковский. Божьи Воины**

И действительно: финансовый кризис согнал с тела экономики «жирок» роскоши, завязавшийся благодаря периоду стабильности. Новый курс, курс на максимальную эффективность во всем, был выбран под давлением всех негативных факторов, обрушившихся на сферу бизнеса. В том числе и на приближение коэффициента полезного действия от рекламных кампаний к вождельным 100%.

Сегодня в разделе ПвП мы представляем интервью с представителями двух конкурирующих областей рекламы – сувенирного и интернет-продвижения. Почему конкурирующими? Об этом говорят данные статистики: с началом кризиса резко сократились расходы конечных заказчиков на теле- и радиорекламу, на «наружку» и рекламу в СМИ. Интерес возрос к таким отраслям, как Интернет и прямое, адресное продвижение товаров и услуг (в первую очередь B2B и POS сегменты).

О сегментах интернет- и сувенирного продвижения нам рассказывают **Антон Маркелов**, генеральный директор компании «Проект Вега», и **Альбина Пэн**, директор отдела «Dragon Gifts & Mobile».

**В** чем суть кампании по продвижению в сети Интернет? Что является ее первоочередной целью? На что в первую очередь она нацелена: на продвижение отдельной фирмы, бренда, товаров или услуг? В какой области она оказывается наиболее выгодной?

но, закрепив позиции на первых страницах поисковиков, можно обеспечить стабильный приток целевой аудитории.

Второй вид – это контекстная реклама в системах Яндекс.Директ, Бегун. Здесь все просто – вы платите деньги за переход с вашего рекламного объявления, которое показывается целевой аудитории по тем же «ключевым фразам» на странице выдачи поисковой системы. Такой вид промо-кампании дороже, но зато дает моментальный эффект. Наш опыт позволяет говорить о том, что больший эффект достигается при совместном использовании обоих видов продвижения (поискового и контекстной рекламы).

*В чем принципиальное отличие промо-кампаний в сети от других способов продвижения? Кто, в первую очередь, является ее целевой аудиторией?*

Принципиальное и самое главное отличие продвижения в Интернете от любых других видов рекламных кампаний – это то, что при грамотном ее ведении на сайт привлекается исключительно целевая аудитория, то есть потребители. Грамотным подбором ключевых фраз можно охватить весь спектр производимых фирмой товаров или услуг до мельчайших подробностей. Среди наших клиентов встречаются фирмы из различных сфер деятельности (сувенирная продукция, стоматология, бетон и нерудные материалы, системы видеонаблюдения, домашние кинотеатры, похоронные принадлежности и многие другие).

*И в заключение поговорим немного о насущном. Применительно к сегодняшнему дню, когда практически все рекламные акции проводятся с оглядкой на «кризис», какими положительными и отрицательными сторонами обладает кампания по продвижению в сети Интернет?*

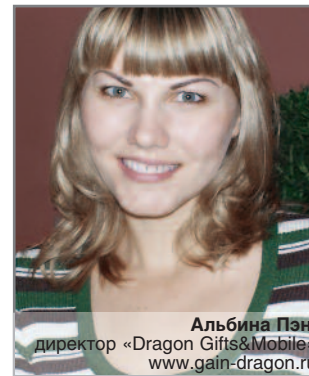
Любая рекламная акция требует денег. В условиях кризиса «рекламщикам» приходится более тщательно относиться к выбору площадок, форм рекламных акций, отказываясь от более дорогих вариантов в пользу менее затратных. Интернет-реклама в условиях кризиса является более востребованной, т. к. она дешевле многих других видов рекламы (наружная реклама, реклама по радио и телевидению). Минусом можно назвать ограниченный размер аудитории, очерченный кругом интернет-пользователей, который, тем не менее, все время растет, охватывая все социальные и возрастные слои.

ПРОЕКТ ВЕГА

- Поисковое продвижение сайтов (SEO)
- Контекстная реклама
- Разработка сайтов любой сложности
- Flash & PowerPoint презентации

(495) 777 19 54      www.vegapro.ru

**В** чем суть бизнес-сувенирной кампании по продвижению? Что является ее первоочередной целью? На что в первую очередь она нацелена: на продвижение отдельной фирмы, бренда, товаров или услуг? В какой области она оказывается наиболее выгодной?



**Альбина Пэн**, директор «Dragon Gifts & Mobile»  
www.gain-dragon.ru

Потенциал бизнес-сувенирной кампании, на мой взгляд, очень высок, несмотря на то, что ее эффективность многими еще по-настоящему не оценена. Бизнес-сувенирная кампания – это один из каналов промоушена, формирования имиджа и показатель уровня корпоративной культуры. Сегодня еще не все крупные фирмы понимают это, поэтому до сих пор многие продолжают по привычке в качестве знака внимания дарить очередные бутылки коньяка или коробки конфет.

Главное требование, которое я всегда предъявляла к бизнес-сувенирам, формируя предложение для клиента, вне зависимости от категории – вещь должна заинтересовать своего обладателя настолько, чтобы тому не захотелось с ней расставаться. Самое главное, чтобы сувениром пользовались, чтобы он не только служил приятным напоминанием о компании, но и был хотя бы немного полезен.

В первую очередь сувенир должен транслировать положительные эмоции. Самое важное в бизнес-сувенирах – показать радость по поводу того, что мы работаем с надежными, стабильными, постоянными и профессиональными партнерами по бизнесу. В идеале, сувенир дополняет коммуникацию и помогает получить в качестве обратной связи от партнеров их позитивное отношение. Это может быть использовано как для продвижения корпоративного бренда, так и для продвижения отдельных товаров и услуг.

Изюминкой бизнес-сувенира должно стать выражение фирменного стиля, идеи и философии компании.

*Существует ли типологизация сувенирных промо-кампаний? По каким критериям и качественным характеристикам они различаются?*

На мой взгляд, сувенирные промо-компании различаются в зависимости от преследуемых целей и поставленных задач. А это влечет за собой критерий отбора сувениров.

Если вы выбираете в продвижении своей компании адресное дарение, то и сувениры должны быть категории VIP или как минимум бизнес-серии.

При распространении на местах продаж используют промо-сувениры, которые отличаются невысокой ценой, но и здесь важно не просто отдариться, но и запомниться одариваемым. Так, к примеру, если вы продвигаете новый сорт дрожжей, не обязательно дарить вечно избитый магнитик на холодильник. Выберите в качестве сувенира силиконовую форму в виде своего логотипа для выпечки вкусного печенья из рекламируемых вами дрожжей, успех гарантирован!

Если вы принимаете участие в выставке, то, прежде всего, важно выделиться из толпы. Для этого продумайте «говорящую» промо-одежду, которая не только привлечет внимание посетителей, но и расскажет о вашей компании. Посетители выставок, в которых мы принимаем участие, уже с первых шагов видят длинноногих красавиц, облаченных в национальные китайские платья с драконами. Российская деловая активность и азиатская приветливость покоряют и привлекают внимание всех. Сегодня складывается мода на креативный подход к подаркам, независимо от того, адресату какого социального статуса

они предназначаются. Поэтому выбирая раздаточную сувенирку для выставки, будьте оригинальны. Даже если вы не хотите отходить от классической ручки, то выберите ручку с информационной вставкой, где на одной стороне вы сможете рассказать о своей компании, а на другой продвинуть свои услуги или товар!

Самое главное, выбирая сувенирную промо-компанию, надо стараться... быть как все! Подражание другой компании, повторение ее пройденного пути по накатанной никогда не смогут привести к блистательным результатам. Чтобы завоевать крепкие позиции, тем более на уже сформировавшемся рынке, старайтесь всегда быть отличными от других! Индивидуальность – верный залог положительных результатов.

*В чем принципиальное отличие сувенирной промо-кампании от других способов продвижения? Кто, в первую очередь, является ее целевой аудиторией?*

В «сувенирке», в отличие от чисто рекламного рынка, больше присутствует момент творчества, так как преподнесение сувенира чаще становится актом внимания, особенностью корпоративного стиля компании, сувенир работает не только на имидж клиента, но и на объемы продаж.

Бизнес-сувенирная кампания – это хороший и длительный метод рекламы, который больше всего подходит для точечного воздействия на потребителя.

Сувенирная продукция, как рекламный канал, может дать фору более дорогим и привычным способам рекламы. При грамотном подходе эффект от простой ручки бывает не меньшим, чем от роликов на ТВ. Чтобы кампания была успешна, нельзя, чтобы «сувенирка» была явно дешевой – иначе отдачей от такого подарка, скорее всего, будет только негатив со стороны получателя. Надо также понимать, что сувенир – это в первую очередь не предмет, а эмоции. Сам сувенир в дальнейшем должен нести позитивный настрой. Даже красочный магнит хорошего качества, украшая домашний холодильник, будет вызывать только положительные ассоциации с «дарителем». Сделать так, чтобы эти ассоциации были нужного характера, – задача кампании.

Сувениры заказывают как для собственных сотрудников, так и для потенциальных клиентов и деловых партнеров.

*И в заключение поговорим немного о насущном. Применительно к сегодняшнему дню, когда практически все рекламные акции проводятся с оглядкой на «кризис», какими положительными и отрицательными сторонами обладает бизнес-сувенирная кампания по продвижению?*

Бизнес-сувениры необходимы, как часть делового этикета, и как возможность выразить свои симпатии партнерам, обозначить взаимное желание работать в перспективе, и сегодня это особенно важно.

В условиях кризиса покупательная способность снижается, а что может повысить продажи, как не грамотно проведенная рекламная акция с разнообразием полезных подарков?!

Влияние финансового кризиса открыло новые возможности для развития сувенирного бизнеса: многие компании воспользовались ситуацией, чтобы укрепить свои позиции. Резкое сокращение рекламных бюджетов заставило, прежде всего, перераспределить средства, в пользу имиджа значительно увеличив сувенирный бюджет и уменьшив при этом количество телевизионной и наружной рекламы. Личное внимание ничем не заменишь!

**ENG** As the result of financial crisis preferences of end-costumers have changed. And internet-promotion and business gifts became the most relevant areas of advertising industry. But what differences and opportunities do they have? A pair of interviews with Anton Markelov, CEO "Project Vega", and Albina Pen, Director of "Dragon Gifts & Mobile" department at Gain Dragon Int., Ltd. gives a look on advantages of these two types of promotion.



# СУВЕНИРНЫЙ РЫНОК ЮЖНОГО КИТАЯ

**М**ы взяли на себя смелость стать вашим гидом по сувенирному рынку Южного Китая. Почему именно Юг? Да потому, что это ключевые сувенирные производители, это самые крупные сувенирные выставки, это небольшие расстояния между тремя китайскими мегаполисами, это самая успешная экономика страны и, наконец, это прекрасный тёплый климат, позволяющий совместить бизнес-командировку с роскошным отдыхом у моря!

Отправляясь вместе с вами в это путешествие, мы решили рассказать не только о регулярных осенне-весенних выставках, которые проходят в золотом треугольнике: Гуанчжоу - Шэньчжэнь - Гонконг, но и проложить новые маршруты на фабрики, специализирующиеся на производстве сувениров, показать вам круглогодичные выставочные комплексы, торгующие сувенирной продукцией, развеять мифы и стереотипы о «некачественном» товаре из Китая и предостеречь от традиционных ошибок, совершаемых, чаще всего, российскими бизнесменами.

## СПРАВКА:

Южный Китай, в частности, провинция Гуандун, воспользовавшись своим соседством с Гонконгом, превратилась в район, который сегодня является основным источником валютных поступлений страны и прочно занимает первое место среди провинций КНР по объёму ВВП. Роль провинции во внешнеэкономических связях Китая огромна: по привлечению прямых иностранных инвестиций Гуандун занимает лидирующее положение, получая в последние годы 28 – 29% от общекитайского объёма.

## ВЫСТАВКИ

Каждый год, весной и осенью, в трёх мегаполисах Южного Китая проводятся крупнейшие международные сувенирные выставки. Все они проходят с разницей в несколько дней, поэтому всегда остаётся возможность посетить не одну профильную ярмарку. Короткие расстояния позволяют легко перемещаться из одного города в другой. Идеальная ситуация – совместить бизнес-командировку с отдыхом на вечнозелёном и тёплом острове Хайнань! Многие уже опытным путём испытали на себе подобное предложение. Главное – заранее спланировать бизнес-поездку. Поверьте, свежих идей, с которыми вы вернетесь домой из такой командировки, хватит, как минимум, на год!

## ГОНКОНГ

### СПРАВКА:

Гонконг – на протяжении многих веков этот скалистый остров у китайских берегов служил пристанищем для ловцов



жемчуга, рыбаков, пиратов и контрабандистов. В 1841 году он был колонизирован Англией, а с 1 июля 1997 года перешел под юрисдикцию Китая. Его небольшая территория с населением в 6,6 млн. человек стала особым административ-



ным районом КНР, где на 50 лет сохранен капиталистический уклад экономики. Гонконг, по-прежнему, остается ведущим финансовым и торговым мировым центром. Высокий уровень жизни обеспечивается за счет статуса беспешинного порта. Здесь огромное количество банков и инвестиционных компаний: на каждые 3000 человек приходится по банку.

**ВЕЧНА: Hong Kong Gifts & Premium Fair 28.04-01.05**  
**ОСЕНЬ: Hong Kong Int'l Toys & Gifts Show: Asian Gifts Premium & Household Products Show (Первая сессия) 20.10-23.10**  
**Asian Gifts Premium & Household Products Show (Вторая сессия) 28.10-30.10**

**ПЛЮСЫ:** Безусловно, это одни из самых популярных выставок. Гонконг всегда выступает в роли законодателя мод в сувенирном бизнесе. На выставке вы встретите самые удивительные вещи со всего мира! Обычно здесь представлены корпоративные подарки и рекламные сувениры, изделия из керамики, подарочная упаковка, кожгалантерея, часы, елочные украшения, рождественские подарки, ювелирные изделия, зонты, электроника и канцелярские товары. Столкнувшись со множеством проблем прямого сотрудничества с китайскими производителями, Запад предпочел работать с Тайваньскими и Гонконговскими торговыми или агентскими компаниями, производящими сувенирную продукцию на фабриках Китая. Поэтому здесь - самые передовые мировые тенденции дизайна и самые передовые мировые технологии, – заказы в Гонконг слетаются со всего света!

**МИНУСЫ:** В Гонконге обычно выставляются крупные торговые компании, а как показывают опросы, такие компании сильно избалованы крупными заказами из Европы и

Америки. Они предлагают условия, которые не всегда выгодны клиенту из России.

Поскольку всё производство сконцентрировано на территории материкового Китая, отсюда – завышенные цены на товар, отказы в поставке небольшого количества, ну а самая главная проблема – это доставка груза в Россию. Не секрет, что родное таможенное законодательство не всегда работает в пользу российского бизнесмена, поэтому, когда есть выбор в способах транспортировки груза, это значительно минимизирует стоимость товара. Если вы закупаете в Гонконге, то сразу ограничиваете себя: транспортировка либо авиа, либо море, а это не всегда экономически целесообразно. В условиях граничащего с Россией Китая и обширной географии российских заказчиков, порой, гораздо проще доставить груз с материка КНР по железной дороге. Тем самым, отпадает надобность везти и растаможивать груз в Москве, а потом отправлять его из столицы практически на такое же расстояние обратно, например, на Дальний Восток.

## ГУАНЧЖОУ

### СПРАВКА:

Гуанчжоу – административный центр провинции Гуандун. Это политический, экономический, научно-технический, образовательный, культурный и транспортный



центр всего Южного Китая. Город всемирно известен как центр легкой промышленности: здесь можно закупить такую продукцию, как текстиль, керамику и фарфор, изделия из металла, ПВХ и полистоуна. Гуанчжоу является крупнейшей международной выставочной площадкой: на его территории проводятся выставки и ярмарки, являющиеся крупнейшими в своих отраслях. В Гуанчжоу находятся около 100 оптовых рынков, различных видов товара и сотни тысяч промышленных предприятий, фабрик, заводов.

**ВЕЧНА: China Import and Export Fair 15.04-5.05**  
**ОСЕНЬ: China Import and Export Fair 15.10-6.11**

**ПЛЮСЫ:** Выставка Canton Fair или Кантонская ярмарка - это самое крупное событие года в деловой жизни Китая! Это десятки тысяч производителей и поставщиков в одном месте и в одно время, это сотни тысяч наименований. Объем заключенных на ярмарке сделок составляет десятую часть годового объема всего китайского экспорта. Еще весной презентация сувенирной продукции проходила в выставочном центре Люхуа, но с этой осени вся сувенирная и подарочная продукция переехала в Пачжоу. Это многофункциональный международный выставочный центр, самый крупный и самый современный в Азии и второй по величине в мире! Выставочная площадь комплекса составляет 130 тысяч квадратных метров внутри и 22 тысячи квадратных метров снаружи. Этой осенью выставка впервые проходила в 3 сессии. Представителям сувенирного бизнеса были интересны две: во время второй сессии, в числе других тематик, были представлены всевозможные игрушки, сувениры и подарки, праздничная продукция, статуэтки, фигурки из разных мате-



риалов, свечи, подарочная упаковка, в третью сессию вошли офисные принадлежности и канцтовары. Планируется, что проведение выставки в 3 сессии станет ежегодной традицией.

**МИНУСЫ:** На протяжении последних выставок наблюдается тенденция к повторениям. Из сессии в сессию наблюдаются одни и те же компании с одной и той же продукцией. Новинок, способных удивить и вдохновить, встречается крайне мало. Тем, кому интересны промо-продукция и рекламные сувениры, эта выставка покажется не очень интересной и полезной. На этой ярмарке, в основном, представлены либо торговые компании, либо производители лицензионной брендированной продукции с мировыми именами. Не все компании имеют возможность везти бизнес контейнерами, закупая десятки тысяч единиц товара, однако договориться о выгодных условиях сотрудничества является здесь большой редкостью.

## ШЭНЬЧЖЭНЬ

### СПРАВКА:

Шэньчжэнь расположен в 120 км от Гуанчжоу. Город является Специальной Экономической Зонаой. Объем экспорта производимой в этой Зоне продукции составляет 90%. Это видео- и аудиоаппаратура, бытовая техника, средства связи, компьютеры, часы и др. продукция электронной промышленности. Население Шэньчжэня растет ежегодно на 20%, скоро он станет одним из крупнейших городов страны, его экономический рост составляет 45% в год - это является пока непревзойденным мировым рекордом. В городе самый высокий уровень жизни в Китае. В пригородах находятся предприятия Гонконга, Тайваня, Сингапура, Японии, Южной Кореи, США, стран Западной Европы.

**ВЕЧНА: Shenzhen Int'l Gift, Premium & Houseware Fair 25.04-28.04**  
**ОСЕНЬ: Shenzhen Int'l Toys & Gifts Fair 24.10-27.10**







**ПЛЮСЫ:** Это профессиональная выставка Южного Китая, проводимая с 1993 года.

Она рассчитана на широкий круг потребителей сувенирной продукции. Шэньчжэньская выставка – это выгодные и удобные условия для работы. Цены на сувенирную продукцию здесь сильно отличаются от завышенных на выставках в Гонконге и Гуанчжоу, которые, кстати, можно уточнить тут же.

Всё это происходит из-за того, что статус экспонентов – производители. Немаловажный фактор – это возможность размещения заказов небольшими партиями. Мы рекомендуем её тем, кто целенаправленно интересуется промо-сувенирами, рекламными товарами, канцелярией, предметами офисной и туристической продукции. По отзывам клиентов, это одна из самых лучших выставок по сувенирной продукции в Китае.

**МИНУСЫ:** Несмотря на то, что в названии эта выставка заявлена как международная, иностранцев, а тем более, представителей из России, здесь практически нет. Вы можете стать одним из первых. Скорее даже, это будет вашим конкурентным преимуществом, нежели минусом! И не забудьте взять с собой переводчика – английский язык не является здесь общепринятым для переговоров.

## ИТОГИ

Если вы задаётесь вопросом, когда лучше посетить Поднебесную - весной или осенью, то весенние выставки, по традиции, проходят ярче, интереснее, удивительнее! Количество новых технологий, материалов и артикулов - богаче! Как правило, весной всегда появляются новинки, а осенние ярмарки обычно дублируют весну.

Выставочная деятельность в Китае не затихает круглый год. Помимо трёх сувенирных китов, в Южном Китае проходит огромное количество других профильных узкоспециализированных выставок, на которые тоже стоит обратить внимание.

\*Международная выставка печати, упаковки, бумаги и этикеток.

\*Всекитайская выставка канцелярских принадлежностей.



\*Китайская международная выставка вывесок и рекламы.  
\*Международная выставка печатной промышленности и форм прессования.



Останавливая свой выбор на той или иной выставке, не сомневайтесь, вы увидите лучшее, что создано на сегодняшний день в Китае!

## СУВЕНИРНЫЕ РЫНКИ

Помимо профильных выставок, не упустите возможность посетить сувенирные рынки в Гуанчжоу и Шэньчжэне. В данном случае, за словом «рынок» скрываются не уличные развалы товаров, а современные многоэтажные торговые центры, с кондиционерами и эскалаторами. Остановимся на



них поподробнее. В Гуанчжоу – огромный пятиэтажный комплекс. Он интересен большим выбором рекламной и промо-продукции и представляет собой большое количество шоу-румов. В чём плюсы посещения такого места? Во-первых, такой сувенирный рынок вполне может заменить посещение выставки и стать таким же гидом по последним сувенирным новинкам. Он работает круглый год: вы можете приехать в любое время и всё равно будете в курсе всех последних сувенирных тенденций. Здесь представлен огромный ассортимент товаров, собранных торговыми компаниями со всех провинций Китая. Здесь всегда можно приобрести образцы, которые не удалось заполучить на выставке. Если вам нужна небольшая партия корпоративных подарков, то на таких рынках вы всегда сможете их приобрести. Правда, придется выбирать из того, что есть в наличии, а это не всегда нужные корпоративные цвета и возможность сделать персонализацию. Но сегодня в России уже существуют всевозможные технологии для нанесения вашего логотипа, поэтому вы сможете это сделать по возвращении на Родину. Ещё один минус – цены здесь все же представлены не фабричные, так как товар скупается с разных заводов, а затем уже продаётся здесь.

В Шэньчжэне находится более пяти подобных крупных выставочных комплексов. Они появляются с такой огромной скоростью, что когда вы сюда приедете, возможно, их будет уже намного больше. Здесь представлены керамика, вазы, фарфоровая посуда, статуэтки, картины от маленьких до огромных полотен, мебель, праздничное оформление, предметы декорирования любых помещений, товары для дома и офиса.

Такие рынки удобны тем, что они работают круглый год, и все последние коллекции сувениров и подарков появляются здесь мгновенно. Посещение подобных рынков – это возможность приехать в течение года в любое время, тем более, что вне выставочного сезона поездка обойдется вам гораздо дешевле.

## ФАБРИКИ

Посещение сувенирных фабрик – ещё одна уникальная возможность быть на шаг впереди своих конкурентов! Как



правило, все получают уже готовый, конечный продукт. Далеко не каждому удаётся узнать все тонкости «сувенирной кухни». Подобная экскурсия позволит вам предугадывать будущие заказы, создавать уникальный продукт, отличный от всех, потому что вы уже будете в курсе, как ЭТО делается. Вы своими глазами проследите за всем процессом производства – от заказа материала до выхода необходимого вам товара с вашей персонализацией.

Бытует мнение, что если Китай, то это сразу некачественный товар. Безусловно, среди тысяч фабрик Китая всегда найдётся место, где на заднем дворе и на коленях налажено поточное производство сувенирной продукции. Однако большинство китайских производителей оснащены самым современным оборудованием и применяют последние



западные технологии, что в сочетании с дешевой рабочей силой и является причиной концентрации производства в этом регионе. Но даже высокооборудованное предприятие не всегда может выдать качественный товар, и это не является залогом того, что условия контракта будут соблюдены. К сожалению, менеджмент в Китае оставляет желать лучшего. И даже наличие сертификата ISO9000, говорящего о качестве менеджмента, еще ничего не значит. Поэтому необходим постоянный, ежедневный контроль над производителем. Об этом нужно знать и помнить! Мировой опыт работы с китайцами показывает: чтобы избежать серьёзных проблем, возникающих на любом этапе ведения бизнеса в Китае, проще всего обратиться к профессионалам.

## ПЕРЕВОДЧИКИ

Купить билет в Китай и заказать отель не составит большого труда. Сегодня это с удовольствием сделает любая туристическая компания в России. Но это только подделка. Серьёзная проблема, которая может встать у вас на пути –



это отсутствие знания языка. Вам необходим переводчик. Однако и в такой ситуации вы можете столкнуться с трудностями, от которых мы хотим вас предостеречь.

По традиции, российские бизнесмены находят переводчика либо через Интернет, либо тут же, рядом с выставочным комплексом. Подобную услугу предлагают и китайцы, худо-бедно говорящие по-русски, и российские студенты, говорящие по-китайски. Китайский «помогай», казалось бы, должен знать всё о своих соотечественниках, да еще и на русском говорит, что может быть лучше? Однако быть уверенным в том, что эти улыбчивые товарищи будут отстаивать ваши интересы, называть вам реальные цены, не закладывая в них свой процент, не стоит. Другая ситуация. Вы наши российского студента: он неплохо говорит по-китайски и понимает вас с полуслова. За небольшую сумму он готов помогать вам со всей своей юношеской прытью. Но... его возраст и социальный статус не позволяют вести легаль-



ную деятельность на территории Китая, да и не всякий серьезный фабрикант будет вести переговоры с таким неквалифицированным «бизнесменом». И в том и другом случае, вы серьезно рискуете. Незнание ментальных особенностей китайцев, отсутствие гарантийных документов в вопросах соблюдения сроков поставки и выполнения условий контракта – одни из самых распространенных ситуаций в Китае. Во многих юридических вопросах эта страна остаётся ещё не совершенной, найти виновного будет крайне трудно

### АГЕНТСКИЕ КОМПАНИИ

Если вы захотели договориться с китайскими производителями напрямую, не переплачивая торговым компаниям, то самый грамотный вариант – обращение в российские агентские компании, которые зарегистрированы на территории КНР и находятся непосредственно в Поднебесной. Многие не обращаются в такие компании, потому что воспринимают их как посредников и, соответственно, боятся переплатить. Это неверное заблуждение! Агентские компании являются вашим агентом на территории Китая, они работают открыто и в Ваших интересах, имея за это агентское вознаграждение от 2 до 10%, в зависимости от инвойсной стоимости заказа.



выставок, специалистами нашей компании было замечено, что с каждым годом все больше российских компаний поручают ведение своих дел Агентам. Люди научились доверять профессионалам!

Подводя итоги нашему путешествию, хочется сказать, что посещение нескольких высококлассных тематических выставок, сувенирных рынков и фабрик – это прекрасная возможность получить самую полную картину о течениях и тенденциях современного сувенирного бизнеса!

Однако Китай до сих пор остаётся для многих загадочной страной. Для одних – это экзотическая страна с богатой историей и культурой, для других – огромный муравейник, обитатели которого стремительно распространяются по всему миру, для третьих – это новый гигант в мировой экономике и яркий пример успешного проведения реформ, для остальных – страна, сохранившая черты социалистической системы. Но в любом случае, не стоит забывать, что вы оказались в особой стране с особым менталитетом, поэтому и к сотрудничеству с этой страной нужно подходить с особым вниманием!

Материал подготовлен специалистами компании  
«Gain Dragon Int., Ltd.»  
[www.gain-dragon.ru](http://www.gain-dragon.ru)

**ENG** This article gives a view of the souvenir and business gift market of southern China. It tells not only about regular spring and autumn fairs in the "golden triangle" of Guangzhou, Shenzhen and Hong Kong but also opens new paths to specialized factories; leads through halls of exhibition centers; uncovers myths and stereotypes about low-quality goods and warns against common mistakes which are usually made by Russian businessmen.



Многие профильные агентские компании представляют, по сути, отделы продаж китайских заводов и фабрик. Перекладывая заботы о своем заказе на плечи такой компании, вы ничем не рискуете, а только приобретаете свои глаза и уши на любом этапе заказа. Это наработанные годами связи, контракты, договоры, а, следовательно, – минимальные цены, большие скидки и возможности договориться о производстве минимальной партии. Ещё одна важная сторона – знание юридических основ китайского законодательства. Работая с такими компаниями, у вас не возникнет проблем с оформлением груза и его доставкой в Россию, а также с возможностью оплаты на рублевые счета и легализацией Вашего груза на территории РФ.

Но даже в выборе компании-агента нужно быть осторожными. Проверьте её биографию, посмотрите внимательно, чем она занимается. Многие такие компании утром торгуют унитазами, в обед – мебелью, а вечером – сувенирами и подарками. Такие «помощники» не разбираются в тонкостях сувенирного производства, не знают специфики, возможностей, не владеют терминологией. Скорее, они навредят, нежели предоставят вам квалифицированные услуги. Выход один – обратиться в компанию, которая предоставит не просто человека, говорящего на китайском языке, а специалиста, знающего все подробности сувенирного бизнеса. Поэтому лучше всего работать с агентской компанией вашего профиля, которая является узким специалистом в своем деле.

Основываясь на анкетировании наших клиентов, а также маркетинговом исследовании, проведенном по итогам трёх

# Больше креативных товаров на наших новых специализированных шоу!



28 апреля - 1 мая, 2009  
20-23 октября, 2009  
AsiaWorld-Expo  
Гонконг

Найдите Ваш следующий "best-selling" продукт на нашей, теперь более крупной и четко специализированной выставке  
В этих непростых экономических условиях увеличьте свои продажи благодаря инновационным товарам, предлагаемым на China Sourcing Fair: Gifts & Premiums в Гонконге!

Отделившись от Gifts & Home Products Fair, новая выставка расширяется, чтобы стать более четко специализированным выставочным событием, на 100% сосредоточенным на полном спектре подарочной и сувенирной продукции, который охватывает:

- Общие подарки
- Новогодние украшения и украшения для праздников
- Электронные сувениры
- Подарочная упаковка
- Фоторамки
- Рекламные пакеты, кепки и предметы одежды
- Канцелярия и бумага
- Товары для путешествий и зонты
- Часы всех категорий

Вся продукция собрана на территории 9-ти четко разграниченных павильонов, расположенных на одном этаже, что позволит Вам более эффективно вести поиск необходимого товара.

Приготовьтесь к встрече с конкурентными поставщиками с более привлекательными ценами  
На выставке Вы сможете встретиться с квалифицированными производителями из Китая, Гонконга и Тайваня, а также новыми поставщиками из Индии, Вьетнама, Филиппин, Таиланда и других азиатских рынков.

Они смогут предложить Вам выгодные цены и более гибкие условия производства и доставки, чтобы поддержать Ваш бизнес в суровые времена.

Максимально удобное для покупателей время и место  
Апрельская выставка China Sourcing Fair: Gifts & Premiums пройдет в одно время с Hong Kong Gifts & Premium Fair и сразу по окончании второй фазы Кантонской выставки. Посетите China Sourcing Fair, чтобы найти больше новых товаров во время закупочного сезона.

Трудные рыночные условия? Посетите China Sourcing Fair, чтобы:

- ✓ найти новые интересные продукты, которые привлекут больше покупателей в Ваши торговые сети
- ✓ встретиться с новыми конкурентоспособными поставщиками, которые смогут предложить разумные цены на свою продукцию
- ✓ найти новых производителей с гибкими условиями размещения заказа и поставки

Проводится совместно с:  
global sources Fashion Accessories China Sourcing Fair | global sources Underwear & Swimwear China Sourcing Fair

EXPRESS REGISTER ONLINE

Зарегистрируйтесь сейчас, чтобы получить бесплатный входной пропуск!  
[www.chinasourcingfair.com/taaj](http://www.chinasourcingfair.com/taaj)



# CHINA SOURCING FAIR

China Sourcing Fair: Gifts & Premiums

28 апреля – 1 мая 2009 / 20-23 октября 2009

AsiaWorld-Expo, Гонконг



Тысячи креативных подарков и сувениров на новой специализированной выставке в Гонконге

Компаниям-закупщикам сегодня брошен непростой вызов: чтобы выжить в нынешние сложные экономические времена, необходимо найти больше новых привлекательных и оригинальных товаров, чтобы привлечь больше покупателей в свои магазины и, более того, закупить эти товары по оптимальным ценам и с гибкими условиями размещения заказа и доставки.



Найти тысячи новых креативных товаров, чтобы увеличить свои продажи, можно на новой China Sourcing Fair: Gifts & Premiums. Эта выставка проводится два раза в год – в апрельский и октябрьский закупочные пиковые сезоны в Гонконге.

Посетите данную выставку, открывающую свои двери в AsiaWorld-Expo с 28 апреля по 1 мая и с 20 по 23 октября 2009 года. Повстречайтесь с лучшими поставщиками подарочной и сувенирной продукции из Китая и Азии, собранными под одной крышей в таком географически удобно расположенном и гостеприимном Гонконге!

Специализированная выставка для более продуманного поиска

Новая Gifts & Premiums Fair – это целевая выставка для бизнесменов, профессионально занимающихся закупками подарочной и сувенирной продукции, которая обеспечит максимальную эффективность в поиске новых товаров.

Выставка представляет полный ассортимент самой востребованной на рынке сувенирной и подарочной продукции, которая сконцентрирована в холлах в соответствии со следующими 9 категориями:

- Общие подарки;
- Новогодние украшения и украшения для праздников;
- Электронные сувениры;
- Подарочная упаковка;
- Фоторамки;
- Рекламные пакеты, кепки и предметы одежды;
- Канцелярия и бумага;
- Товары для путешествий и зонты;
- Часы всех категорий.

Вся продукция будет выставлена в огромных отдельных одноуровневых холлах AsiaWorld-Expo, что позволит Вам быстро найти необходимую категорию товара.

Сотни квалифицированных поставщиков из Китая и не только

Выставка соберет под своей крышей сотни опытных производителей из Китая и других стран Азии, которые смогут предложить продукцию превосходного качества по наиболее приемлемым ценам.

Многие из этих поставщиков имеют богатый производственный опыт и поставляли свою продукцию производителям всемирно известных брендов. Их надежная дизайнерская и производственная база вкупе со строгими стандартами качества позволят им стать идеальными партнерами для разработки Ваших собственных марок продукции!

Не упустите уникальную возможность обсудить Ваши закупочные требования один на один с этими квалифицированными поставщиками – посетите China Sourcing Fair!

Совместно проводимые шоу – это дополнительная опция для более расширенных закупок.

Данная выставка будет проводиться в одно время и в одном месте с другими специализированными закупочными экспозициями, организованными Global Sources (NASDAQ: GSOL) для того, чтобы максимизировать результаты Ваших поисков новой продукции.

В апреле Gifts & Premiums Fair будет проводиться совместно с China Sourcing Fair: Fashion Accessories и China Sourcing Fair: Underwear & Swimwear.

Если Вы ищете самые горячие новинки в мире дамских сумок, украшений, ремней и других модных аксессуаров, тогда мы приглашаем Вас заглянуть на Fashion Accessories Fair. В то же самое время Вы сможете найти сексуальные бикини, кружевное белье, нижнее белье для мужчин, белье для детей и многое другое на Underwear & Swimwear Fair.

В октябре Вы сможете посетить тысячи стендов на двух параллельно проводимых с данной выставкой мероприятиях



– China Sourcing Fair: Home Products and China Sourcing Fair: Baby & Children's Products.

Приняв решение посетить закупочные шоу, проводимые

в одном месте и в одно время, Вы получите преимущество расширить ассортимент закупаемых товаров и найти новые идеи для бизнеса. Ваш пропуск на Gifts & Premiums Fair позволит получить свободный доступ на все остальные совместные проводимые шоу.

Идеальное время для посещения всех остальных профильных выставок в регионе

Время проведения данной выставки идеально совпадает с периодом проведения Hong Kong Gifts & Premiums Fair и открывается сразу после окончания второй фазы Canton Fair. Таким образом, Вы получаете возможность увидеть больше товаров за одну деловую поездку в Китай.



Удобный выставочный комплекс мирового класса

China Sourcing Fair будет проводиться в AsiaWorld-Expo, новом экспоненте мирового класса с современным оборудованием, расположенном рядом с международным аэропортом Гонконга.

До AsiaWorld-Expo легко добраться любым видом транспорта. Самый быстрый способ – на поезде Airport Express, который за одну минуту доставит Вас из аэропорта в выставочный комплекс или за 28 минут, если Вы добираетесь из центра Гонконга.

Предварительно зарегистрировавшиеся посетители выставки могут получить бесплатный билет на поезд Airport Express на каждый день выставки, чтобы без лишних проблем и затрат добраться до экспо-комплекса!

Бесплатные автобусы, любезно предоставленные Global Sources, будут курсировать в течение всех 4 дней выставки между комплексом и главными коммерческими районами Гонконга.

## Краткая справка о China Sourcing Fair: Gifts & Premiums

Время проведения	28 апреля – 1 мая, 2009
Часы работы	28-30 апреля 10:00am - 6:00pm 1 мая 10:00am - 5:00pm
Часы регистрации	28-30 апреля 9:30am - 5:30pm 1 мая 9:30am - 4:30pm
Место проведения	Выставочный комплекс AsiaWorld-Expo, Гонконг
Организатор шоу	Global Sources (NASDAQ: GSOL)
Поставщики-участники из:	Китай, Индия, Гонконг, Тайвань и другие важные рынки-экспортеры Азии
Доступ	Только для торговли. Бесплатно для предварительно зарегистрировавшихся посетителей.
Предварительная регистрация на:	www.chinasourcingfair.com

Материал предоставлен компанией Event Marketing Services Ltd.



Максимум удобств и бесплатных услуг при посещении торгового шоу.

Помимо знакомства с качественными товарами и поставщиками, Gifts & Premiums Fair также предлагает ряд уникальных мероприятий и услуг, чтобы обеспечить покупателям максимально удобное и продуктивное посещение выставки.

• Вооружитесь стратегически важной информацией, необходимой для того, чтобы выжить в нынешних суровых рыночных условиях, на самой интенсивной в Азии серии конференций, бесплатно организуемых для посетителей China Sourcing Fair. На проводимых ежедневно во время выставки конференциях Вам будут представлены последние тенденции рынка и практические советы для поиска поставщиков.

• Получите профессиональные персональные ответы по всем интересующим Вас вопросам касательно импорта от экспорта в данной индустрии. Эксклюзивная услуга Ask the Experts предоставит Вам бесплатную консультацию в течение 10 минут получить индивидуальную консультацию со специалистами по таким вопросам, как контроль качества, формы расчета с поставщиками, логистика.

• Расслабьтесь и сделайте передышку, а одновременно проверьте свою электронную почту в Buyers' lounges и получите бесплатный напиток в Wine & Cappuccino Bar.

Не пропустите это знаменательное событие – посетите China Sourcing Fair!

Для более детальной информации и регистрации посетите официальный сайт выставки [www.chinasourcingfair.com](http://www.chinasourcingfair.com)!

**ENG** China Sourcing Fair: Gifts & Premiums is one of the most important events of advertising and promotional industry. The Fair is held 2 times a year in April and in October in Hong Kong – the financial and trade capital of Asian region. The Fair gives opportunity to meet with the best and the most competitive manufacturers and suppliers of promotional items from China and Asia. This year they will be gathered together in the AsiaWorld-Expo center from the 28<sup>th</sup> of April till the 1<sup>st</sup> of May.



# ДАРЫ ПРИРОДЫ

## Не все то молодое, что зелено

Когда мы были маленькими, а деревья были большими... Нет. Неверно. Деревья и сейчас исполинами высятся над нашими головами, а скоро еще и оденутся весенней листвой.

Просто мы стали реже направлять взгляд к небу так, чтобы увидеть их ветви над головой. Да и самих деревьев стало меньше. Где-то переплетенные кроны сменили запутанные узлы проводов, где-то колонны стволов оказались вытеснены дворцами из стекла и бетона.

С одной стороны – все хорошо, прогресс. Но с другой – так не хватает тепла и уюта, которые может подарить только общение с природой. Иной раз кажется безрассудной та агрессия, с

которой мегаполисы наступают на поля, леса, реки и моря. И сейчас, в суровый век крупных компаний и корпораций, стоит задуматься, насколько непоправимый ущерб погоня за прибылями наносит окружающей среде.

Уже более двадцати лет назад в крупных городах зародилась «зеленая» мода. Мы сами можем без труда заметить, как часто стали попадаться на улице небольшие магазинчики, предлагающие одежду из джута и конопли, сувениры из натуральных материалов или переработанного вторсырья. За прошедшее время «зеленая» мода стала не просто одной из граней молодежных субкультур. Многие компании переняли ее идеи и сделали частью своего бизнес-имиджа. Забота о здоровье сотрудников и клиентов, а также опека окружающей среды – это больше не блажь, это мощный инструмент продвижения. И свою нишу, конечно, здесь и заняли деловые подарки, называемые на западе просто «Green Gifts».

## Благая зеленая весть

Основа концепции «Green Gifts» – это внимание к получателю подарка, выраженное в заботе о природе. Вы спросите, как в условиях жестокого и сурового бизнеса могут найти место такие сентиментальные намерения? Ответ на этот вопрос нашла компания Mid Ocean Brands (MOB), которая утверждает, что бережное отношение к планете, на которой предстоит жить будущим поколениям, выраженное в актуальных и современных подарках, не способно оставить равнодушным ни одно сердце. Их лозунг гласит: максимально эффективный бизнес-сувенир должен оказывать минимальное воздействие на окружающую среду!

Идеи MOB заслуживают доверия, так как уже много лет компания продвигает на рынке бизнес-сувениров свою собственную линию экологически чистых подарков. Это ручки из биологически чистого и безопасного пластика, офисная и домашняя электроника, использующая альтернативные источники питания, текстиль из материалов органического происхождения – и это далеко не все. Вклад компании в заботу о планете неоднократно был отмечен высокими наградами.

За примером не надо ходить далеко. Не так давно, в феврале этого года, Mid Ocean Brands были удостоены двух наград от FVVAR – испанской ассоциации производителей и поставщиков промо-товаров.

Номинации, в которых были отмечены неоспоримые заслуги MOB, – это Star Award, врученная президенту компании Франческу Ангелету за блистательную и плодотворную карьеру на поприще бизнес-сувениров, и Solidarity Award, присужденная компании за популяризацию экологически чистых сувениров и вклад в борьбу с эрозией почвы и изменениями климата на Земле. Совместно с международной организацией Tree-Nation, компания высадила более 3 500 деревьев в республике Нигер, Африка. И линия «Green Gifts» от MOB призвана поддержать это начинание: часть доходов, полученных с продаж экологически чистых подарков, идет на поддержание этого проекта. Каждый заказчик такого подарка найдет внутри упаковки маленький ярлычок, который расскажет суть концепции «Green Gifts» и пригласит посетить сайт [www.greengiftscollection.com](http://www.greengiftscollection.com), где можно на виртуальной карте воочию увидеть те деревья, которые тот помог посадить.

## Действуй сегодня, чтобы наступило завтра

Что является основой «Зеленых Подарков»? В первую очередь, это использование материалов, которые в наименьшей степени способны нанести вред природе. Mid Ocean Brands удалось найти золотую середину между качеством и эстетикой деловых подарков. Ярким примером можно считать серию записных книжек, основой для которых стала переработанная бумага. Достоинства их очевидны: при их изготовлении не погибло ни одного дерева, а производство более энергоемко, в воздух было выброшено во много раз меньше дыма и токсичных отходов и сэкономлено несколько тонн чистой воды. К блокнотам прилагаются шариковые ручки, корпуса которых изготовлены из переработанного картона, а пластиковые детали – из экологически чистой перерабатываемой пластмассы.

Пластмасса – один из самых прочных материалов, и некоторые его разновидности могут разлагаться в земле более 50000 лет. Mid Ocean Brands использует в своем производстве совершенно иной био-пластик, который разлагается в гораздо более краткие сроки. Сырьем для них выступает кукурузный крахмал, при производстве которого сильно сокращается выброс углекислого газа в атмосферу. При этом ручка нисколько не теряет во внешнем виде: стильный и удобный корпус, яркие детали, обширное пространство для нанесения – и все это на более чем на 70% состоит из био-активных или переработанных материалов.

Мы привыкли, что все электронные приборы требуют смены батареек, которые не так просто утилизировать, и чем дольше мы их используем, тем больше гряда исчерпавших свой лимит элементов питания. Поэтому поиск альтернативных источников электричества – глобальная проблема для современного мира. Энергия солнца, воды или ветра – вот новые горизонты для технического прогресса. В коллекции MOB присутствуют такие новаторские изобретения, как

калькуляторы или часы, которые работают благодаря простейшим химическим реакциям воды. Достаточно заполнить специальный резервуар обыкновенной водой из-под крана, и устройство будет работать!

Практически каждый раз, делая покупки в супермаркете, мы приобретаем и пластиковый пакет, который наверняка отправится в мусорное ведро, как только мы пересечем порог дома. Mid Ocean Brands призывает остановиться и задуматься, какой вред подобная расточительность наносит окружающей среде! Линия сумок из вторично переработанного полиэтилена направлена на то, чтобы сохранить жизни более 100 000 морских животных, которые за год становятся жертвами выброшенных, не утилизированных пакетов. Простота и стиль нашли в этих сумках идеальное сочетание, а число их разновидностей готово ответить любым житейским потребностям: от хранения документов или походов в магазины до поездок за город.

В повседневной жизни никак не обойтись без изделий из хлопка, но производство так необходимых футболок и рубашек может (и должно!) быть экологически чистым. Все наименования линии текстиля от MOB производятся без использования токсичных химических красителей, а сам хлопок выращивается на чистых, не обработанных ни пестицидами, ни синтетическими удобрениями полях. Компании удалось найти компромисс между качеством своих продуктов и заботой о хрупкой экосистеме нашей планеты.

Для того, чтобы привнести в дома своих клиентов дуновение свежего ветра, аромат лугов и тепло солнца, Mid Ocean Brands разработала серию товаров повседневного обихода. Это комплекты для ванн, ароматические наборы и милые безделушки – игрушки Йо-йо, головоломки и фигурки, сделанные из натуральных материалов и компонентов. Вдохновение на создание этой серии подарила сама природа, смыв с обычных предметов вредоносный налет уходящего в прошлое стиля Hi-Tech.



## Услышать, как растет трава

«Пусть будут лишь мирные и радостные Дни Земли для нашего прекрасного космического корабля — планеты Земля, летящей и вращающейся посреди холодного космоса со своим столь уязвимым грузом жизни...».

Эти строки 21 марта 1971 года произнес генеральный секретарь ООН У Тан в честь первого Дня Земли. В подписанной за месяц до этого специальной прокламации он призывал людей быть внимательней к хрупкой и уязвимой окружающей среде нашей Земли.

С тех пор День Земли отмечается каждый год во время весеннего равноденствия и 22 апреля. Тем не менее, в большинстве стран этот праздник по сей день игнорируется властями, не придающими значения необходимости изменить отношение людей к планете и окружающей среде. И это не удивительно, так как инициатива должна идти «снизу» – и простые граждане, и влиятельные бизнесмены должны задуматься о том, как их поступки влияют на баланс в природе. И первый шаг на этом пути – это обратиться к «Зеленым Подаркам». И, перефразируя слова Нейла Армстронга, первого человека, ступившего на поверхность Луны: «Green Gifts – это один маленький шаг для человека и гигантский прыжок для всего человечества».

Александр Косачёв

**ENG** Maximize the impact of your message and minimize the impact on our environment! With this concept in mind, Mid Ocean Brands now offer an innovative range of great promotional products with respect for our environment. The new "Green Gifts" collection has been specially developed with the aim of urging customers to take responsibility for the planet and work together towards a greener future.



**2 новых каталога 2 способа продавать Ваши любимые сувениры.**

### GIFTS+

Свежий и стильный каталог прибавит особый ПЛЮС Вашему продвижению

**Свыше 1600 товаров и 200 новинок**

Страниц: 422  
Размер: 22,5 см x 28 см  
Корешок: 19 мм  
Вес: 1380 гр  
Бумага: 100 гр  
Обложка: 300 гр

### TRENDS

Компактный, удобный каталог, с помощью которого у Вас под рукой будут все самые последние товары.

**Свыше 1600 товаров и 200 новинок**

Страниц: 288  
Размер: 21 см x 28 см  
Корешок: 11 мм  
Вес: 740 гр  
Бумага: 90 гр  
Обложка: 300 гр

Mid Ocean Brands один из ведущих импортеров и поставщиков сувенирных товаров в Европе. Инновационные и уникальные бренды ARCO, ITD, KCF и Original Chameleon представлены на рынке через региональные офисы в Бенилюксе, Германии, Франции, Италии, Польше, Испании и Португалии, Швеции, Великобритании, Венгрии, Гонконге и России. Для того, чтобы гарантировать быстроту доставки, компания также имеет 3 дистрибуторских центра в Голландии, Испании и Польше и различные закупочные офисы непосредственно в Азии.

**Взгляните на новые каталоги на [www.midoceanbrands.com](http://www.midoceanbrands.com)**



# СДЕРЖАННОСТЬ, СОЗВУЧНАЯ ВРЕМЕНИ

## Новые пен-буки с твёрдым переплётом фирмы Prodir

Уникальная интеграция письменного прибора и записной книжки делает пен-буки швейцарской брендовой фирмы Prodir исключительно привлекательными. В последнее время швейцарские мастера из Тессина постоянно совершенствуют и расширяют свой ассортимент. Одной из последних новинок можно считать блокноты с твёрдой обложкой и новой концепцией персонализации.



Радуга твердых переплетов новых пен-буков компании Prodir.

Новый переплёт пен-буков выполнен в девяти цветах. В отличие от моделей с мягким переплётом, площадь для печати этих моделей не столь велика. Совершенно осознанно площадь для размещения рекламной информации уменьшена до 10x3 см. Благодаря этому искусному приёму упростилась не только персонализация обложки. Каждая твёрдая обложка пен-бука придаёт посланию свой лишённый какой-либо вычурности стиль: сдержанность, прекрасно отвечающую духу времени. Персонализация обложки выполняется

посредством трафаретной печати, одноцветным или прозрачным глянцевым тиснением, при этом контраст цветной обложки и прозрачного рельефа имеет исключительно элегантный вид. Для того, чтобы Ваш логотип выглядел убедительно, этого вполне достаточно.

Персонализацию можно продолжить внутри пен-бука. Тот, кто хочет иметь для своего послания больше места, может перед блоком листов включить целую рекламную страницу. Разместить на ней можно всё, что позволяет современная полиграфия. Нанесение на 85 листах пен-бука возможно с одной стороны в цветовой гамме от одного до четырёх цветов. Что касается бумаги, то наряду с белыми чистыми страницами клиенту предлагаются на выбор четыре образца: линованная, в клетку, пунктирная или с данными. Другие образцы предоставляются под заказ по Вашему дизайну. И, наконец, клиенты Prodir, конечно же, могут также выбрать себе письменный прибор: для пен-буков с твёрдой обложкой можно выбрать модели DS2, DS3 или DS5. Соответствующая форма прибора высекается в блоке записной книги, благодаря чему ручка и книга действительно становятся единым целым. Все письменные приборы оснащены замечательными швейцарскими стержнями, пишущими не менее 5000 м. Высококачественная бумага для блокнотов производится в стабильном лесном хозяйстве, и её отбеливание выполняется с использованием экологичного метода (ECF Siegel).

Головной офис:  
Zona Industriale 1/2; CH-6802 Rivera  
Fax +41-91-935 55 35  
sales@prodir.ch

Россия: АК «Продир Интернэшнл»  
тел.: +7 (495) 644-09-38  
e-mail: nushin.loyko@prodir.com  
www.prodir.com

**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 and one sales office in Moscow, guarantee quick, market-oriented service.

Также индивидуальны,  
как и пользующиеся  
ими люди.

КНИГА + РУЧКА.  
ПРЕКРАСНОЕ СОЧЕТАНИЕ РУЧКИ И БЛОКНОТА.

МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО - 250 ШТ.

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ НАШ СТЕНД 8-53 НА ВЫСТАВКЕ  
«ДИЗАЙН И РЕКЛАМА», КОТОРАЯ ПРОЙДЕТ С 15 ПО 18 АПРЕЛЯ В ЦДХ,  
ПО АДРЕСУ КРЫМСКИЙ ВАЛ, Д. 10

ПРОДИР СНГ, САДОВНИЧЕСКАЯ УЛ. 32, СТР. 2, ОФ. 2042,  
115035 МОСКВА, РФ. ТЕЛ. +495 644 09 38

ПРОДИР СА, ЗОНА ИНДУСТРИАЛЕ, 6802 РИВЕРА, ШВЕЙЦАРИЯ,  
ТЕЛ. 011-41-935 55 28

WWW.PRODIR.COM



prodir.

Город Гдов возник как форпост древнего Пскова. Мощные стены Гдовской крепости принимали на себя удары иноземцев. Впервые каменная крепость - город Гдов, названный "городком" был упомянут в летописи в 1323 году. Развитию поселения способствовало его ключевое пограничное положение на берегу Чудского озера, разделявшего Русь и Ливонию. Кроме того, находясь на важнейшей сухопутной дороге к Пскову, Гдов прикрывал его северные подступы. С течением времени город на реке Гдове выдвинулся как крупный населенный пункт и одновременно как крепость на западных рубежах Руси. Военно-оборонительное значение Гдова особенно выросло в XV веке.

В 1510 году Гдов, как и вся Псковская земля, вошел в состав Московского государства. Первая половина XVI века для Гдова была временем его наивысшего за весь период средневековья

## ГДОВ



Полный комплект пишущих инструментов "ГДОВ". Перьевая и шариковые ручки, роллер и механический карандаш. В алюминиевом корпусе трёх цветов: чёрный, тёмно-синий, багровый. Роллер и шариковая ручка из нержавеющей стали.



**В НОВОМ СЕЗОНЕ -  
НОВЫЕ ПОКРЫТИЯ!**

подъема. Он являлся крупнейшим центром Псковского края. В 1520-1530 гг. здесь был возведен один из самых значительных из строившихся тогда в Псковской земле собор Святого Дмитрия Солунского. Последовавшая в 1568 году опричнина, царские репрессии против северо-западных городов и беды Ливонской войны (1558-1583 гг.) непоправимо подорвали экономику города и его округи.

К концу XVII века военное значение Гдова стало снижаться. В течение первой половины XVIII века Гдовский кремль окончательно утратил прежнюю боевую направленность. Стены стали разбирать на строительный материал. Сохранением древнерусской твердыни мы обязаны высшим лицам государства. В 1781 году Екатерина II во время кратковременного пребывания в Гдове выразила желание восстановить Гдовский кремль, и ломка крепости на время прекратилась.

В феврале 1944 года при отступлении немецких войск Гдов был почти полностью разрушен. При этом были взорваны все каменные храмы и другие строения, находившиеся в кремле. Чудом уцелели крепостные стены. В послевоенные годы Гдов был заново возрожден город, а в 1990-1991 гг. в Гдовской крепости восстановили на прежней основе, в достоверно первоначальных формах собор Св.Дмитрия. 8 ноября 1994 года возрожденный собор, которому дали имя Державной Божьей Матери, был освящен и полностью открыт для богослужения.

*Соблюдая традиции,  
совершенствуя технологии*



Леон Директ (Москва)  
www.leondirect.ru  
(495) 79-89-100, 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





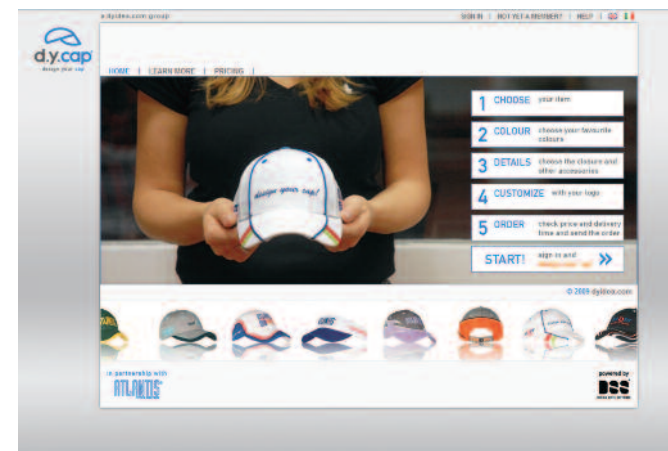


# КЕПКА ИЛЬИЧА

Кризис на каждом сказывается по-своему, однако, общим является то, что денег на рынке мало, а значит, мало и заказов. Менеджеры стонут: «Клиенты поголовно отвечают, что денег нет». На это я всем говорю, что если клиент говорит, что у него нет денег, значит, ты у него их просил! Прямо или косвенно, но лишь на вопрос: «Дай денег» можно получить ответ: «Денег нет». Ещё в прошлом году, когда спрос покрывал предложение, как одеть голые ноги, такой подход был возможен. Теперь же, когда за каждый заказ необходимо бороться, так больше не получится. И нелепо просить у клиентов денег! Их действительно нет. Так что ж, конец? Конечно же, нет! Кризис или нет, а потребность в бизнес-сувенирах никуда не исчезла. Чтобы в период кризиса выигрывать у конкурентов, наоборот, нужна даже повышенная маркетинговая активность: выставки, презентации, рекламные кампании – а это всё без сувениров не обходится. И что толку платить аренду вовремя, если продаж нет, и через пару месяцев всё равно придётся съезжать! Лучше уж попытаться договориться с арендатором (он ведь тоже понимает, что кризис), а деньги вложить в стимуляцию продаж. Авось, и появятся финансы, и на аренду в том числе. Вот из этого и нужно исходить в своей работе менеджеру продаж. А если потребность осталась, то теперь необходимо найти пути её удовлетворения. Чтобы и заказчику было не больно, и поставщику не обидно.

Конечно, каждая компания будет решать такие вопросы по-своему, и здесь нет общих рецептов. Однако существуют непреложные истины, годные для любой компании и кампании. Одна из них – качество поставляемого продукта. В нормальные времена, когда в компаниях достаточно денег, рекламные сувениры могут быть какими угодно. Можно экспериментировать, делать ошибки, просто соглашаться с напористым менеджером рекламной фирмы, чтобы отстал. Сегодня сувенир должен обладать всеми лучшими качествами и при этом стоить недорого. Он должен быть эксклюзивным, чтобы быть желанным. Он должен быть функциональным, чтобы им действительно пользовались. Он должен быть нейтральным, чтобы он подходил всем, или почти всем, не обижая никого. Он должен быть креативным, чтобы запоминаться тем, кто его видит. Он должен быть недорогим, чтобы у покупателя хватило денег купить его в достаточных количествах. Всеми этими качествами обладает проект, который мы запускаем этой весной – эксклюзивные рекламные кепки.

Система, представленная на сайте [www.designyourcap.eu](http://www.designyourcap.eu), работает таким образом, что вы вместе со своим заказчиком, сидя у компьютера, выбираете сначала модель кепки, затем цвета каждой её детали, затем место, метод и размер нанесения, а затем... изделие производится по результатам этой работы. Конечно, если выставка или мероприятие назначены на следующую неделю, то такая работа – лишь пустая трата



времени. Эксклюзивное изделие будет добираться до заказчика три-четыре месяца, но тем оно и хорошо, что его актуальность от этого не изменится. Кепка уже давно завоевала место на головах россиян. Их используют и как часть корпоративной одежды, и просто носят с ранней весны до поздней осени. Но обладает ли она, действительно, теми качествами, о которых написано в предыдущем абзаце? Проверим!



Пожалуй, об эксклюзивности не стоит говорить более одной фразы – изделие уникально, сделано под заказ, небольшой партией, и если заказчик и дизайнер с у в е н и р н о й фирмы поработали хорошо, у изделия могут быть все шансы оказаться любимым головным убором. Теперь уже это важно! Россия за семь жирных лет затоварилась, и на шляпных полках её граждан имеются различные головные уборы. Ваш должен оказаться победителем в этой гардеробной конкуренции! К счастью, таких кепок пока делалось мало, и пока возможность выиграть у более стандартных собратьев велика!

Функциональность кепки тоже, пожалуй, не вызывает сомнений. Кому от лысины, кому от солнца – защита головы дело нужное и привычное. Особенно в многонациональной России, где многие жители вообще не представляют себя без головного убора.

Если на кепке не будет вышито или нанесено краской никаких оскорбительных надписей, то и обидеть такое изделие никого не может. Поясню, что я называю обидным или оскорбительным. Например, китайцам нельзя дарить часы, так как они ассоциируются у них со смертью, и даже иероглиф очень похож. А арабам не стоит дарить вещей голубого цвета, который в этих странах является траурным и ещё напоминает о цвете израильского флага. Итальянцам нельзя дарить ножей (как, кстати, и в России это не принято), ибо нож – символ вендетты. Так вот, с этой точки зрения кепка – вполне нейтральный товар. И носят кепки как мужчины, так и женщины.





О креативности самих кепок позаботились за нас итальянские дизайнеры, и мы можем положиться на их хороший вкус и чутьё моды. Наша задача, в основном, не слишком испортить то, что ими уже сделано, своим нанесением и сочетанием корпоративных цветов. В любом случае, в программу включены некоторые подсказки по цветовым сочетаниям, используя которые можно создать вполне сносное на вид изделие.

Ну и наконец, цена таких кепок и вообще-то не очень высока, но программа ещё и показывает стоимость в реальном времени, в зависимости от сделанных изменений. Поэтому ее несложно регулировать, если вдруг она будет зашкаливать. Естественно, что пошив таких изделий может быть произведён в короткие сроки, в небольших количествах и максимально недорого только в Китае, где они и делаются. Тем не менее, сочетание цены и качества изделий вполне отвечает требованиям самых взыскательных заказчиков. Удобство работы через программу, когда можно всё сделать и распечатать готовый проект в цвете, с нанесением, сроками поставок и ценой, не только облегчает работу с заказчиком, но и привносит в этот труд элемент живого участия, что тоже немаловажно в наши грустные времена.

Сроки поставки, конечно, немалые. Но ведь опять же, в кризис никто не принимает импульсивных решений, а значит, время у заказчика должно быть. К тому же такой длительный срок даёт поставщику возможность поделить стоимость заказа на несколько платежей. Так и заказчику будет легче, и это не окажет влияния на экономику поставщика. Познакомиться с тем, как это работает, можно посмотрев видеоролик по этому адресу: [http://www.designyourcap.eu/DSS\\_DEMO\\_VIDEO/congra-video-2008.html](http://www.designyourcap.eu/DSS_DEMO_VIDEO/congra-video-2008.html).



Мы сделали программу удобной для россиян, перевели её на русский язык, так что дилеру и заказчику не придётся ломать голову над сложными профессиональными терминами. Мы также можем предоставить коды доступа нашим дилерам, и они будут пользоваться нашей программой от своего имени и со своими ценами. Вот это наш взгляд и есть самая действенная мера борьбы с кризисом! Предлагать заказчику нужные изделия по сходной цене и с наилучшим качеством обслуживания. Если это не победит кризис, то значит, он непобедим.

программой от своего имени и со своими ценами. Вот это наш взгляд и есть самая действенная мера борьбы с кризисом! Предлагать заказчику нужные изделия по сходной цене и с наилучшим качеством обслуживания. Если это не победит кризис, то значит, он непобедим.

**ENG** One common feature of crisis for all companies is decrease of sales. But the need for business souvenirs have not disappeared. The competition with other companies requires even higher marketing activity on trade shows and in advertising campaigns. And customised baseball cap are one of the best promotional items for these purposes. And Leo Kostylev suggests new technology to make caps unique using services of [www.designyourcap.eu](http://www.designyourcap.eu).



# HANES ВЫПОЛНИТ ЛЮБУЮ ЗАДАЧУ!

Новая линия фирменных изделий Hanes для новой группы клиентов

Сильная марка для сильной команды:  
коллекция клубной одежды Club Wear Collection от Hanes!



## Club Wear

Новейшая коллекция одежды Club Wear от Hanes идеально подходит для тех, кто играет в одной команде. Она специально создана для клубов, спортивных команд, фирм и компаний, которые хотят выглядеть современно и индивидуально. Поэтому для них так важно быть уверенными, что свою эмблему или фирменный знак они размещают не на какую-то футболку, а на настоящее высококачественное брендированное текстильное изделие. А именно – на оригинальную одежду от Hanes!

Кроме того, эта коллекция без сомнения придется по душе тем, кто ценит высококачественные фирменные вещи.

Hanes – это традиционная американская марка, которая с 1901 года остаётся верной своему кредо: «Качество и совершенство». Новая коллекция идеально подходит для всех, кто не боится ставить перед собой сложные задачи и желает воплощать в жизнь свои собственные идеи. В новую коллекцию вошли 5 самых популярных моделей Hanes, украшенных фирменным лейблом. Hanes предлагает богатый выбор: модели Top-T™, Fit-T™, Beefy Polo™, Beefy Sweat™ и Beefy Hooded Jacket™ – все с нанесенным фирменным знаком Hanes.

Всегда индивидуальный подход:  
**HANES ВЫПОЛНИТ ЛЮБУЮ ЗАДАЧУ!**

Hanes предлагает только лучшие товары и услуги: покупатели свободны выбирать из всего ряда моделей различных размеров (от S до XXL) и 8 ультрамодных цветов. Все изделия представлены в следующей гамме: белый, чёрный, серый, красный, ярко-синий, темно-синий, коричневый и хаки.

Дополнительную информацию о новой Club Wear Collection и других товарах марки Hanes вы найдёте на сайте [www.hanes.eu](http://www.hanes.eu).

**ENG** The newest Club Wear collection from Hanes is an ideal choice for team-players. It was specially created for clubs, sport teams and companies who pay high tribute to be modern and unique. That is why is very important to be sure in the quality of the textile brand for them. And it is the reason to choose Hanes!



В наличии у наших дистрибьюторов:

**Леон Директ**  
127051, г. Москва, Лихов переулок,  
дом 3, строение 2  
Тел.: (495) 79-69-100  
Факс: (495) 650-52-02  
e-mail: [moscow@leondirect.net](mailto:moscow@leondirect.net)

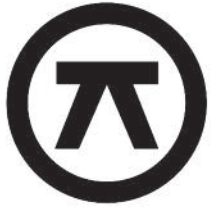
«Остров Сокровищ – ФиннДизайн»  
194044, Санкт-Петербург,  
Беловодский переулок, дом 7  
Тел.: (812) 313-69-00  
Факс: (812) 313-69-04  
e-mail: [info@finndesign.ru](mailto:info@finndesign.ru)

ООО «Каталого» (Москва)  
Тел.: (495) 960-23-04  
[www.katalogo.ru](http://www.katalogo.ru)

Hanesbrands Europe GmbH  
[europa.info@hanesbrands.com](mailto:europa.info@hanesbrands.com)



# ITALIAN STYLE



**KEYONE®**  
DESIGNED IN ITALY



## STEDMAN: НА ПЕРЕДОВОЙ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТИЛЯ

**Выбор товаров от Stedman в 2009 стал еще больше:  
Большой выбор – Больше покупателей –  
Большой оборот**

Stedman всегда ручается за первоклассное качество, идеальные цены и точное соответствие кроя и расцветки актуальным потребностям рынка. Но чем еще отличаются товары марки Stedman? Мы всегда прислушиваемся к мнению своих дилеров. Поэтому по многочисленным просьбам мы расширяем ассортимент особо успешных расцветок среди наших ведущих позиций. Для вас это означает большее предложение для большего оборота.

### Новый облик классики

Расширив цветовую гамму некоторых наиболее успешных моделей, Stedman снова попал точно в цель. Так, в наступающем сезоне мужские модели Comfort Men, Classic V-Neck и мужские модели Polo Men будут представлены и в свежем оранжевом цвете. А в связи с особым спросом у мужчин на синие цвета, в будущем ряд моделей Classic Men, Comfort Men и Polo Men будет дополнен синими оттенками. Кроме того, Classic V-Neck выйдет в свет в желтом и бутылочно-зеленом исполнении. В случае внезапного похолодания мужчины смогут порадовать свитерами с капюшонами Hooded Sweatshirts, выполненными в двух модных оттенках: в синем Bright Royal и ярко-красном Scarlet Red.

### Поставка точно под заказ

Если кто-то полагает, что большой ассортимент увеличивает сроки ожидания поставки, он ошибается. Благодаря большому товарным запасам мы как всегда гарантируем быстрые сроки. Stedman всегда остается Stedman – только с еще большим выбором.

Stedman начинает 2009 год с новым веб-сайтом:

получайте информацию и зарабатывайте в режиме online! Stedman задает новые стандарты не только на рынке рекламных продуктов, но и в презентации ассортимента в сети. Новая информационная страница [www.stedman.eu](http://www.stedman.eu) с января 2009 года становится еще более быстрой и удобной для пользователя. В унисон с новым каталогом полностью изменен дизайн сайта в стиле «Cool As Ice». Благодаря новым интерактивным элементам управления Вы сможете еще нагляднее продемонстрировать вашим клиентам преимущества марки Stedman.

### Новые дополнительные функции – чрезвычайно привлекательно

Вы хотите увидеть футболку или рубашку «поло» какого-либо определенного цвета? Нет проблем! Просто выберите необходимый цвет из предложенной цветовой гаммы, и появившееся изображение наглядно продемонстрирует достоинства модели. А при помощи новой упрощенной системы навигации будет достаточно одного клика, чтобы получить доступ ко всем важным пунктам меню.

### Распечатай и продай

Но настоящим «гвоздем» программы является введение функции скачивания изображений и описания продукции в форме удобного каталога. Полученные файлы в формате PDF с высоким разрешением изображений могут применяться для самых различных целей. Буквально по мановению руки их легко превратить в привлекающие внимание флаеры, календари-планинги на год или навесные этикетки для демонстрации товаров.

www.stedman.eu

Текстиль

Быстрая доставка, надежный сервис и невероятно низкая цена в сочетании с великолепным качеством! Ice cold facts.

COOL AS ICE!

**Stedman Classic Men (ST2000)**  
155 г/м<sup>2</sup>  
100% хлопок кольцевого прядения, одиночная нить джерси  
GYN: 85% хлопка / 15% вискозы  
кругловязанное полотно  
вшитая от плеча до плеча тесьма  
S-M-L-XL-XXL-XXXL

**В наличии у наших дистрибьюторов:**

**Леон Директ**  
Тел.: (495) 79-69-100  
Факс: (495) 650-52-02  
e-mail: moscow@leondirect.net

**«Остров Сокровищ – ФиннДизайн»**  
Тел.: (812) 313-69-00  
Факс: (812) 313-69-04  
e-mail: info@finndesign.ru

**ООО «Каталого» (Москва)**  
Тел.: (495) 960-23-04  
[www.katalogo.ru](http://www.katalogo.ru)

**Hanesbrands Europe GmbH**  
Division Stedman  
[www.stedman.eu](http://www.stedman.eu)  
europe.info@hanesbrands.com

**Леон Директ (Москва)**  
[www.leondirect.ru](http://www.leondirect.ru)  
(495) 79-69-100, 650-50-29,  
650-50-34,  
[moscow@leondirect.net](mailto:moscow@leondirect.net)



**ФиннДизайн (Санкт-Петербург)**  
[www.finndesign.ru](http://www.finndesign.ru)  
(812) 313-69-00,  
313-69-03  
[info@finndesign.ru](mailto:info@finndesign.ru)





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



**Stedman**<sup>®</sup>

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

**Компания ЭКОТЕЛЬ**  
производит полотенца с логотипом на собственном оборудовании

тел.: (495) 107-6034 ecotel21@inbox.ru  
[www.ecotel21.ru](http://www.ecotel21.ru)

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

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

**Промо - Текстиль для печати и вышивки**

Rainbow  
Classic Lux  
FreeStyle  
White Magic

ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ

(812) 324-6418 | mail@indros.spb.ru  
(812) 335-3179 | www.futbolki-optom.ru



# ПРАВИЛЬНЫЙ СУВЕНИР УМЕЕТ ЗАРАБАТЫВАТЬ

Яркие веселые фигурки на рабочем столе среди канцелярских принадлежностей и деловых аксессуаров: самолетик, машинка, грузовичок на маленьких, но вполне настоящих колесиках... Что это, серьезный человек в игрушки играет?..

О, нет. Перед вами – новое поколение USB-сувениров.

Плоские фигурки ярких цветов – это ультрасовременные флешки, которые с успехом исполняют роль тематических подарков. Объем памяти от 512Мб до 8Гб. Каждая модель поставляется в индивидуальной упаковке.

## • Автомобили

Эти подвижные машинки динамичного дизайна. С помощью вращающихся колес машинка легко перемещается по любой поверхности. Стандартные цвета флешки: белый, желтый, синий, красный, зеленый. В базовом предложении есть несколько готовых вариантов дизайна.

## • Грузовики

Забавные грузовички оперативно доставят информацию о Вас Вашим клиентам. Стандартные цвета флешки: белый, желтый, синий, красный, коричневый. В базовом предложении есть несколько готовых вариантов дизайна.



## Яркие тематические USB флэш-карты

4 группы: Автомобили, Грузовики, Самолеты, Корабли

Поставка на заказ или со склада.  
Широкий выбор возможностей для персонализации.  
Изготовление по Вашему дизайну от 250 шт.  
Объем памяти 512Мб - 8Гб.



Северный Дом

Заказать флешку по тел.  
+7 (495) 644-46-21  
www.severd.ru



## • Корабли

Создать и подарить уникальный рекламный сувенир – это просто. Стандартные цвета флешки: белый, красный. В базовом предложении есть несколько готовых вариантов дизайна.

## • Самолеты

У самолетов флеш-карта выезжает снизу. Стандартные цвета флешки: белый, желтый, синий, красный, зеленый. В базовом предложении есть несколько готовых вариантов дизайна.

Такие сувениры не затеряются на столе среди бумаг: флешку можно поставить на колесики, она устойчива и не будет падать плашмя.

Инвестиции в такие сувениры выгодны. Разумеется, они формируют положительный образ фирмы-дарителя. Разумеется, тематическая флешка с логотипом компании не даст позабыть, кто ее преподнес. Крошечная вещица в силах удержать ваших нынешних клиентов и привлечь новых.

Инвестируя в такие подарки, в итоге получаешь больше: новых клиентов, новые прибыли.

Интересные, необычные формы, яркие цвета, высокое качество исполнения вкупе с нанесенным логотипом компании делают флешки не дежурным подарком, но реально работающим рекламным инструментом.

В пользу выбора тематических USB-сувениров для клиентов и партнеров говорят следующие факты:

• Это современно. Абсолютно актуальный и полезный подарок.

• Это FUN. Ни у кого больше такой флешки нет и не будет. Вас точно запомнят! И вспоминать будут, кстати, добрым словом.

• Это реально работающий рекламный инструмент.

• Этот инструмент позволит Вам заработать больше.

Так получается замечательная цепочка: Вы подарили клиенту радость, он подумал о вас хорошо и поучаствовал в том, чтобы Ваш бизнес был прибыльным.

Рекомендуем: веселые антикризисные USB-сувениры для Ваших клиентов и партнеров. На Ваши вопросы мы ответим по телефону: +7 (495) 644-4621. Звоните по этому же номеру, чтобы оформить заказ. Подробную информацию Вы также найдете на нашем сайте: [www.severd.ru](http://www.severd.ru).



Руководитель проекта  
Денис Ткаченко  
«Мастерские «Северный Дом»

ENG Bright and funny cars, airplanes and ships on the table of modern businessman are not toys. They are the new generation of business gifts. They are ultra-modern flash-cards which will never get lost among papers. And they are powerful promotional instruments too. Using them as business gifts will definitely bring new clients and partners and increase your profits.

# СОЛНЦЕ В АВОСЬКЕ

Как мы соскучились по солнцу, по теплому ветерку, по ясному небу за долгую и пасмурную зиму! И как приятно и захватывающе сейчас планировать летний отпуск, когда можно будет понежиться на пляже или отрешиться от забот в шезлонге где-нибудь в горах. И о светлых летних деньках вместе с вами мечтают сотни тысяч таких же утомленных непогодой людей, запертых в офисах, на производствах, в магазинах, кафе и ресторанах. Давайте в преддверии курортного сезона сделаем им незабываемый подарок!



Как обидно, когда заслуженный отдых прерван такой досадной случайностью, как разрядившаяся батарея в плеере или севший аккумулятор в мобильном телефоне. Смолкают любимые мелодии, а друзья и родные оказываются отделены от вас километрами пути. До этого было необходимо постоянно быть начеку – следить за уровнем зарядки и постоянно покупать новые элементы питания. А если вы уединились вдали от цивилизации? Все бросать и мчаться в город?

Эту проблему призваны решить устройства, использующие солнечную энергию в качестве питания. Сама идея использовать альтернативные источники питания не нова, но реально полезное воплощение она нашла не так давно. В первую очередь – в портативных зарядных устройствах. Универсальная зарядка для мобильных устройств, в силу небольших размеров, легко поместится в багаже, а один раз взяв ее в поездку, вы наверняка включите ее в обязательный «джентльменский» набор. Она дает небольшой ток, конечно, не запитать телевизор, но для поддержания жизнедеятельности небольших приборов, таких, как телефоны, фотоаппараты, плееры, его мощности вполне достаточно. Другой вариант солнечной зарядки – рюкзак с пластинами, улавливающими солнечную энергию. Он идеально подходит любителям пикников на природе, фанатам велопробегов и поклонникам мотоциклов и скутеров.

Но можно шагнуть дальше и вообще отказаться от необходимости подзарядки. Например, замените свой старый MP3-плеер его улучшенной моделью, вообще не нуждающейся в подпитке. Он работает на солнечных батареях и автоматически подзарядается, даже если вы просто оставили лежать на столе. Для любителей забираться в глушь, устраивать романтические ночевки на природе есть компактный светодиодный фонарик. Оставьте его на несколько часов под солнцем, и в темное время суток он с готовностью вернет вам впитанный свет сторицей.

Уже загорелись желанием обзавестись подобными новинками и преподнести их своим партнерам и коллегам? Компания «ФлэшМастер» в ближайшее время начинает поставки этих устройств на российский сувенирный рынок. Их стоимость начинается с 15-20 долларов, что делает их доступными деловыми подарками по любому поводу, будь то летний корпоратив или просто начало отпуска. Это идеальный современный подарок для тех, кто ценит своих клиентов и желает им яркого солнца над головой.

Когда на сердце покоя нету,  
Когда оно промозглым днем чего-то ждет:  
«Крепитесь, люди, скоро лето!»  
К нам наше лето обязательно придет!  
О. Митяев



«ФлэшМастер» предлагает дарить устройства на солнечных батареях как по отдельности, так и объединять в тематические наборы. Кроме очевидных преимуществ в эксплуатации и оригинальности идеи, серия данных бизнес-сувениров имеет еще одно преимущество – они могут стать частью любой рекламной или PR-кампании, популяризируя бережное отношение к окружающей среде, заботу о природе и укрепляя положительный имидж компании как ответственного партнера.

Компания «ФлэшМастер» желает вам встретить свои лучшие рассветы и закаты!

«Крепитесь, люди, скоро лето!»

Александр Косачёв



ENG We have used to keep an eye on the charge level of cell-phones or music players. But what should we do if we are on the vacation and have left civilization behind? Mobile gadgets using solar batteries would help us! Portable charging devices, MP3-players, flash-lights and more powered by sunlight will be the greatest business gifts for this summer season.

ООО «ФлэшМастер»  
РФ, 101000, г. Москва,  
ул. Мясницкая, д. 30/1/2, стр. 2, оф. 4  
Телефон: (495) 608-62-68  
Факс: (495) 608-62-68  
[www.flashmasterltd.ru](http://www.flashmasterltd.ru)



# TATTI

изделия из натуральной кожи

Бизнес-сувениры по Вашему дизайну, аксессуары для кафе, ресторанов, отелей.

Ежедневники, записные книжки, визитницы, фотоальбомы.

Эксклюзивные реставрационные и переплётные работы по индивидуальному дизайну.

Нанесение логотипа, рисунка разнообразными методами: конгрев, блинт, многоцветная вышивка, ручная роспись.

*Ваши фантазии - наше воплощение.*

т. 375 - 54 - 26, 635 - 87 - 83  
tatti54@mail.ru  
www.tatti54.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 выпеллы. Изделия изготавливаются из различных металлов, с золочением и серебрением, с покрытием различными эмалями.

МАГНИТЫ & МАГНИТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ООО «ПОЛИМАГНИТ»

### ПРЕДЛАГАЕТ

гибкий листовый магнитный материал и магнитная лента для полиграфии, сувенирной и рекламной продукции

**МАГНИТНЫЙ ВИНИЛ**  
- перспективный материал для производства рекламы:  
- безукоризненно держится на любых металлических поверхностях;  
- прост в использовании и обработке;  
- поставляется в виде гибких полимерных листов толщиной 0.25 - 3.0 мм;

**МАГНИТНАЯ ЛЕНТА:**  
- соединяет отдельные фрагменты в одну целую картину без видимых швов;  
- позволяет быстро и многократно осуществлять сборку рекламных стендов;  
- выпускается шириной 12,7 и 25,4 мм, с самоклеющейся поверхностью, для внутренних и наружных работ;

e-mail: magnet@amtc.org, http://amtc.ru  
тел.(495) 785-85-22, (495) 785-85-21

**МОСКВА**

745-40-16  
745-40-17  
642-07-22

agrafa@mail.ru www.agrafa.ru

рекламное агентство типография

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

## ООО «ЛИВАДИЯ»

Мы делаем эксклюзивными обычные деловые подарки

- Обложки из натуральной кожи для ежедневников, паспортов и документов
- Книжные переплеты
- Бары, штофы, тубусы для киев и коробки для бильярдных шаров
- Декоративные фартушки для пивных кружек

Мы делаем эксклюзивные деловые подарки индивидуальными!

- Нанесение логотипов или символики предприятий
- Изготовление эксклюзивной продукции по эскизам заказчика
- Ручная работа

www.egednevnik.ru  
Москва, тел./факс:(495)327-66-53, 8-916-069-87-32

## VIP-подарки

### ООО «СИНАЗА»

Санкт-Петербург

tel./fax (812)560-9565  
+7(901)304-4950  
www.synaza.ru  
mail@synaza.ru

Эксклюзивные сувениры с покрытием из золота и серебра, изготовленные по оригинальной технологии.

## «Классики МАПП»

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг предназначен для широкого круга конечных заказчиков этой продукции: представляет им рекламно-сувенирные фирмы России и Европы в удобной форме рубрикатора

Профессионалам отрасли наш сайт предоставляет возможность разместить свой баннер во всех интересующих рубриках. Для осуществления этой возможности необходимо зарегистрироваться на сайте. Каждый участник Классификатора имеет доступ к полной статистике посещаемости своих баннеров. Оплата производится по кликам. С подробностями размещения можно познакомиться по адресу:

**www.class.iapp.ru**





# Международная Ассоциация Презентационной Продукции

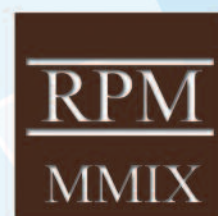
Журнал "Профессионал  
рекламно-сувенирного бизнеса"  
[www.profi.iapp.ru](http://www.profi.iapp.ru)



Журнал "Лидер МАПП"  
Для конечных заказчиков  
бизнес-сувениров  
[www.leader.iapp.ru](http://www.leader.iapp.ru)



Russian Promotional  
Market Review



Ежегодный  
аналитический  
отчёт  
[www.rpm.iapp.ru](http://www.rpm.iapp.ru)



Классификатор сувенирной  
продукции и рекламных услуг  
[www.class.iapp.ru](http://www.class.iapp.ru)



Сувенирный БазаR покупка и  
продажа бизнес-сувениров  
[www.bazar.iapp.ru](http://www.bazar.iapp.ru)



База данных презентационной  
продукции [www.blaza.ru](http://www.blaza.ru)



...ИДИ ЗА НИМИ...

Сувенирный портал [www.iapp.ru](http://www.iapp.ru)



# КЛАССИКИ МАПП

...Иди за ними...

[www.class.iapp.ru](http://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 - 390 руб. (10)
2. 40x15 мм - 750 руб. (15)
3. 40x20 мм - 1060 руб. (20)
4. 40x40 мм - 1430 руб. (30)
5. 40x50 мм - 1800 руб. (35)
6. 40x60 мм - 2140 руб. (40)
7. 40x80 мм - 2780 руб. (140)
8. 4x12 см - 3950 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](mailto: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 интересующих их рубриках.  
Конечные заказчики знакомятся с рекламно-сувенирными фирмами России и  
Европы в удобной форме рубрикатора.





Название выставки	Город	Время проведения	Контактная информация
Рекламные технологии. Информационные технологии. EVENT- индустрия. Уральская пресса	Челябинск Выставочный центр «Восточные Ворота»	07.04.09-09.04.09	www.expo74.ru
Туризм. Спорт. Отдых Здравницы России	Уфа ДК «Нефтяник»	07.04.09-09.04.09	www.bashexpo.ru
Индустрия праздника 2009	Москва ВВЦ	09.04.09-11.04.09	www.indpr.ru
Christmas Time / ВЕСНА - 2009	Москва ЦДХ	15.04.09-18.04.09	www.christmastime.ru
Дизайн и реклама 2009	Москва ЦДХ	15.04.09-18.04.09	www.design-reklama.ru
Фестиваль Рекламы. Конкурс «Мисс Реклама Ярославль – 2009»	Ярославль ГКВК «Старый город»	21.04.09-22.04.09	www.expojar.ru
Жар-Птица 2009	Москва ВВЦ	22.04.09-26.04.09	www.nkhp.ru
Рекламно-полиграфический форум Сибреклама. Печатный двор Сибири. Сибофис. Бизнес-стиль. Сибпресса - 2009	Новосибирск ITE Сибирская Ярмарка	12.05.09-15.05.09	sibprint.sibfair.ru
Реклам-Экспо - 2009	Кемерово Легкоатлетический манеж	19.05.2009- 22.05.2009	www.exposib.ru
Совместимые расходные материалы для печати	Москва ВВЦ	20.05.09-22.05.09	www.rce.consef.ru
Подарок Санкт-Петербургу	Санкт-Петербург ЦВЗ «Манеж»	20.05.09-24.05.09	www.sivel.spb.ru
Рекламный марафон в рамках "Сибирской строительной недели"	Омск МВЦ «Интерсиб»	20.05.09-22.05.09	www.intersib.ru
Пятый Элемент. Рынок Рекламы. Рекламно-полиграфический форум юга России 2009	Ростов-на-Дону КСК «Экспресс»	21.05.09-22.05.09	www.rostex-expo.ru
Реклама и Дизайн. Полиграфия	Белгород ВК «Белэкспоцентр»	26.05.09-28.05.09	www.belexpocentr.ru
Реклама. Полиграфия - 2009	Владивосток спорткомплекс "Динамо"	27.05.09-29.05.09	www.atr-expo.ru
Текстильлегпром	Тверь Тверской областной «Дом науки и техники»	03.06.09-05.06.09	www.dnt-tver.ru