



Classic Century
Collection

CROSS®

пишущие инструменты
кожаные аксессуары
часы



Компания «Бюрократ» –
эксклюзивный дистрибьютор Cross в России.
www.buro.ru



ОЛСАМ

Сувенирная Компания

КОРПОРАТИВНЫЙ СУВЕНИР

Скоро конференция, выставка, деловая встреча?
И вновь встает очередная проблема, что подарить партнеру, коллеге, а может, даже, конкуренту.
В такой ситуации чудесным подарком будет сувенир с Вашим корпоративным логотипом.



Не будем останавливаться на достигнутом! В комплекте со значком давайте преподнесем зажим для галстука мужчинам или заколку для шейного платка дамам.



2009 год вступил в свою финальную фазу. Пора уже и задуматься о подарках к Новому году. Сделайте уходящий год незабываемым для своих сотрудников, вручив памятные знаки: значки, зажимы или подвески-брелоки для мобильного телефона.

И пусть эти маленькие подарки станут символом уверенности в будущем, гарантией надежности вашей компании.



Приходите, пишите, звоните, мы работаем для Вас!

www.allsam.ru

Олефиренко Наталья,
ООО «Олсам», 127018, Москва,
Суцевский вал, дом 5, стр. 20, офис 11.
Тел./факс: (495) 981-82-37
Моб. тел.: 8 916 688-64-80

ВНЕШНОСТЬ - МОЖЕТ БЫТЬ ЛЮБОЙ,
НО ВНУТРИ - ВСЕГДА VICTORINOX



Широкий выбор возможностей для персонификации на заводе производителя гравировка на лезвии, нанесение на рукоятке, подбор корпоративных цветов



Компания Бюрократ - эксклюзивный дистрибьютор Victorinox в России.
www.buro.ru

содержание

Слово редактора

Стр. 6 Герой нашего времени

Стр. 8 Новости

Стр. 14 Выставки

Pro-мнение

Стр. 20 Голоса осени
Стр. 23 «РА Антилогика» Выпуск #5
Стр. 24 Чему учит история
Стр. 26 Игры, которые мы выбираем

Ex oriente lux

Стр. 28 China Sourcing Fair: Gifts & Premiums

Традиционное

Стр. 31 Lachetta Milano: состоятельный выбор
Стр. 32 Prodir открывает концептуальную студию в Цюрихе
Стр. 34 Наклей-ка!

Текстиль

Стр. 37 Высочайшее качество – теперь в новых, стильных и модных цветах

Коллекции

Стр. 40 Limited Edition: безграничные возможности
Стр. 42 Цифровое чудо
Стр. 44 Разрешите представиться – «Вельможа»
Стр. 45 Все дело в камне
Стр. 47 USB PEOPLE: больше новых идей!

Стр. 50 Классификатор сувенирной продукции

Стр. 60 Классификатор рекламных услуг

Новые лица

Стр. 63 Новые члены МАПП

Стр. 64 Календарь выставок

www.profi.iapp.ru



20 / Слушай биение сердца!



26 / Как не сыграть в ящик



40 / Не'Qwa? Загадка!



23 / Любовь приходит и уходит, а кушать хочется всегда



28 / Born to be Asian



42 / Это флэшка в ночи – «flash in the night»...



24 / Давайте жить дружно?



31 / Сум(м)а ума



47 / Оторви голову с пользой!

№39

7 392009 31082009

www.iapp.ru

www.profi.iapp.ru

www.class.iapp.ru

www.blaza.ru

«ПРОФЕССИОНАЛ
рекламно-сувенирного бизнеса»
№39, 2009 г., (сентябрь)

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
Юлия Лабеиш

WEB-дизайн:
Алексей Петюшкин

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: ИПСА, РАППС, Экспопарк, Экспозентр
Санкт-Петербург – Ленэкспо, Ретэк, Принтэкс,
Евразия.
Пермь, Сочи, Казань, Красноярск, Архангельск,
Ростов-на-Дону и других.
Журнал распространяется на выставках за пределами
России – в Дюссельдорфе, Париже, Скандинавии;
Журнал рассылается по фирмам России, заявившим
рекламно-сувенирную деятельность единственным или
одним из родов своей деятельности.

ГЕРОЙ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

Я редко смотрю телевизор. Особенно в России. Особенно современные российские фильмы и сериалы. Однако, даже то малое, что мне пришлось увидеть, приводит меня всегда к одному и тому же вопросу: где здесь положительный герой?

Практически во всех современных телесозданиях действуют мосластые, широкоскулые парни с мрачными и надменными лицами, которые улыбаются только при встрече с такими же brutальными созданиями. А ещё они часто в знак приветствия ударяются кулаками или грудью об грудь, а то и вообще выделывают целый комплекс прихлипов и притопов. Что же это напоминает? Ах да, американское «чёрное» кино семидесятых. В 1964 году в США было официально отменено рабство, после чего темнокожее население страны стало более активно участвовать в социальной жизни страны. Вместе с местами «для цветных» в транспорте и парках исчезли отдельные лиги бейсбола и баскетбола «для белых» и для остальных, американские негры получили такое же право на творчество, как и белое население страны. Чёрное кино – это когда все актёры темнокожие, много стрельбы и невероятных нарядов, «крутые тачки», наркотики, оружие и негры, называющие друг друга оскорбительным «нигер».

Но оставим Америку и вернёмся к нашим «пацанам». В отличие от американского кино, в современном российском очень трудно понять, кто же представляет «наших», то есть тех положительных, которым зритель должен сопереживать и за которых должен «болеть». Выглядят «плохие» и «хорошие» одинаково, говорят на одном и том же жаргоне, стреляют и убивают и те, и другие. Получается, что единственным отличием между ними является то, на кого они работают. Если работодатель – государство, в лице какого-либо из его ведомств, то эти – «хорошие», в остальных случаях – «плохие». Следуя этой логике, получается, что не то, чтобы убивать было нехорошо в принципе, но если делаешь это по заданию государства, то это даже почётно и просто замечательно! Так им плохим и надо! И зачем до хрипоты спорить об отмене смертной казни, если можно просто даже не доводить до суда – хлопнуть на месте и готово! Бездумье, если не сказать безумие современных режиссёров расплзается по временному вектору, и вот уже Тарас Бульба погибает за «народ и партию» не то в семнадцатом, не то в двадцать первом веке, не говоря уже про тривиальных фашистов, которых на экранах российского телевидения убито уже в десятки раз больше, чем погибло во время недолгой войны 40-х.

Я далёк от той мысли, что телевидение может оказывать серьёзное воздействие на умы пусть даже очень молодых и не сильно образованных людей. Это не я запрещаю смотреть «Рэмбо» и «Калигулу», а как раз те самые люди, которые

теперь финансируют или поощряют показ бездарного современного телемусора. Они были и остаются уверенными в том, что таким образом смогут воспитать всё новые поколения зомбированных соотечественников, которые пойдут в Афганистан и Чечню, Грузию и куда там ещё Родина позовёт, делать своими руками её грязную работу, а на языке телевидения: «Выполнять свой священный долг». Отправят плохо обученных подростков на явную погибель, а потом пойдут в церковь грехи свои отмаливать. Или как это теперь принято у «новых русских» часовенку построят на деньги, отнятые в кровавой борьбе или украденные в честной конкуренции.

Нет, конечно, показ насилия не может изменить поведения психически нормального человека, дать ему новую модель. С другой стороны, постоянное напоминание о том, что государство предусматривает в каких-то случаях использование насилия как средства достижения своих целей, в обход закона и Конституции, может создать в гражданах иллюзию того, что закон не так уж и важен. Если уж государство само его не соблюдает, то частному гражданину в конкретной ситуации и сам Бог велел! Впрочем, в повседневной жизни россиянин сталкивается с дилеммой «закон против выгоды» ежедневно. И что греха таить, вопрос почти однозначно решается в пользу выгоды.

Но для того, чтобы создать общество, в котором закон побеждал бы в большинстве случаев, конечно, одного телевидения мало. Вряд ли будет достаточным и проведение время от времени суровых совещаний в Кремле под председательством Самого Президента. Как бровями не играй – коррупции от этого меньше не станет. Не верите – читайте историю! Даже такой суровый царь, как Иван Грозный не смог её побороть! А уж его опричники похлеще современного ОМОНа были! Эти не привязывают головы своих жертв к выступающим частям своих автомобилей. Пока! Но если вакханалия продлится, то недалёк и этот час. А пока – «Спокойной ночи, малыши!»

**Президент МАПП
Лео Костылев**



ENG Who is the "hero of our time"? Most of former lofty ideals are lost or distorted. It is nearly impossible to find positive characters in Russian cinema and on television. Leo Kostylev sees grate dissolution of morals, when ordinary murder is shown as some kind of sacred duty for loyal sons of our motherland. And strict conversations in halls of Kremlin won't be enough to defeat this hypocrisy.

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

НОВГОРОД

Более тысячи лет тому назад в 859 г. на берегу Волхова, где река вытекает из озера Ильмень, среди дубовых рощ возник Великий Новгород, краса и слава русской земли. Название Новгород, Новый город указывает на то, что он возник позднее какого-то ранее существовавшего города. Предшественником Новгорода могло быть так называемое Рюриково городище, расположенное в двух километрах к югу от Новгорода, на правом берегу Волхова, у истоков реки Малый Волховец. Новгород возник как новый город в полном смысле этого слова. Он был свидетелем многих важнейших событий русской истории. С Новгородом связан процесс образования Древнерусского государства, становления и развития русской экономики и русской культуры.



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

Сувениры от «А» до «Я»

«Компания АЯ» предлагает к услугам заказчиков широкий ассортимент сувенирной продукции из пластика, стекла, керамики и металла. Это значки и медали, зажигалки и брелоки, ручки и анти-стрессы, сувенирная посуда и упаковка. 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.

«АЯ Компания», г. Москва



Лесная красавица на Новый год!

Компания «Fancy» предлагает корпоративную елочку в качестве идеального Новогоднего подарка! Лесная красавица в подарочной упаковке с логотипом вашей компании оставит самые приятные воспоминания!

Если можно представить себе зиму без снега, то Новый год без елки — никогда! Это самый главный атрибут праздника. В наше время всё больше и больше в моду входят искусственные елки, но очарование живой зелени игл, смолистого аромата и лесной свежести не заменит ничто. Поэтому компания «Fancy» специально к этому сезону разработала новый подарок — живая елочка в подарочной упаковке с логотипом компании. Спешите оформить заказ — тираж ограничен!

Компания «Fancy», г. Москва



Тонкая полимерная линия

Компания «КОНТУР полимерные технологии» предлагает вниманию заказчиков свою новую разработку — сувениры из дерева с полимерной заливкой по вашим эскизам. Продукция полностью изготавливается на собственном производстве, что обеспечивает максимальный контроль качества. Толщина деревянной основы до четырёх миллиметров, материал — бук, отделка — лак. Помимо этого, с 1 июня 2009 года на нашем производстве полимерных эмблем внедрены две новые технологии собственной разработки: новый полимер с защитой от деформации и композитная плёночная основа с регулируемым напряжением слоёв.

Компания «Контур» создаёт новые технологии, гарантирует стабильные сроки, высочайшее качество, индивидуальный подход к каждому заказу.

Контактную информацию вы можете найти на сайте www.emblema3d.ru, а также в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Объёмная полимерная этикетка».

Компания «КОНТУР полимерные технологии», г. Санкт-Петербург



Лучший подарок для автомобилистов

Компания «Господин ПЕЧАТНИК» запустила новый проект — «Автоаксессуары». Проект создан для того, чтобы реализовывать новые идеи и разработки в области сувенирной автопродукции. Первая ласточка нового проекта — сумка-чехол для хранения и перевозки автошин (колес, покрышек). Продукт ориентирован на крупные автомобильные салоны, салоны автомонтажа, магазины по продаже дисков и шин, и, конечно, для простого автолюбителя, который нуждается в универсальном способе хранения колес.

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

МПП «Господин ПЕЧАТНИК», г. Санкт-Петербург
www.avtobag.com



Совершенство в деталях

Компания «Бюрократ», эксклюзивный дистрибьютор Letts, представляет новую коллекцию ежедневников. Серия SOVEREIGN — это высочайшее качество, динамичность, шарм, оригинальность. Обложки ежедневников изготовлены из высококачественной искусственной «сжатой» кожи, которую сложно отличить от натуральной. Отстрочка в цвет обложки, фиксирующая резинка, внутренний информационный кармашек, шелковая закладка-разделитель в тон — это те детали отделки, которые и придают элегантность и очарование новинкам данной серии. Внутренний англоязычный блок ежедневников выполнен на кремовой бумаге с благородной цветовой «мягкостью» и бежево-оливковой разливкой.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на 1-ой странице журнала.

Компания «Бюрократ», г. Москва



ХМАС на максимум!

Единственный представитель крупнейшего европейского поставщика бизнес-сувениров в России компания Mid Ocean Brands сообщает о выходе Новогоднего каталога ХМАС 2009. В каталоге представлены Новогодние и Рождественские новинки сезона, коллекция товаров для уютного дома, USB-флеш-карты и MP3/MP4 плееры, медиа и технологии, товары, создающие атмосферу в офисе, письменные принадлежности, сумки, товары для ежедневного использования.

Наши специалисты рады предложить Вам полный спектр маркетинговых инструментов и инструментов дилера по каталогу ХМАС 2009. В том числе Виртуальный (электронный) каталог.

Компания ООО «Мид Оушен Восток», г. Москва



Макрос: диалоги об эффективности.

Продолжая политику активного диалога со своими партнерами, компания «Макрос» провела ежегодную Всероссийскую дилерскую конференцию, собравшую на самарской земле более 20 ведущих компаний-дилеров и представителей иностранных поставщиков. Центральными темами конференции стали: выход новых каталогов сезона 2009/2010, основные тенденции развития ассортимента, а также совершенствование условий эффективного сотрудничества в современных экономических условиях. В рамках мероприятия был проведен финал конкурса нового формата «Самая эффективная презентация», представивший на суд зрителей презентационные работы дилеров по каталогам «Макрос».

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 31.

Компания «Макрос», г. Самара



Световые панели от компании Green LUX!

Компания «Green LUX» представляет сверхтонкие световые панели с белой торцевой подсветкой из светодиодов. Панель крепится с помощью защелкивающегося профиля, что позволяет за считанные секунды легко менять изображение. Прозрачный акриловый лист защищает изображение от царапин. Возможно как вертикальное, так и горизонтальное закрепление панели. Питание — стандартное 220 В. Доступные размеры: А3, А2, А1, А0, В0.

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

Агентство выставочной печати «Green LUX», Санкт-Петербург



Флешки для всех и каждого

Компания «IAS Group», специализирующаяся на производстве, поставке и распространении рекламной сувенирной продукции, предлагает широчайший ассортимент всевозможных флеш-карт. В ассортименте компании вы найдете как обычные прямоугольные пластиковые флешки, на которые можно нанести любой логотип, так и оригинальные, нестандартные экземпляры для более глубокой и качественной коммуникации. Например, в каталоге компании есть стильные ювелирные флеш-карты, карты со встроенной в корпус фоторамок или с кодовым замком, распознающим только отпечатки пальцев владельца. Особенно стоит обратить внимание на возможность заказать флеш-карту любой формы по эскизу заказчика.

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

Компания «IAS-Group», г. Москва



Мы можем поделиться с вами секретом «деревянного» бочонка!

Компания «GiftWay - Путь Подарка» (производитель подарочной упаковки) рада предложить Вам новые идеи и разработки в области подарочных коробок: фирма производит коробки с двойным ложементом; коробки-этажерки с металлической фурнитурой; картонные коробки, имитирующие деревянные бочонки и ящики; коробки круглых и овальных форм, коробки в виде трапеции и раскидного саквояжа, тубусы под вино и многое-многое другое. Смелые идеи воплощенные с мастерством! Весьма модно сейчас оформление в едином неповторимом стиле таких предметов корпоративного имиджа, как бумажный пакет, подарочная коробка, открытка, папка, ежедневник — все это возможно осуществить, сочетая фирменную коллекцию красивейших бумаг ручного отлива и широкие возможности производства компании «GiftWay».

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

Компания «GiftWay - Путь Подарка», г. Москва
www.giftway.ru



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. 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



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 металле».

Компания «МеталГраф», г. Санкт-Петербург



Мировой ежедневник



В 2009 году компания «Perfect», совместно с итальянским производителем аксессуаров для планирования LediBerg, выпустили на Российский рынок принципиально новую модель внутреннего блока ежедневника. Теперь 724 модель представляет собой полудатированный блок формата А5 с датами на каждой странице, без привязки к календарю. Объем блока 416 страниц с регистром, содержанием на русском и английском языках. Съёмная адресная книга, цветная карта мира на нахзаце. Перед телефонной книгой подборка карт континентов.
 Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Бизнес-сувениры оригинальные» или на сайте www.perfect.ru.
Компания «Перфект», г. Москва

Флекс и флок MISCO

Внимание! Новинка на российском рынке термотрансферных пленок от компании «Трансферные Технологии» - флекс и флок MISCO (производство Южная Корея). Низкая цена и отличное качество флекса и флора MISCO позволяют максимально снизить себестоимость выпускаемой продукции. Зачем переплачивать, если теперь есть флекс и флок MISCO?



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках «Значки», «Деколирование», «Термотрансфер».

Компания Трансферные Технологии, г. Санкт-Петербург www.transfer78.ru

Каталог «Новогодняя коллекция 2010»

Компания «ПЕТРОПЕН Плюс» выпустила в свет каталог «Новогодняя коллекция 2010». Как и всегда, в каталог включены самые разные аксессуары для Нового года и Рождества. Среди них наборы свечей и подсвечники, декоративные фигурки и украшения, рамки для фото и подарочная упаковка, а также многое другое. В отдельной рубрике собраны сувениры в форме тигра – символа наступающего года. Каталог «Новогодняя коллекция 2010» будет распространяться среди партнеров «ПЕТРОПЕН Плюс» в печатном и электронном виде. Заявку на его получение можно оформить на сайте компании.



Компания «ПЕТРОПЕН Плюс», г. Санкт-Петербург

Рестораторам и не только



Компания «Voux» в этом сезоне начала выпуск новых моделей аксессуаров, ориентированных на ресторанный-отельный бизнес. Ассортимент включает в себя презентабельные подносы, бокалы, чехлы для винных бутылок, графины и другие аксессуары, декорированные кожей и кожзаменителем. Также компания Voux предлагает весь ассортимент бизнес-аксессуаров из кожи.



Компания «Voux», г. Москва

Постучи по дереву



ДЕКО Медиа выпустила в свет новый для нас тотем изделий из дерева, имеющий общие свойства: способ изготовления и дешевизна! Изделия изготовлены лазером из массива древесины, но цена на них невелика, т.к. сделаны они из обрезков производства. Эти предметы могут быть использованы для промоакций, для упаковки бутылок и так далее.



Все мы слышали выражение: «Постучи по дереву!» Но когда возникает такая необходимость, не всегда под рукой оказывается деревянная вещь, удовлетворяющая нашу суверенную потребность. И, чтобы не использовать в качестве альтернативы свой (или чей-то) лоб, мы предлагаем недорогой настольный «стучатель по дереву», дабы всё было «тьфу-тьфу-тьфу»!

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

Великолепие Флоренции



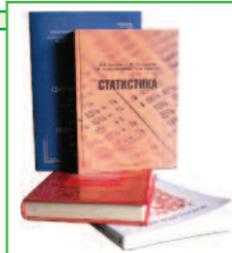
Компания «Promotion Image VIP» более 6-ти лет является поставщиком лучших европейских бизнес-аксессуаров и подарков. В этом году компания представила эксклюзивную коллекцию флорентийского фарфора и керамики. Ручная роспись каждого изделия и шикарная упаковка сделают подарок незабываемым, а ваши партнерские отношения прочными и надежными.

Компания «Promotion Image VIP», г. Москва www.vipgift.ru

Печать книг от «Экон-Пресс»

Компания «Экон-Пресс» напоминает - близится осень - пора печатать книги, учебные пособия, методическую литературу. Не за горами и зима, Новый год - время дарить подарки. Компания предлагает кроме стандартных подарков и календарей изготовление подарочных фотоальбомов, услуги фотографа и дизайнера.
 Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «пакеты бумажные, ламинированные».

Компания «Экон-Пресс», г. Москва



От дождя и для души



Оригинальный сувенир от компании «М-Фактор» - зонт-трость с куполом в виде сердца. Он не только спасет от дождя, а и с сердечной теплотой напомнит о дарителе. Этот по-настоящему большой эффектный зонт произведен в Голландии, что уже говорит о высоком качестве изделия. Для заказчика доступно большое разнообразие цветов. Логотип на зонт наносится методом шелкографии. При этом компания «М-Фактор» имеет собственное производство по нанесению логотипов методом шелкографии, гравировки, тампопечати и тиснения в Москве.

Компания «М-Фактор», г. Москва www.mfactor.ru

Узнай новые «Эмоции»

Компания «М-Фактор» рада сообщить, что вышел в свет новый каталог сувениров «Эмоции 2010». Всем, кто желает получить данный каталог: обратитесь к менеджерам компании. Также «М-Фактор» напоминает, что работает на рынке сувенирной продукции с 1995 года, уже 14 лет. В активе компании есть собственное производство: гравировка, тампонная печать, шелкография по текстилю и кружкам, тиснение блинтового и фольгой, трансферное нанесение. Все производство находится в Москве, но сотрудничество с клиентами из других городов не исключается.

Компания М-Фактор, г. Москва



Коврик для мыши «3 in 1»



Коврик для мыши – неотъемлемый атрибут рабочего стола. А что если помимо коврика вы можете получить еще пару полезных вещей? Компания «Dragon Gifts & Mobile» предлагает вашему вниманию оригинальное устройство – многофункциональный коврик для мыши с калькулятором и USB-хабом. Получив такой аксессуар в качестве подарка, ваш клиент наверняка оценит его по достоинству, ведь такие необходимые в работе атрибуты, как коврик, калькулятор и USB-хаб, теперь всегда будут в буквальном смысле под рукой.

Компания «Dragon Gifts & Mobile», Huanshi Road East, Guangzhou, P.R. China

Нам 10 лет!



Компания «Макс» празднует свой первый юбилей! Вот уже 10 лет «Макс» с завидным постоянством шьет и печатает футболки, с каждым годом совершенствуя качество, расширяя ассортимент и производственные мощности. Компания «Макс» благодарит своих клиентов, партнеров и коллег - всех, кто верил в нас и все эти годы был с нами! Надеемся, что и следующие 10 лет мы также будем вместе!

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

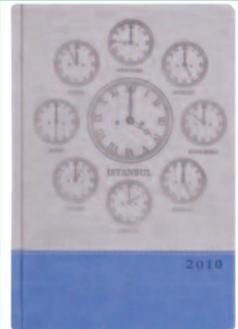
В Китае за сувенирами



Компания «Service Technologies» предлагает свои услуги в области консультирования, производства и экспорта бизнес-сувениров для различных компаний, в том числе и конечных заказчиков. В штате компании работают профессиональные инспекторы в различных производственных зонах Китая. Это позволяет обеспечить высокое качество производимой продукции и своевременное выполнение заказов. «Service Technologies» предоставит своим клиентам консультацию о различных видах продукции, поможет найти оптимального поставщика, полностью возьмет на себя заботу о логистике, а также организует посещение различных китайских фабрик и заводов.

Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Каталоги».
Компания «Сервис-Технологии», г. Москва

Ежедневники удобного формата



Московское представительство компании «Arwey», лидера полиграфического рынка Турции, представляет новинку – коллекцию ежедневников Von Carnet удобного формата А5, которые считаются наиболее приемлемыми в современной динамичной деловой жизни. Полная коллекция ежедневников является складской позицией компании, и клиент всегда может оперативно заказать необходимую партию, которая будет доставлена в кратчайшие сроки. Кроме того, в каталоге «Arwey» всегда можно найти большой выбор ежедневников из кожи и кожзаменителей. В том числе, ежедневники Lavorte, украшенные кристаллами Swarovski.

Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Ежедневники».

Компания «Arwey», г. Москва



Классический бизнес-сувенир с новой опцией

Московское представительство компании «Arwey», лидера полиграфического рынка Турции, предлагает новую услугу – ароматные ежедневники. Получаются они следующим образом. Клиент выбирает любой понравившийся ему запах, который затем добавляют в чернила. После нанесения логотипа, разметки внутренних блоков ежедневника и другой печатной информации, изделие приобретает приятный аромат, который сохранится в течение всего года, пока ежедневником будут пользоваться. Подчеркнуть свою индивидуальность, создать имидж стильного, оригинального человека – в этом помогут ароматные ежедневники от «Arwey».

Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Ежедневники».

Компания «Arwey», г. Москва



«Графика – Сервис» подготовит к выставкам!



Выставка - это разумный вклад в ваш имидж, выгодный способ заявить о себе и получить максимальную отдачу от своих капиталовложений! Главное - правильно подготовиться. Рекламно-производственная компания «Графика – Сервис» предоставляет полный спектр полиграфических услуг для успешного проведения выставок: каталоги, буклеты, брошюры, листовки; прайс-листы, плакаты; персональные приглашения, открытки, флаеры, конверты; фирменные бланки, бэйджи, визитки; сувениры и подарки. Кроме обычной печати, «Графика – Сервис» применяет технологии широкоформатной печати, без чего невозможно было бы создавать эффектные выставочные композиции.

Компания готова предложить услуги максимально оперативно. При комплексном заказе полиграфии к выставке - скидка 15% на всю продукцию!

Рекламно-производственная компания «Графика – Сервис», г. Москва

Шар – лучший подарок

Какой Новый Год без новогодней елки? А новогодняя елка без настоящих стеклянных новогодних шаров? Компания «Плюмар» предлагает стеклянные новогодние шары с логотипом заказчика: более 10 расцветок, диаметр шара 65, 80, 100 и даже 150 мм! Возможна ручная роспись и специальная обсыпка! Возможна картонная и ПВХ упаковка. Все шары изготавливаются в России. Минимальная партия 100 шт. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «VIP-подарки».

Рекламно-производственная компания ПЛЮМАР, г. В.Новгород
www.plumar.ru



ОЛСАМ

Сувенирная Компания

Юбилей бывают разные



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, солидную круглую дату 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

Большие шары с печатью по выгодным ценам



Компания «Printolog» объявляет специальную акцию по печати на больших воздушных шарах. Акция действует с 1 сентября по 30 ноября и заключается в снижении цены на шары от 50 см до 100 см в диаметре. Напоминаем, что на шары можно наносить логотипы, тексты, фотографии. Шары используются на выставках, рекламных акциях, корпоративных и массовых мероприятиях, а также в композициях и в качестве подарков.

Помимо большого шара с печатью у нас можно заказать стандартные шары с нанесением изображений и фото, услуги по наполнению шаров гелием или воздухом; монтаж, раздачу, доставку и многое другое. Подробности – на сайте: www.printolog.ru.

Контактную информацию о нашей компании Вы сможете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Шары воздушные».

Компания «Printolog», г. Москва

Клеить – не переклеить!

К осени компания «3М» пополняет свой ассортимент знаменитыми закладками Post-it® Index с логотипом вашей компании! Нанесение логотипа возможно как на закладки, так и на диспенсеры-упаковки. Каждая закладка выдерживает до нескольких сотен переклеиваний, не пачкая ни рук, ни бумаги. Воспользуйтесь одним из самых эффективных рекламных инструментов!

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Блоки для записей, самоклеющиеся».

Компания «3М Россия», г. Москва
www.post-it-notes.ru



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.

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

ООО «Мастер Медиа», г. Москва

Подсластим пиллюлю!



«Агентство Гармония» выводит на рынок сувенирной продукции новейший вид рекламных носителей, которые сделают жизнь слаще. К осеннему сезону и приближающимся новогодним праздникам компания предлагает шоколадки, шоколадные наборы, сахарные стики с логотипом вашей компании. Эта продукция зарекомендовала себя как важный элемент корпоративной культуры. Дизайнеры «Агентства Гармония» создадут этикетку специально для вашего заказа.

Кроме того в ассортименте компании богатый выбор традиционных деловых подарков и бизнес-аксессуаров. Возможно изготовление любой индивидуальной продукции из кожи.

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

ООО «Агентство Гармония», г. Москва

Для вас, и только у нас!



Компания «Flash4you» рада сообщить о расширении ассортимента интересных и оригинальных флеш-карт под нанесение логотипа. Если вы давно искали надежного поставщика запоминающихся usb-устройств для рекламных кампаний или в качестве деловых подарков, то обратившись сейчас в компанию «Flash4you», вы сможете основательно пополнить свой арсенал промо-средств к новогодним праздникам! Специально для вас набор моделей флеш-карт стал еще более разнообразным, а складские запасы увеличены в разы. Компания гарантирует индивидуальный подход к каждому клиенту, что позволит вам найти оптимальное решение сувенирного вопроса: самые разнообразные модели флеш-карт, любой тираж, гибкая ценовая политика.

Компания «Flash4you», г. Москва
www.flash4you.ru

Бизнес-Букет: встретим Новый Год вместе!

Несмотря на то, что уходящий год простым назвать нельзя, встреча нового 2010 года ни в коем случае не отменяется! Заботы о новогодней коллекции 2010 компания «Бизнес-Букет» берет на себя. Вот уже более 15 лет компания помогает подготовиться к празднику с учетом самых модных тенденций в индустрии новогодних товаров. Выбор за вами: более 1 000 качественных и недорогих товаров от ведущих мировых производителей. Это символы года, ели, ветки, гирлянды, шары, бусы, искусственные цветы, сухоцветы, свечи, корзины, вазы, подарочная упаковка и, конечно же, корпоративные подарки!

Компания «Бизнес-Букет», г. Москва
www.bbcom.ru



Новые идеи в массы



Компания «Фабрика Идей» предлагает оригинальные подарки и сувениры – от промо до VIP. Кроме традиционного набора, «Фабрика Идей» представляет тренд сезона - съедобные подарки: сувенирный мед, шоколад, кофе, чай. Одно из направлений деятельности компании – это упаковка, от простой до элитной. У специалистов компании в запасе всегда полно новых идей: к вашим услугам целая Арт-Студия, девиз которой «Вкусно обо всем!».

Компания «ФАБРИ (Фабрика Идей)», г. Москва
www.fa-bri.ru

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 клочане. 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 клочана по эскизам заказчика, а также нанесение поздравительных надписей и логотипов.

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

Компания «Русский элитный подарок», г. Москва
www.elitegift.ru



Санта Клаус жив!

Еще 3 года назад Санта Клаус разослал своих агентов-энтузиастов по всему свету, чтобы организовать «Агентства Санта Клауса» - маленькие заводчики СТЕКЛЯННЫХ елочных игрушек. Профессионализм маленьких «гномиков», помогающих Санта Клаусу, рос год от года. Современные технологии и европейское качество всегда отличали продукцию «от Санта Клауса».

Вот очередной подарок для послушных мальчиков и девочек (пусть и несколько подростков): агенты Санта Клауса научились наносить на хрупкие стеклянные шары четырехцветные логотипы!!! А украшение шаров ручной росписью и глиттерным нанесением придает неповторимый и запоминающийся облик елочному шару – как уникальному подарку для Ваших друзей, партнеров и близких.

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



«Агентства Санта Клауса», г. Москва



**СКРЕПКА
ЭКСПО**

ОФИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 2009 СКРЕПКА ЭКСПО СКРЕПКА EXPO

OFFICE TECHNOLOGIES 2009

XI МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
павильон №2, зал №9

**15-17
СЕНТЯБРЯ
2009 года**

15 сентября с 11:00 до 18:00
16 сентября с 10:00 до 18:00
17 сентября с 10:00 до 17:00

Организаторы
выставки:



При поддержке:



Коллективные
организаторы:



ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

Вырезав этот билет, вы сможете бесплатно посетить выставку

"ЛУЧШЕЕ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ОФИСА!"

"НОВИНКИ ШКОЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА"

Организатор: **АПКОР**
Тел.: (+7 495) 648-91-38
789-93-80
E-mail: info@apkor.ru,
expo@apkor.ru
www.apkor.ru

Коллективный организатор:
Тел.: (+7 495) 797-83-50
e-mail: project@sekretary.ru

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- Канцелярские товары
- Офисная техника
- Бумага и бумажно-беловые товары
- Расходные материалы для офисной техники
- Школьно-письменные принадлежности
- Корпоративные услуги
- Сувенирная и представительская продукция
- Товары для творчества, багет, постеры

информационная поддержка



СКРЕПКА ЭКСПО 2010

XII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
павильон №3, зал №14

ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЙ БИЛЕТ

**10-12
МАРТА/2010**

10 сентября с 10:00 до 18:00
11 сентября с 10:00 до 18:00
12 сентября с 10:00 до 17:00

Организаторы
выставки:



Коллективный
организатор:



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**



ВСЕ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2009

22 – 25 сентября 2009

Россия, Москва, Выставочный Комплекс
«ГОСТИНЫЙ ДВОР», ул. Варварка, д. 3



ПОДАРКИ. ВЕСНА 2010

22 – 25 марта 2010

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



Вырезав этот билет, вы сможете бесплатно посетить выставку



ФЕСТИВАЛЬ

БИЗНЕСА И КРЕАТИВА

ПОЩАДЫ НЕ БУДЕТ.
РЕГИСТРИРУЙСЯ!
WWW.FESTIVAL.RU



С 23 по 25 сентября 2009 года
в Центре Международной Торговли
Краснопресненская наб, 12

Генеральный информационный партнер:

Партнеры фестиваля:

Информационные партнеры:

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

14-16
ОКТЯБРЯ
2009



РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ

Выставочный комплекс ЛЕНЭКСПО
Санкт-Петербург, Большой пр. В.О., 103
+7 812 329 2271, 329 2280, www.lenexpo.ru



www.reklama-expo.ru



17-я международная
специализированная выставка

РЕКЛАМА

9-12
ноября 2009

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»



RemaDays

27-29 января 2010, Варшава

16-18 февраля 2010, Киев

Out&InDoorDays

GiftDays

TechnologyDays

RemaCongress

Присылайте заявки
уже сегодня!
www.remadays.com
www.remadays.com.ua



Крупнейшая Выставка Рекламы в Центральной Европе

Международные Дни Рекламы RemaDays это самое масштабное событие рекламной отрасли в Центральной Европе. Объединение трех секторов GiftDays, Out&InDoorDays и TechnologyDays, а также RemaКонгресс свидетельствует о силе и подчеркивает привлекательность этого ежегодного события.

Уже в шестой раз в Варшаве — маркетинговом центре Польши, - соберутся лучшие отечественные и зарубежные фирмы, чтобы представить свое предложение для нескольких тысяч гостей выставки.

В 2010 году состоится также украинский выпуск выставки - RemaDays-Киев. Организация выставки в Киеве позволит перенести на украинский рекламный рынок проверенную формулу, опыт и репутацию известной уже на европейском выставочном рынке марки.

Знания, обмен информацией и вдохновение – это практически эффекты для всех, - в особенности специалистов рекламы и маркетинга, - посетителей Международных дней рекламы RemaDays в Варшаве и в Киеве. С удовольствием приглашаем Вас на выставку!

Организаторы:



национальная
рекламная
ассоциация



ГОЛОСА ОСЕНИ

После столпотрясения

Прошел год с тех пор, как основы рекламного рынка России потряс международный финансовый кризис, и если на общем, мировом фоне его потери не выглядели столь удручающими, то в рамках нашей страны это был удар, от которого смогли оправиться далеко не все. Те компании, что смогли сдержать напор неблагоприятных обстоятельств и сохранили активность вплоть до текущего момента, возлагают немалые надежды на осенний сезон, когда спрос на рекламную продукцию, а в частности на бизнес-сувениры и другие инструменты продвижения B2B и B2C, должен возрасти.

Но при текущем положении дел ни один прогноз не

*Я спросил у тополя: «Где моя любимая?» –
Тополь забросил меня осенней листвой...*

В. Киришон. Я спросил у ясеня

американский экономист, еще в 2006 году предсказавший финансовый кризис, предвещает выход из стагнации в конце 2009 года. Но, тем не менее, как в начале 1990-х, когда с прилавков сметалось все «про запас», рекламодатели придерживают бюджеты «на черный день», опасаясь вкладывать инвестиции в продвижение. А и в правду, зачем рекламироваться сегодня, если завтра может и не наступить?



может быть на 100% верным. Экономический спад повлиял не только на платежеспособность компаний-заказчиков, во многом он изменил их внутренний мир, их «психику», вселив уныние и пессимизм в сердца. Немалую роль в этом сыграли и средства массовой информации. Если проследить за колебаниями медийного пространства в течение этого года, то мы заметим, что вплоть до января самые крупные прогосударственные СМИ обходились практически без единого упоминания о кризисе в эфире и на страницах прессы. Но после Нового года новостные ленты запестрели тревожными сообщениями о прорехе в экономическом благосостоянии страны. Пики этой беспокойной активности пришлось на январь-февраль 2009 года, когда компании подвели итоги последних 4-х месяцев, и... на конец этого лета, когда страна подошла к новому рубежу злословия.

Будет ли вторая волна? Есть ли у бездны экономического отчаяния второе дно? А главное, кому верить? Этими вопросами задается каждый представитель среднего и малого бизнеса (коих большинство). Вот недавно Нуриэль Рубини,

Кризис поколебал основы любого бизнеса – веру в будущее и готовность вкладывать в него средства. Как после дефолта 1998 года, рекламному рынку придется пережить несколько не самых легких лет, всеми силами стараясь укоренить в заказчиках уверенность в завтрашнем дне. Как говорится: «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих». Поэтому, по случаю «годовщины кризиса» мы постараемся дать наиболее полную картину отрасли в преддверии нового сезона так полюбившегося всем шоу «Пан или пропал».

По порядку рассчитайся!

Каково состояние сувенирной отрасли та данный момент? «Если говорить о периоде с сентября 2008-го года по сентябрь 2009-го, то абсолютно точных показателей нет», - рассказывает Виктор Левченко, исполнительный директор ассоциации РАППС. – «Прошлый закупочный сезон прошел в большей степени по инерции, и именно эта осень покажет, насколько рынок жив. На основе наших



опросов можно заключить, что показатели сувенирного рынка совпадают с тенденциями на общем рекламном – падение составило порядка 30-50% от общего дохода».

По мнению Марины Королевой, руководителя ассоциации IPSA, «ориентируясь на готовность компаний участвовать в выставочных проектах, платить за «имиджевую» рекламу в отраслевых изданиях и прочее - по этим данным вывод нейтральный. Сувенирка идет в общемировом экономическом тренде – ни сильно заваливаясь вниз, ни устойчиво держась в лидерах».

Эксперты сходятся во мнении, что потери сувенирного рынка в области активных игроков можно будет подсчитать только по итогам осени. «В армии «сувенирщиков» есть костяк, который никуда не делся. Выбыли небольшие, имеющие одного-двух клиентов компании», - замечает Виктор Левченко.

«То, что отрасль восстановится, это очевидно. У нас есть опыт проведения первой выставки IPSA в 1999 году, ровно через год после кризиса 1998 года. Это значило тогда, что отрасль достаточно восстановилась для проведения выставки, которой до сих пор не было», - рассказывает Марина Королева. – «Другой вопрос, за какой период, насколько и в каком формате все мы переживем этот кризис. Если есть кто-то, кто сможет сделать такой прогноз, думаю, он будет новым министром экономики или премьером. Я ни на одну из этих должностей не претендую, и ответа на этот вопрос у меня нет».

Потери сувенирного рынка Марина Королева оценивает в рамках общеэкономического тренда, причем не только последнего кризиса: «Более устойчивы оказались «сердечники» - у них и штат не такой большой, и аренда складских и офисных помещений, а значит, и сэкономить в период кризиса проще. То есть то, в чем была сила «сверхкрупных» в периоды стабильного экономического роста, обернулось для них в период кризиса дополнительными расходами с неизвестным результатом. Это очень заметно по активности участия в отраслевых выставках – снижение объемов площадей или отказ от некоторых выставочных проектов».

Вспомним: первые месяцы 2009-го года ситуация была крайне тяжелой и нестабильной. Более-менее ситуация стабилизировалась к началу лета. «Образно говоря, в июне состояние сувенирного рынка напоминало кардиограмму, где чередовались всплески активности и затишья. Но уже к середине июля график стал менее амплитудным. Можно сказать, что старое русло «реки» вновь наполняется водой», - замечает Виктор Левченко.

В общем, специалисты выражают сдержанный оптимизм. «В любом кризисе есть безусловный позитив – он заставляет «встряхнуться» и двигаться тех, кто еще не разучился этого делать. Мы, как отраслевая Ассоциация, будем рады за всех, кто сможет в этот период «нарастить мускулатуру» и уверенно двигаться вперед», - заверяет Марина Королева.

Пространство для маневра

«За предыдущие несколько лет участники рынка как-то подзабыли, что сувенир – это, в первую очередь, средство

маркетинговой коммуникации, реальное и действенное», - размышляет Виктор Левченко. Ссылаясь на проведенное в США исследование, он отмечает, что стоимость рекламного контакта посредством бизнес-сувениров в 5 раз ниже, чем через телевидение, и в 8 раз ниже, чем в печатной прессе. При этом по результатам немецкого исследования сувениры – самый запоминающийся способ установления рекламной коммуникации, который вызывает отторжение лишь у 20% реципиентов (когда почтовая рассылка раздражает 80% опрошенных, а телереклама – 60%).

На одних этих данных можно строить тактику привлечения клиентов в сувенирную отрасль. Но не стоит обольщаться – вернуть объемы продаж 2008 года эта осень не сможет. Тем не менее, скоро Новый год, поэтому рост заказов гарантирован, если не в сентябре, то в конце октября и ноябре. «Ранее на 4-й квартал года приходилось примерно 45% годового валового дохода», - добавляет Виктор Левченко. – «Думаю, эта тенденция сохранится и в этом году. Многие поставщики сувениров оптимизировали предложение и расходную составляющую бизнеса. Даже сейчас реальное предложение растет – пополняются коллекции, но в меньших объемах». Поставщики предпочитают сохранить разнообразие ассортимента за счет ограничения затрат на логистику: меньший товарный запас сокращает расходы на аренду складских помещений и содержание персонала.

«В кризис усиливается конкуренция компаний, и чтобы им в этой борьбе уцелеть, необходимо будет продолжать участвовать в выставках», - заявляет Татьяна Калинина, исполнительный директор ассоциации АПКОР. – «Поясню, почему ключевым моментом для выживания компании в кризис являются продажи. Компания может до определенной степени урезать расходы, но без продаж рано или поздно деньги закончатся, и компания прекратит свое существование. Продукция и услуги должны продаваться, чтобы генерировать оборот денег, что в свою очередь дает выплату зарплат, занятость и так далее.

Да, осень – это действительно сезон самой высокой выставочной активности. И приятно осознавать, что ни одна из традиционных экспозиций не была отменена. Как в ста-



рые добрые времена нас ожидают «Бизнес сувениры и подарки 2009», «IPSA. Рекламные сувениры. Осень – 2009», «Скрепка Экспо. Офисные технологии 2009». Но увидим ли мы на них стенды наших старых партнеров и коллег по цеху? Очень хотелось бы на это надеяться, так как значение выставки в бизнесе, а особенно в период общей неуверенности и сомнений в завтрашнем дне, приуменьшить сложно.

«Для понимания кризиса, необходимо осознать, что большая его часть связана с человеческим менталитетом и природой», - говорит Татьяна Калинина. – «Паника и неопределенность могут остановить экономическую активность: люди перестают покупать, останавливаются продажи и так далее. На выставке создается структурированная и

организованная среда, в которой покупатель и продавец, собравшись вместе, вовлекаются в динамичный процесс торговли. Работать в такой атмосфере намного эффективнее, так как самые требовательные потребители, приобретая уверенность, становятся податливее. Неопределенность же, которая представляет собой большую часть экономического кризиса, улетучивается».

Опыт Татьяны Калининой подсказывает, что даже при наличии стабильных отношений с какой-либо компанией потребитель обязательно посетит выставку. «Делает он это и для того, чтобы увидеть другие предложения, существующие на рынке. А решение о покупке он принимает, лишь обработав всю полученную информацию либо на самой выставке, либо вскоре после ее завершения. Чаще всего потенциальные покупатели выбирают поставщиков среди компаний-экспонентов. Те же компании, которые не были представлены, выпадают из прямого поля зрения», - заключает она.

Таким образом, в основе принципа выживания лежит имя компании, остающееся на слуху, и осведомленность как можно большего количества людей о доступных предложениях. Даже для тех фирм, на которых кризис сказался в наименьшей степени, и деловая активность которых держалась на прежней отметке, вопрос участия в выставке становится критическим. «Сидеть, сложа руки, в надежде переждать кризис или же предпринимать незначительные шаги в одиночку - это путь к провалу», - заключает Татьяна Калинина.

Скорее жив, чем мертв

Остается вопрос, на что опираться «сувенирщикам»? Естественно на опыт прошлого и на перспективы в будущем. Несмотря на кризис, минувший год для сувенирной отрасли был наполнен не только трагическими событиями.

«Прошедший год был, безусловно, интересным», - рассказывает Виктор Левченко, исполнительный директор ассоциации РАППС. - «Как ассоциация, мы давно хотели объединения рекламного сообщества, хотели, чтобы сувенирщики активно взаимодействовали со всеми рекламными сегментами. И уже есть первые итоги». Так впервые РАППС приняла участие в конференции Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг (РАМУ). А совсем недавно по инициативе АКАР и РАМУ была сформирована совместная рабочая группа (СРГ) по созданию адекватного российского рынка ВТЛ, в состав которой вошли и представители РАППС. В сентябре в рамках традиционного фестиваля «Best Points!» (организатор - ассоциация РОРА, генеральные партнеры - РАППС и РАМУ) пройдет конкурс, в котором впервые появилась специальная номинация для «сувенирщиков» PROMO-LINE.

Сейчас РАППС включается в важный и долгожданный проект, итоги которого можно будет увидеть лишь в новом, 2010 году. Это - образовательная программа, осуществляемая совместно с РАМУ. В одном из столичных ВУЗов на факультете рекламы появится новая кафедра, и будут читаться курсы по маркетинговой коммуникации, в том числе пройдут лекции по тема-



тике бизнес-сувениров. Это позволит, во-первых, подстегнуть интеграцию сувенирного бизнеса в рекламное сообщество, а во-вторых, студенты - будущие молодые специалисты - окажутся более подготовленными к современным реалиям.

С оптимизмом смотрит в будущее и Татьяна Калинина, исполнительный директор ассоциации АПКОР: «Не смотря ни на что, мы продолжаем активно работать, принимаем меры по выходу из кризиса. Мы пересмотрели свое отношение к стратегии проведения выставок. Как одна из перспективных и эффективных стратегий с учетом потребностей экспонентов - совместное консолидированное проведение выставочных проектов, более тесное взаимодействие со смежными индустриями. Например, в 2009-м году мы провели весеннюю «Скрепку» в партнерстве с выставкой «Игрушка», а осеннюю «Скрепка Экспо. Офисные технологии» с выставкой «IPSA. Рекламные сувениры». Это, в свою очередь, позволило привлечь большее количество посети-

телей за счет смежных индустрий, а преимущество для экспонентов - экономия на участии - вместо участия в 2-х выставках в разное время, появилась возможность представить свою экспозицию только на 1-ой выставке, тем самым, уменьшив свои издержки вдвое. Мы конкуренты, но только вместе усилим свои позиции».

Кроме того, ассоциация АПКОР планирует попасть в «Программу развития России до 2020 года». «Эта программа предусматривает выделение значительных средств на поддержку предприятий малого и среднего бизнеса, в том числе, и их выхода на отечественные и международные рынки посредством участия в российских и зарубежных выставках», - поясняет Татьяна Калинина.

И каков же вердикт? Пациент скорее жив, чем мертв. А могло ли быть иначе? Мы привыкли оправдывать наши деловые неудачи словами о том, что российский рынок деловых подарков и бизнес-сувениров еще не до конца сформирован, но, на мой взгляд, крах отрасли и постепенное восстановление ее из пепла дают понять, что «сувенирка» надежно укоренилась в общем потоке рекламной индустрии России. Пока степень интеграции ее в масштабные кампании низка, а ее применение в повседневном делопроизводстве у отечественных предпринимателей имеет разовый, эпизодический характер. Но кризис позволил скелету индустрии окончательно сформироваться. Теперь, опираясь на опыт переживших годину невзгод компаний, можно наращивать мышечную массу. Для отдельных «сувенирщиков» главное - не упустить момент, не стать рудиментарным придатком нового организма. А для всей отрасли - сплотившись, улучшить момент и перетянуть чашу весов в свою пользу, доказать перспективность и очевидную выгоду от сувенирного продвижения.

А напоследок хочется отметить, что российские сувенирные, канцелярские и выставочные ассоциации дают отличную возможность для консолидации, обмена опытом, демонстрации и продвижения нашего бизнеса в массы. Осень зовет «на баррикады». Главное - услышать голос сезона.

Александр Косачёв

ENG A year has passed since global financial crisis damaged Russian economy and promotional industry in particular. In this article executives of leading Russian business gift and stationary association discovers their point of view on the condition of native souvenir market. Their prognosis is strict but positive. We still have some powers to fight!



ВЫПУСК #5

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО АНТИЛОГИКА



СЮЖЕТ И ГРАФИКА: АЛЕКСАНДР КОСАЧЁВ
АВТОР ЦАЕП: ЛЕО КОСТЫЛЁВ

НЕПУТЕВОЕ АГЕНТСТВО "АНТИЛОГИКА" УЖЕ ГОД С НАМИ! ПОЖАЛУЙ, ОНИ ТОЖЕ ЗАСЛУЖИЛИ "РАЗБИТОЕ КОРЫТО", ВЕДЬ ОНИ ТАК СТАРАЛИСЬ ВСЕ ЭТО ВРЕМЯ. СО СЛЕДУЮЩЕГО НОМЕРА НАЧИНАЕТСЯ НОВАЯ ВЕХА В ИСТОРИИ ИХ КОНТОРЫ, И, ПОХОЖЕ, ПРИШЛО ВРЕМЯ ПОЗНАКОМИТЬСЯ СО ВСЕМИ ГЕРОЯМИ НАШЕЙ ИСТОРИИ ПОБЛИЖЕ. НЕ ПРОПУСТИТЕ СЛЕДУЮЩИЙ ВЫПУСК!
АХ, ДА, ЧУТЬ НЕ ЗАБЫЛ. ВСЕХ, КТО ЕЩЕ С ОПТИМИЗМОМ СМОТРИТ В БУДУЩЕ: С ГОДОВЩИНОЙ!

ЧЕМУ УЧИТ ИСТОРИЯ

Да, ничему, собственно! Триста лет монголо-татарского ига, в результате которого «если хорошенько поскрести русского – найдёшь татарина». Никто толком не знает, кто сказал эту фразу первым, но был он явно близорук. И скрести не надо! От того, как должен выглядеть славянин, современных россиян отделяет такая же пропасть, как греков, египтян и итальянцев от их знаменитых прародителей. Да и не только во внешности дело. В каждом русском сидит маленький татарин и управляет им на свой восточный лад. И какова же причина? Русские князья просто не смогли договориться о совместной защите от монголо-татар.

Слишком глубокая история? Ну вот, поближе. В 1905-м году Николай II «высочайше повелел» созвать Думу. На следующий год она была избрана и созвана (кстати, «горячие финские парни» успели сделать и это быстрее, хотя жили, вроде бы, в одной стране). За десять с небольшим лет Дума собиралась и распускалась пять раз! Причина всё та же: представители не могли договориться – не только правые с левыми, но даже внутри фракций шла ожесточённая подковёрная борьба. Ни председателя (спикера, по нынешнему) выбрать, ни определить круг вопросов! Результат – октябрьский переворот 17-го и хам-Железняк: «Охрана устала!» Фраза, оборвавшая развитие гражданского общества в России на семьдесят три года.

Сегодня оппозиционные силы в России также не могут найти общего языка, и набор их противоречий как две капли воды похож на начало прошлого века. Результаты их бурной деятельности можно «пожирнуть» уже сейчас, хотя самое худшее видится, всё же, в недалёком будущем. И ладно бы это касалось только политики – «каждый народ достоин своего короля», но и в экономической жизни происходит то же самое. Цитирую классиков: «экономика – это концентрированная политика, политика – это концентрированная экономика».

Даже в такой маленькой отрасли, как

наша рекламно-сувенирная, амбиции предпринимателей всегда имеют первостепенное значение по сравнению с самим бизнесом. Весной этого года РАППС и IPSA вроде бы поняли важность момента и пообещали провести переговоры об объединении осенних выставок в Москве. «Не договорились» – услышали мы летом. Я не был участником этих переговоров, а посему не могу судить о сути противоречий двух ассоциаций, но результат мы наблюдаем вооружённым глазом: обе выставки недобирают экспонентов, сократилось как количество участников, так и метраж занимаемых ими стендов. Причём в разы! Это не может не сказаться и на активности посетителей. Никто в такой год не поедет из регионов на обе выставки. Жить в Москве две недели ещё дороже, чем кататься в поезде туда-сюда. А ведь уменьшение количества посетителей для нас, экспонентов, оборачивается тем, что израсходованные на выставку (а кому и на выставки) деньги не принесут той отдачи, как это было в прошлые годы. А она, отдача, сегодня гораздо нужнее, чем когда-либо! Уверен, что и арендаторы выставочных площадей не получат тех денег, к которым привыкли за «жирные» годы. Кстати, в помянутой уже Финляндии кризис не ощущается так остро, как в России, но, тем не менее, две осенних выставки пройдут в этом году на одной территории и в одно время. Здесь уже умеют расставлять приоритеты правильно: бизнес важнее амбиций, а благополучие клиента важнее собственного кармана.

К чести российских ассоциаций необходимо отметить, что они хотя бы пытались договориться, что уже большая редкость для российского рынка. В большинстве случаев российские предприниматели даже и не пытаются делать подобных шагов. Несмотря на то, что рынок рекламных сувениров, в общем-то, уже сложился, на нём действует определённое количество компаний, разделённых в соответствии с законами рыночной экономики, с чёткими представлениями о бизнесе своём и своих партнёров, отрасль, тем не менее, наполнена не основанными амбициями и дутыми представлениями. Подчас мне кажется, что российский рынок мнит себя либо слишком большим, либо слишком маленьким, где могут про-

исходить чудесные превращения. Объясню: рынки маленькие характерны тем, что слабые компании в них плохо выживают, давая тем самым возможность развиваться наиболее приспособленным усиленными темпами. Большие же рынки имеют в своей структуре большие же компании, которые не ждут, пока более мелкие отомрут, но скупают и банкротят их



сами. Так вот, в России ситуация иная: рынок на сегодняшний день таков, что нет таких больших компаний, которые бы выжимали из него соперников, и в то же время есть множество компаний, чувствующих себя достаточно уверенно, чтобы не быть поглощёнными или разорёнными конкурентами. На таком рынке самый разумный способ повышения эффективности – это слияние компаний на долевой основе.

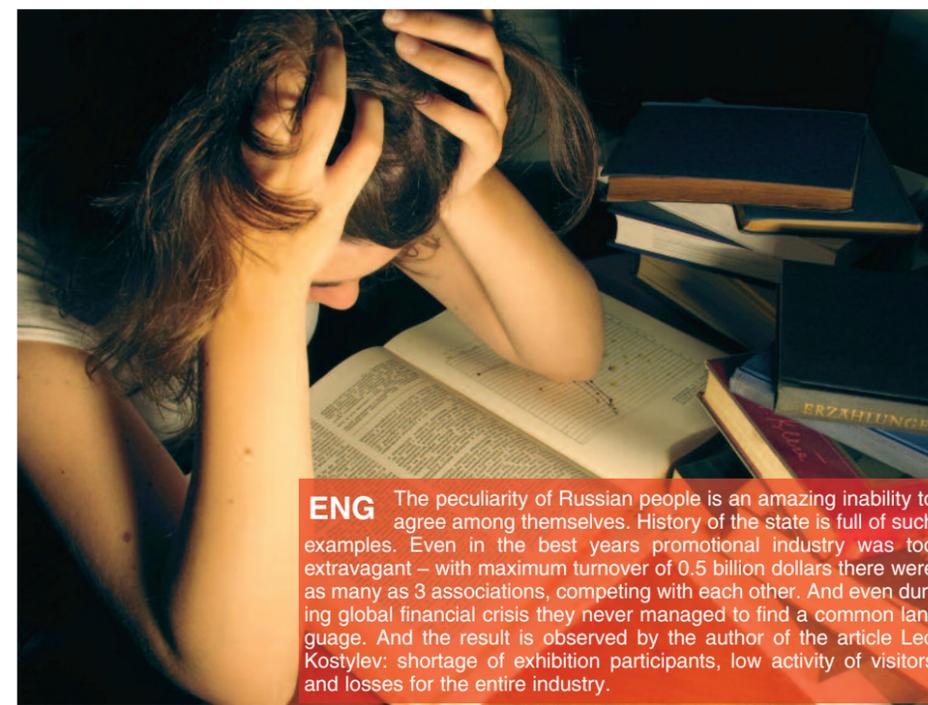
При всём моем уважении к обеим московским ассоциациям – зачем нужны две абсолютно одинаковые по формату, теме, участникам и посетителям выставки с интервалом в одну неделю? Они не были нужны в хорошие годы, а сегодня они просто являются грузом как для самих ассоциаций, так и для нас – экспонентов и посетителей. Отрасль, оборот которой оценивается максимум в полмиллиарда долларов (никто даже не знает более точной цифры, а на вопрос приводящему какую-либо из них: «В какой точке взята цифра оборота?» – недоумённый взгляд и невразумительный ответ), эта отрасль нарастила аж ТРИ ассоциации! Подобным оборотом могла похвастаться уже в 2007 году одна отдельно взятая компания – PF Concert. Конечно, они являются самой крупной компанией, может быть, в мире, но всё же, это просто складской оператор, не больше. В России же на такие же деньги существуют несколько тысяч компаний, три ассоциации, десятки выставок и пять отраслевых журналов! Как в такой ситуации можно рассуждать о прибыли. При этом, ассоциации устраивают конференции, обсуждая проблемы борьбы с кризисом, а то и ещё более мелкие, местные задачи. Вместо того, чтобы искать и находить пути к более тесной совместной работе, а может быть, и слиянию на каких-либо паритетных условиях. Как у ассоциаций, отраслевых журналов, так и у самих компаний, у каждой есть сильные и слабые стороны. Целью слияний и должно стать наиболее эффективное использование сильных качеств

и отсеивание слабых. В кризисное время подобная политика может стать наиболее эффективным коллективным средством борьбы за выживание и последующий успех. Те, кто изучал физику, помнят, что целое всегда обладает большей энергией, чем его части. Представьте себе, отбросив амбиции, что РАППС, который собрал самые значимые компании отрасли, объединился бы с двумя остальными ассоциациями, из которых IPSA умеет делать выставки лучше других, а МАПП – делать журналы и интернет-проекты. У такой организации не осталось бы слабых мест, и в выигрыше оказалась бы вся отрасль, а не только владельцы этих организаций.

Объединение коммерческих структур, конечно, в большей степени дело их владельцев, и здесь советы давать – только клавиатуру мучить, но в этом, тем не менее, правильный путь к будущим успехам. Ведь и здесь компаний, параллельно повторяющих друг друга, почти не осталось: у одних есть хорошо налаженный склад с хорошим каталогом, другие сильны своими производственными ресурсами, третьи обладают разветвлённой дилерской сетью, а у четвертых наилучшая логистическая схема.

«Общество ... не может ни перескочить через естественные фазы развития, ни отменить последние декретами. Но оно может сократить и смягчить муки родов» - написано в небезызвестном «Капитале» Маркса. Я уже давно знаю, что все люди одинаковые. В принципе. Общества разделяет лишь уровень их развития. Если бы это понимали многие (например, российские правители, которые изучали Маркса в обязательном порядке), это тоже могло бы влиять на этот уровень. Россия, в экономическом аспекте, опять стоит в начале строительства капитализма, но ментальность россиян, как это и положено в материалистическом мире, не поспевают за развитием производственных отношений (читай в том же «Капитале»). Будущее, тем не менее, у России весьма предсказуемое по форме, хоть и имеет временную зависимость от политических процессов. Идеи эгоистического индивидуализма, свойственные феодальному обществу, сменяются идеями разумного коллективизма, характерными для капиталистической формации. В наших с вами руках, по крайней мере, в рамках нашей отрасли приблизить это будущее и пожить в нём, пользуясь его плодами. Не надо дожидаться Петра Первого, который сбреет бороды и отрежет рукава кафтанов, тем более, что как это часто и бывает, вместе с бородой, порой, летит в мусорную корзину и вся голова.

Лео Костылев



ENG The peculiarity of Russian people is an amazing inability to agree among themselves. History of the state is full of such examples. Even in the best years promotional industry was too extravagant – with maximum turnover of 0.5 billion dollars there were as many as 3 associations, competing with each other. And even during global financial crisis they never managed to find a common language. And the result is observed by the author of the article Leo Kostylev: shortage of exhibition participants, low activity of visitors and losses for the entire industry.

ИГРЫ, КОТОРЫЕ МЫ ВЫБИРАЕМ... ...И КОТОРЫЕ ВЫБИРАЮТ НАС

ПРО-МНЕНИЕ

Люди играли, играют и играть будут, независимо от класса и сословия! Ни один ученый не может точно сказать, сколько на самом деле существует человечество, но в том, что игры сопровождали наших предков на всем пути до современного постиндустриального общества, сомнений нет. Так, **кости** метают более четырех тысяч лет, история игры в нарды превышает три тысячелетия, за ними следуют **шахматы** со сроком жизни в полторы тысячи. **Игральные карты**, прозванные «моливенником чёрта», вошли в обиход в XIII – XIV веках нашей эры, **доми-но** было завезено из Азии в XVIII веке, а игры подобные **шахкам** появлялись в разных странах на протяжении всей истории.

Проводить досуг за игрой, пожалуй, так же естественно, как, вернувшись домой после трудового дня, поужинать: кто-то может соблюдать диету и не принимать пищу после шести часов вечера, но все равно эта группа останется в меньшинстве. Поэтому практическую идею в качестве делового подарка преподнести игровые наборы оспорить сложно. Другое дело – мнимое отсутствие выбора, с которым мы уже свыклись. Но известные сувенирному рынку игры – это не то чтобы верхушка айсберга, это маленький осколок льда, прыгающий на волнах, рожденных его старшим братом. А причина этому – элементарное неведение: что может предложить индустрия развлечений?

Вспомним годы нашей юности: на прилавках магазинов можно было найти от силы десятков самых простых вариантов настольных игр, комплектность которых, как правило, состояла из игрового поля, набора фишек и кубика. Но в то же время на западе уже были выпущены тысячи для самого широкого круга пользователей. Сейчас ситуация кардинально не изменилась. Так, на сайте одного из крупнейших международных сообществ поклонников «настолок» Board Game Geek – www.boardgamegeek.com – зарегистрировано около пяти с половиной тысяч наименований, из них в России издано не больше сотни.

«Ситуация с настольными играми в России выглядит плачевно, но обнадёживающе», – делится мнением **Андрей Мартынов**, эксперт интернет-магазина «Лавка Игр» – www.lavkaigr.ru. – «С каждым годом и даже месяцем все больше людей открывают для себя мир «современных» настольных игр. В нашей стране, помимо детских и классических настольных игр, этим вопросом занимаются два крупных специализированных производителя и ряд мелких фирм. Основной объем игр – это выпущенные по лицензии локализации западных игр. Причем это не новые игры, а заслуженные хиты трех-пятилетней давности. Удачные отечественные разработки можно без труда пересчитать по пальцам одной руки, да еще и не загнутые останутся».

«В настольные игры играют очень разные категории людей, но всех их объединяет желание весело и интересно проводить время в кругу друзей и семьи», – рассказывает **Михаил Акулов**, генеральный директор компании «Hobby Games» – www.hobbygames.ru.

«Настольным играм присущ потрясающий объединяющий фактор. Для семейной части аудитории – это возможность выйти за пределы устоявшихся отношений родитель-ребенок, разрушить возрастные рамки. В



«Васаби» (Wasabi)

Трое игроков берут четыре фишки, придем пачкой все время выкидывает... После того, как лиса оказывается съеденной, она делает четыре хода назад... Подкидыш (Мосфильм, 1939 г.)

компании товарищей – это шанс получить практически ничем не ограниченное удовольствие от общения». По его словам, настольные игры способны сплотить, увлечь на какое-то время любой коллектив, предоставляют возможность лучше узнать друг друга.

По версии Андрея Мартынова, всех игроков можно было бы разделить на 2 типа: «казуальщики» (люди, время от времени и с удовольствием играющие в несложные игры в кругу семьи или друзей) и «хардкорщики» (фанаты, играющие регулярно, имеющие в домашней коллекции десятки различных игр). Соответственно, и социальные границы этих групп совершенно различны. Первая, наиболее обширная и разнообразная группа, в основном состоит из людей 20-35 лет, с достатком средним и выше среднего, по большей части мужчины. Зачастую это так называемые «менеджеры среднего звена». Однако, существующий ассортимент настольных игр настолько разнообразен, что легко отвечает потребностям любой аудитории – существуют игры, особенно полюбившиеся девушкам, детям или людям старшего поколения. Можно подобрать престижную дорогую игру или, наоборот, бюджетную. Вдумчивую, развивающую или веселую и расслабляющую, для двоих или 15 человек – каждый найдет подходящий для него вариант.

В одной статье рассказать обо всем невозможно. Мы постараемся привести краткую классификацию игр, существующих на сегодняшний день. «Игры можно классифицировать по разным критериям, например, по материальному воплощению: карточные игры, игры с миниатюрами, игры с полем. По комплектации: коллекционные (игры, различные элементы которых можно докупать по отдельности, составляя собственный неповторимый набор) и заранее укомплектованные (все, что нужно для игры уже собрано в одной коробке). По сложности игры: легкие и веселые игры на 10-30 минут (так называемые филлеры), «казуальные» игры средней сложности на час-полтора. «Хардкорные» игры с громоздкими, сложными правилами, требующие от 2-х до 10-ти часов, зачастую имеющие очень богатую комплектацию, но и соответствующую цену. По стилю игры можно разделить на «евро-игры», более мирные и просчитываемые, и «американские» – жесткие, конкурентные и с весомым элементом случайности», – рассказывает Андрей Мартынов.

Можно игры разделить и по степени абстрактности. Если игра, независимо от того, представлена она фишками или картами, не привязана к какому-либо сюжету, то это абстрактная игра. Но существует и множество тематических, которые станут оригинальным деловым подарком. Например, игра «Васаби» (Wasabi!) понравится клиентам японских ресторанов, железнодорожника заинтересует игра «Билет на



«Васаби» (Wasabi)

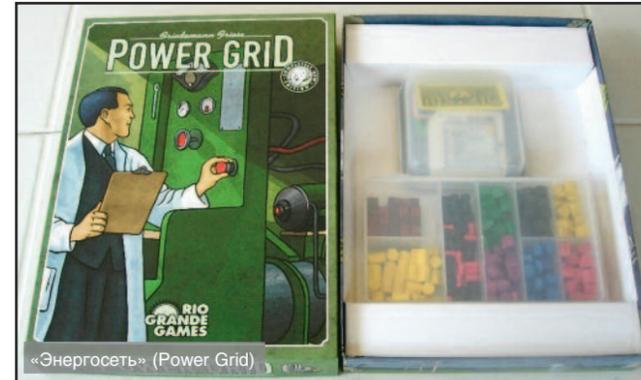


«Билет на поезд» (Ticket to Ride)



«Билет на поезд» (Ticket to Ride)

поезд» (Ticket to Ride), представителю топливно-энергетической отрасли подойдет «Энергосеть» (Power Grid),



«Энергосеть» (Power Grid)



«Энергосеть» (Power Grid)

риелтору – «На продажу» (For Sale), медику или фармацевту – «Пандемия» (Pandemic), бизнесменам широкого класса – «Анти-монополия» (Anti-Monopoly) и не стоит забывать о спектре исторических, приключенческих, «амурных», в жанре фэнтези, научной фантастики и тому подобных.



«На продажу» (For Sale)



«Пандемия» (Pandemic)

вавшей, подогнанной под конкретного клиента», – делится опытом Михаил Акулов. – «В этом заключается большой плюс настольных игр, о которых сейчас идет речь. Скажем, для шашек или нарды в основном доступна персонализация упаковки, реже – доски. Настольную игру проще переиздать, особенно если речь идет о крупном тираже, а многообразие позволяет сделать действительно оригинальный подарок. Можно подобрать любую тему и внести необходимые изменения не только в дизайн коробки, но и карт, фишек, игрового поля, руководства пользователя».



«Антимонополия» (Anti-Monopoly)

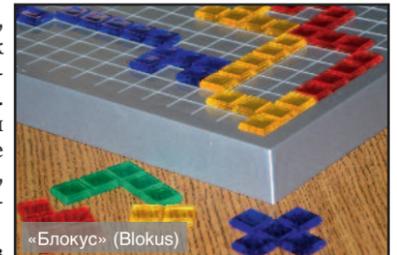


«Ниндзя-Бургер» (Ninja Burger)

Итак, играем! Причем играем по-крупному. Даже если кому-то может показаться, что это несерьезно, одна партия в «Блокус» (Blokus) или «Ниндзя-Бургер» (Ninja Burger) развеет сомнения несговорчивого заказчика. Пробная партия займет не более 15 минут, но

впечатлений хватит, чтобы он обращался к вам с «игривыми» просьбами снова и снова. Если уж мы выбираем игры, то почему не может случиться так, что найдет игра, которая выберет нас?

Александр Косачёв



«Блокус» (Blokus)

Фотографии: www.boardgamegeek.com

- 5 фактов в пользу настольных игр нового поколения:**
1. Это свежо и интригующе. Шанс, что получатель отложит подарок в сторону даже не распаковав его, равен нулю.
 2. Одноразовый рекламный контакт исключен. Хорошая настольная игра не будет пылиться на полке, а значит логотип, нанесенный, к примеру, на коробку, будет постоянно на виду, а имя дарителя – на устах. Если игра «зацепила», то уже никогда не отпустит.
 3. Простор для нанесения. В комплект современной настольной игры может входить множество элементов, пригодных для персонализации под нужды конкретного заказчика.
 4. Широкий диапазон цен и качества. Материалы, которые используются во многих играх – это бумага, дерево, пластик, металл, что позволяет гибко планировать бюджет для любой категории: от экноном-класса до представительского подарка.
 5. Настольные игры подталкивают к живому общению, безвредны, а иногда и полезны для здоровья, безопасны для кошелка (в отличие от азартных).

ENG Gaming in fun, but in Russia board games aren't so popular like in western countries. The reason is lack of information about wonderful world of modern board games. But games are made not only for recreation, they can be grate promotional or business gift. And this article discovers what kind of board games except checkers, chess and cards are able to lighten communication with your partners, colleagues and clients.

ПРО-МНЕНИЕ

CHINA SOURCING FAIR: GIFTS & PREMIUMS

20-23 октября, 2009 AsiaWorld-Expo, Hong Kong



В следующем месяце еще больше подарков и сувениров ждут вас!

Столь долгожданная **China Sourcing Fair: Gifts & Premiums** наконец в следующем месяце открывает свои двери для вас. Приготовьтесь отобрать для себя самые новые и волнующие подарки и сувениры в AsiaWorld-Expo с 20 по 23 октября 2009.

Получите лучшие предложения от профессиональных и конкурентоспособных поставщиков Великого Китая и других быстрорастущих рынков Азии, готовых стать вашими партнерами по бизнесу в столь нелегкие времена.

Найдите те специально сгруппированные категории товаров, которые в большей степени будут соответствовать вашему направлению бизнеса!

China Sourcing Fair: Gifts & Premiums знаменита своим скрупулезным подходом к ассортименту выставаемой продукции: на выставке демонстрируется 100% спектра подарочной и сувенирной продукции. Выбирайте будущих лидеров продаж для вашей компании из следующих категорий:

- Рождественские и новогодние украшения и подарки;
- Электронные сувениры и часы;
- Подарки широкого спектра;
- Подарочная упаковка;
- Фоторамки;
- Промопосуда и наборы для путешествий;
- Промопакеты, кепки, предметы одежды;
- Промобрелоки, бейджи, значки;

- Канцелярия, бумага;
- Украшения и ювелирные коробки.

Заручитесь профессиональной бизнес-поддержкой у проверенных поставщиков.

Минимизируйте риски при поиске нужных поставщиков посетив выставку, в которой принимают участие проверенные и тщательно отобранные производители вашей сферы бизнеса. Все участники China Sourcing Fair проходят специальную программу верификации Global Sources, которая разработана специально для предварительной многосторонней оценки надежности поставщиков. Это гарантирует в высшей степени соответствие экспонентов вашим требова-



ниям. Более того, свыше 70% участников – это производители из материкового Китая, которые способны предложить наиболее выгодные рыночные цены на качественную продукцию. А присутствие на выставке производителей из Тайваня, Гонконга, Индии, Южной Кореи и других азиатских стран только лишь предоставляет дополнительную свободу выбора.

Удобное месторасположение и выставочный комплекс мирового класса.

Выставка будет проводиться в комплексе-шедевре мировой архитектуры AsiaWorld-Expo, расположенном всего в паре минут от международного аэропорта Гонконга. А из центра города на скоростном поезде Airport Express вы можете добраться до комплекса всего за 28 минут. Предварительно зарегистрированные посетители могут получить бесплатные билеты на Airport Express на каждый из 4-х дней выставки. Бесплатные автобусы, связывающие комплекс с основными



China Sourcing Fairs: Fashion Accessories, Underwear & Swimwear и Baby & Children's Products, а также с China Sourcing Fair: Home Products и India Sourcing Fair: Home Products.



коммерческими районами города, также будут предоставлены к услугам посетителей на протяжении всех дней выставки.

Выставка проходит в самый горячий торговый сезон в Гонконге, поэтому для закупщиков представляется удобная возможность посетить несколько выставок за одну поездку. Еще один плюс - данная выставка проводится параллельно с

Стратегически выгодное расположение комплекса и продуманная организация, нацеленная на обеспечение максимального удобства для всех гостей выставки, гарантируют вам эффективную и приятную деловую поездку и отличные результаты по закупкам.



Для дополнительной информации и регистрации, пожалуйста, посетите www.chinasourcingfair.com.

Материал предоставлен компанией Event Marketing Services Ltd.

ENG The much-awaited China Sourcing Fair: Gifts & Premiums is finally coming your way next month. Get ready to source new and exciting gift products and premium items at AsiaWorld-Expo on October 20 to 23, 2009. All China Sourcing Fair exhibitors go through Global Sources' Verified Supplier Program, so sourcing risk is reduced. Get the best deals from professional and competitive suppliers from Greater China and other growing Asian markets ready to be your success partners in today's challenging times.

LACHETTA MILANO: СОСТОЯТЕЛЬНЫЙ ВЫБОР

Успешный человек особенно внимателен к «говорящим» деталям гардероба, таким, как сумка, папка для деловых бумаг или портмоне. «Статусные» вещи по-прежнему востребованы, однако подход к их выбору изменился. В условиях финансового кризиса люди бизнеса предпочитают более разумный подход к инвестициям, отказываясь от неоправданно дорогих люксовых марок в пользу не менее качественных бюджетных аналогов. В частности, все больше поклонников приобретает итальянский бренд **Lachetta Milano**, эксклюзивным представителем которого в России является компания **Макрос**.

Для большинства успешных людей респектабельность и роскошь перестают быть синонимами. Не имеет смысла переплачивать за дорогие дизайнерские марки, если можно купить не менее качественные вещи по вполне адекватной цене. Яркий пример в своем сегменте – итальянский бренд **Lachetta Milano**, представляющий полный спектр аксессуаров из натуральной кожи, необходимых современному деловому человеку для работы, путешествий и отдыха. В недавно изданном каталоге компании **Макрос Галерея элитных подарков** эта коллекция занимает особое место.

Девиз **Lachetta** – функциональность. Любая вещь, будь то чехол для сотового телефона, несессер, портфель или дорожная сумка, превосходят потребности своего владельца. Так, в довольно вместительной дамской сумке присутствует отделение для ноутбука, подвеска для ключей и кожаный вкладыш для документов. Еще больше впечатляет набор опций в багажной сумке – удобная выдвижная ручка и мягкие колесики гарантируют легкость передвижения, множество внешних и внутренних отделений позволяет разместить деловые бумаги и личные вещи, а система крепежа гарантирует их полную сохранность. Боковые молнии позволяют регулировать толщину сумки – места хватит на все! Все вещи багажной линии **Lachetta** – портпледы, чемоданы – представлены как в статусном кожаном исполнении, так и в более практичном сочетании натуральной кожи с современным (и экологичным) материалом – технофиброй, известным своей износостойкостью.

Подчеркнутое внимание к деталям, тщательность отделки, характерные для люксовых брендов, отличают не только багажную коллекцию, но и всю линейку **Lachetta**. Дополнительный бонус – качество этих вещей всегда на шаг впереди их цены. Так, стоимость чехла для мобильного телефона марки **Lachetta** стартует от 600 рублей, кожаного портмоне – от 1000 рублей, портфеля – от 3 тысяч рублей.

Сочетание респектабельного дизайна и функциональности делает аксессуары **Lachetta** уникальным деловым подарком для бизнес-партнеров или коллег по работе. Любая крупная компания знакома с трудностями, возникающими при оснащении масштабных презентаций и деловых совещаний аксессуарами и бизнес-сувенирами. Однако этих проблем можно избежать, имея дело с ключевыми игроками рынка деловых подарков. Благодаря логистическим возмож-

ностям компания **Макрос** способна выполнять даже крупнооптовые заказы, включающие до 500 единиц одного наименования. При этом вы можете быть уверены, что заказ будет выполнен оперативно – срок доставки в регионы составляет в среднем 3-4 дня. По желанию заказчика презент – та же папка для деловых бумаг или кожаная сумка на ремне – могут быть персонализированы. В этом случае логотип компании наносится на внутреннюю подкладку изделия на фабрике – простое и в то же время довольно изящное решение.

Самый простой способ заказать выбранный вами товар – разместить заказ на сайте www.makroseuro.ru. Здесь же можно рассмотреть в деталях всю линейку кожаных аксессуаров **Lachetta** – электронная презентация бренда поможет вам составить непосредственное впечатление о марке и убедиться – инвестиции в имидж могут и должны быть эффективными.

Ефим Пахульский,
директор компании **Макрос**

ENG Every successful person is particularly attentive to the «speaking» details of his appearance, such as his bag, folder for business papers or purse. During financial crisis, business people prefer more sensible approach to their investments and refuse to use unreasonably expensive luxury brands in favor of budget counterparts of the same quality. In particular, Italian brand **Lachetta Milano** acquires more and more fans, which is the exclusive represented in Russia by **Makros** company.

LACHETTA



МАКРОС

Центральный офис: г. Самара, ул. 6 Просека, д.163
тел./факс: (846) 240 20 70
Московский офис: г. Москва, Костомаровский пер., д. 3 стр. 1а, офис 414
тел./факс: (495) 916 60 41
e-mail: region@makroseuro.ru
www.makroseuro.ru



Познакомьтесь с креативными новинками из Китая и Азии!



global sources
Gifts & Premiums
China Sourcing Fair
www.chinasourcingfair.com

20–23 октября, 2009
28 апреля – 1 мая, 2010
AsiaWorld-Expo
Гонконг

Не упустите возможность увидеть невообразимый ассортимент популярных новинок

Отразите напор экономического кризиса с новыми горячими и конкурентоспособными продуктами от поставщиков **China Sourcing Fair: Gifts & Premiums!**

Данная выставка – это одно из главных закупочных событий индустрии подарков и сувениров Азии, где новые креативные продукты собраны по 10-ти популярным категориям:

- Рождественские и новогодние украшения и подарки
- Электронные сувениры и часы
- Подарки широкого спектра
- Подарочная упаковка
- Фоторамки
- Промопосуда и наборы для путешествий
- Промопакеты кепки и предметы одежды
- Промобрелоки бейджи и значки
- Канцелярия и бумага
- Украшения и ювелирные коробки

Совершайте закупки у конкурентных поставщиков Китая и Азии

Вас ждет встреча с самым крупным сообществом китайских поставщиков, когда-либо собиравшемся под одной крышей на выставках сувенирной индустрии в Гонконге. Новые производители из Гонконга, Тайваня, Кореи, Индии и других азиатских стран также будут представлять свои новинки на данном шоу.

Более низкие цены, гибкие условия размещения заказа и поставки позволят вам минимизировать закупочные издержки при нынешних сложных рыночных условиях. Воспользуйтесь этими конкурентными преимуществами, посетив поставщиков **China Sourcing Fair!**

Идеальное время для осенних закупок

Выставка **China Sourcing Fair** открывается всего за несколько дней до старта Canton Fair в Гуанчжоу. Это предоставляет вам возможность познакомиться с большим ассортиментом товаров за одну закупочную поездку в Китай.

EXPRESS REGISTER ONLINE Зарегистрируйтесь сегодня, чтобы получить бесплатный пропуск на выставку:
www.chinasourcingfair.com/taaw

В эти нелегкие времена откройте новые возможности!

- ✓ Познакомьтесь с широким ассортиментом горячих новинок от индустрии подарков и сувениров, которые помогут активизировать продажи в новом сезоне
- ✓ Повстречайте новых поставщиков из Китая, которые смогут предложить более конкурентные цены
- ✓ Получите оптимальные условия размещения заказа и поставки

А теперь и в Шанхае!

13–15 января, 2010

Shanghai New
Int'l Expo Centre, Шанхай



VMB9-0794 RUO-CST0910-GP-FPFC-External Ad-Professional Magazine-Sept09

PRODIR ОТКРЫВАЕТ КОНЦЕПТУАЛЬНУЮ СТУДИЮ В ЦЮРИХЕ

С 13 июля на площади Рюденплац в Цюрихе каждый желающий сможет сам сконструировать себе письменный прибор своей мечты! Первая студия швейцарской брендовой марки Prodir – это уникальная креативная мастерская, которая дает возможность клиентам на пяти специально созданных для этого мультисенсорных экранах проектировать и собирать ручки в соответствии с их собственными представлениями о том, каким должен быть письменный инструмент. И на сегодняшний день эта концепция единственная в своём роде.

На полках, подсвеченных подобно праздничной витрине, представлена коллекция из 150 образцов *Ready-made* ручек, цвета и конфигурация моделей которой были специально спроектированы для студии – это первое, что видишь, когдаходишь в зал. Здесь свежие, легкие комбинации яркой неоновой расцветки соседствуют со спокойными, скорее даже тёмными табачными и коньячными тонами. Каждый сможет отыскать здесь «ручку своей мечты». Главным лейтмотивом этого зала студии стало не только внимание к манере письма разных людей, но самому

своей почте ручка доставляется на нижний этаж, где при помощи высокопроизводительного принтера выполняется её дальнейшая персонализация. Так клиент лично становится участником процесса создания промо-ручки, недаром девизом студии является интерактивность, проходящая красной линией через все фазы производства.

В третьей зоне студии расположилась галерея. Здесь на обозрение выставлены тематические пен-буки. Как и весь проект, они являются не только плодом творческой мысли дизайнеров, но одновременно и площадкой для фантазий посетителей, покупающих и использующих ручки в повседневной жизни. Одни тематические пен-буки, как телефонные справочники, большие и тяжёлые, а другие выпущены в удобном карманном формате: оригинальные книги с преимущественно незапечатанными страницами, среди которых сокрыты один или два письменных прибора. Разнообразие вариантов исполнения приятно удивит: от роскошных парчовых переплетов до шуточных пен-буков для ипподромов; есть пен-буки с двумя ручками, пен-буки для дошкольников; разворотные пен-буки и многие другие модели, каждая из которых имеет свой совершенно индивидуальный характер. Например, в каждом отдельном парчовом пен-буке из ограниченной серии вложена действительно



Мультисенсорные экраны, на которых можно самостоятельно сконструировать ручку, являются сердцем новой студии Prodir.

письменному прибору как проявлению индивидуальности. Поэтому каждый образец *Ready-made* имеет свой собственный опознавательный код, и готовые ручки можно приобрести для себя прямо здесь или при помощи мультисенсорного экрана продолжить его персонализацию.

Мультисенсорные экраны – это кульминационная точка и креативное сердце студии. Стол со встроенными экранами составляет в длину семь метров. Используя интуитивно понятный, как на iPhone, интерфейс, здесь можно собрать свой собственный, индивидуальный письменный прибор уникальной формы, цвета, материала и с оригинальным нанесением. Эту вторую группу продуктов Prodir называет *Self-made*. После того как виртуальный дизайн завершен, совместно с клиентом осуществляется сборка. Если в проекте предусмотрено нанесение печати, то по пневматиче-

ска уникальная, не имеющая аналогов ручка DS7. Посетители, которых не устраивают готовые тематические пен-буки, могут самостоятельно сконструировать книгу к ручке, и, конечно же, их задумка тут же будет воплощена в жизнь! На мультисенсорных экранах легко спроектировать любую обложку, которую затем изготовят в мастерской этажом ниже.

«В студии мы демонстрируем только то, за что можем поручиться», – говорит руководитель продаж и маркетинга Prodir Гвидо Каспарис (Guido Casparis). – «Ценности нашей фирмы, наше стремление к качеству и нежелание довольствоваться минимальным общим знаменателем – всё это можно увидеть прямо здесь. Пожалуй, больше нет другого такого места, где бы письменные приборы настолько серьёзно воспринимались в качестве инструмента выраже-

В галерее представлены для продажи оригинальные тематические пен-буки.



Подсвеченные полки напоминают праздничные витрины.



ния индивидуальности».

В будущем на Рюденплац также будут проходить инсценировки историй, посвященных темам письма и творчества, чтения, выставки и другие события. Все желающие подробно ознакомиться с деятельностью Prodir теперь могут сделать это и в Цюрихе! Но приехать сюда стоит хотя бы ради того, чтобы создать свою собственную ручку. А где ещё можно сделать это?

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.

Студия Prodir

Schoffelgasse 2
Rudenplatz, CH-8001 Zurich
тел. +41 44 20 29 966
факс +41 44 25 14 436
info@prodir-atelier.ch
prodir-atelier.ch

Открыто:
понедельник - пятница:
с 10:30 до 20:00;
суббота: с 09:00 до 17:00

Головной офис
PRODIR SA
Zona Industriale 1/2
CH-6802 Rivera
Fax +41-91-935 55 35
sales@prodir.ch
www.prodir.com

Россия
Нушин Лойко
Продир Интернэшнл
Садовническая ул, 82, стр.2, офис 2008
Москва – Россия 115035
Тел: +7 (495) 6440938
Факс: +7 (495) 6411886
nushin.loyko@prodir.com
www.prodir.com

Так же индивидуальны,
как и пользующиеся
ими люди.

КНИГА + РУЧКА...
ПРЕКРАСНОЕ СОЧЕТАНИЕ РУЧКИ И БЛОКНОТА.

МИНИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО - 250 ШТ.

ПРОДИР СНГ, САДОВНИЧЕСКАЯ УЛ. 82, СТР.2, ОФ.2042,
115035 МОСКВА, РФ Тел. +7 495 644 09 38

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

WWW.PRODIR.COM

prodir.



Приглашаем
Вас посетить наш
стенд 17-11 на
выставке
«Бизнес-сувениры и
подарки», которая пройдет
с 8 по 11 сентября в ЦТХ,
по адресу Крымский Вал,
д.10.

НАКЛЕЙ-КА!

Когда речь заходит о клейких листочках или клеевых блоках для записей, то первое, что приходит на ум, - «поститки», «поститы» и проч. На самом деле потребители не просто так называют листочки с клеевым слоем такими словами.

имеет специальное покрытие, позволяющее писать по всей поверхности листочка.

На протяжении многих лет Post-it® является не только неотъемлемым атрибутом организации рабочего места в офисе, но и эффективным рекламным инструментом, преимущества которого испытало на себе множество компаний во всем мире: Hewlett-Packard, Coca-Cola и многие другие. Теперь этот уникальный рекламный носитель пришел и в Россию!

Поговорим об основных преимуществах, которые дает использование продукции Post-it® в рекламных целях.

В первую очередь, это максимально долгий эффект воздействия на целевую аудиторию. Исследования показали, что один листочек с логотипом вашего клиента или вашей компании из блокнота Post-it® видят в среднем 4 человека,

значит, блокнот из 50 листов увидят 200 пар глаз. Когда человек видит блокнот для записей Post-it®, то на бессознательном уровне он думает, что должен что-то на нем записать или отметить, а так как с момента изобретения их принято считать удобным и полезным инструментом, который может пригодиться как на работе, так и дома – никто не выбрасывает блокноты Post-it®.

Во-вторых, это огромный ассортимент, позволяющий подобрать продукт, отвечающий именно вашему рекламному бюджету: это блоки Post-it® от 10-ти листов 13-ти стандартных цветов бумаги различного размера, это уникальные кубы с клейкими листочками, это, безусловно, самый большой выбор способов печати. Так возможна полноцветная печать на блоке Post-it® или нанесение нового изображения на каждый листочек! И не стоит забывать о фигурных блоках Post-it®, представленных в более чем 100 стандартных формах. А если вам необходимо, чтобы листочек Post-it® нашел свое место на пылеотталкивающем пластике монитора или дверце железного шкафа, вы всегда можете воспользоваться дополнительной опцией – Post-it® Super Sticky, блоками с повышенными клеевыми свойствами, которые можно прилепить абсолютно на любую поверхность.

И, наконец, несколько слов о компаниях, которые могут использовать Post-it® со своей символикой. На самом деле в многообразии продуктов Post-it® найти что-то для себя может практически каждый клиент. Фармацевтические компании подберут интересные тематические блоки. Банки или страховые компании, прибегнув к технологии печати нескольких информационных модулей в одном продукте, воспользуются блоком Post-it® для демонстрации всего спектра услуг, тем самым оптимизируя свои затраты. А многие другие компании могут использовать Post-it® в качестве дополнительного инструмента поддержания лояльности клиента.

Самое главное – помнить, что ваш рекламный сувенир действительно может работать, если это Post-it®!

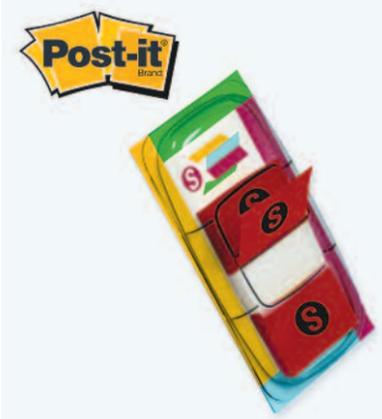
Анна Петренко,
руководитель проекта PMD в России

ENG Post-it® is a world-famous brand. Special formula of glue and high-quality paper makes these memo-stickers powerful promotional instrument. Grate assortment allows to choose particular kind of block and printing to fit every promotional campaign. Pharmaceutical companies, banks, insurance offices have been already using Post-it® to present all variety of their services. And how are you going to use them?

традиционное



Более 25 лет назад сотрудник компании 3М - Арт Фрай - создал первый в мире листочек с адгезивным слоем, который получил название Post-it, а со временем стал одним из самых популярных брендов в мире Post-it®, наравне со Scotch® (торговая марка 3М), Pepsi и многими другими. Чем же отличаются настоящие листочки Post-it® от аналогичных продуктов? Во-первых, клеевым составом – формулой клея, которую до сих пор не удалось повторить ни одной компании в мире. Клеем, который позволяет закреплять листочки на любые поверхности, оставаться листочку там, куда он был приклеен, столько времени, сколько Вы посчитаете нужным, многократно переклеивать его и, конечно же, не пачкаться клеем. Достигается это за счет многоступенчатой технологии нанесения: на бумагу наносится праймер, удерживающий клей на листочке, и только затем сам клей особенной сферической структуры. Второе отличие – это бумага плотностью 80 г/м2 самого высокого качества, которая не загибается при отделении листочка от блока, а также



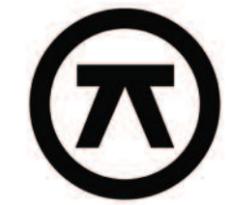
Блоки Post-it® с логотипом Вашей компании - самый простой и надежный способ найти своего клиента!

3М Россия
Россия, 121614, Москва, ул. Крылатская, д. 17, стр. 3,
Бизнес-парк «Крылатские холмы», тел. +7 495 784 74 79
www.3MRussia.ru

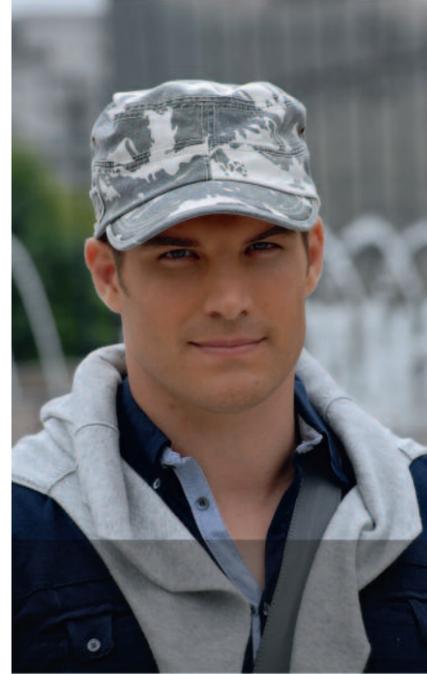


КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

ITALIAN STYLE



KEYONE®
DESIGNED IN ITALY



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



ФЕЛИКС ИМПОРТ

225-226-2



111524, Москва, ул. Электродная, д. 2, стр. 12-13-14, подъезд 12
Тел.: (495) 225-226-2

www.felix-import.ru

ВЫСОЧАЙШЕЕ КАЧЕСТВО – ТЕПЕРЬ В НОВЫХ, СТИЛЬНЫХ И МОДНЫХ ЦВЕТАХ

Для настоящих мужчин, которые стремятся к большему:
линия Hanes Beefy 2009 года!

Знакомы ли вы с самой популярной и выпускаемой наибольшими партиями футболкой мира? Это флагман легендарной линии Hanes Beefy: популярная модель Beefy-T®, заслужившая восхищение покупателей ещё в 1974 году и, конечно же, нашедшая своё место в каталоге 2009 года. Секрет успеха заключается в высоком качестве, не имеющем аналогов на рынке. Это настоящий тяжеловес с плотностью 215 г/м², удобным кроем и материей из 100% хлопчатобумажной кольцевой пряжи. Это футболка для самых требовательных, а её цена приемлема для каждого! Именно это является изюминкой всех моделей коллекции Beefy.

**Американские. Мужские. Легендарные.
5 неординарных моделей!**

Красивый, не зависящий от влияния времени дизайн, максимальный комфорт, а также лучшее качество ткани. Это сделало всю линию Beefy абсолютным лидером продаж. Типичным отличием моделей Beefy является плотная материя, в которой чувствуешь себя просто великолепно. Благодаря плотности ткани от 215 г/м² до 320 г/м² все модели приятны и удобны при носке. Наряду с классикой Beefy-T® в нашем ассортименте вы можете найти Beefy Polo™ и модель с длинными рукавами Beefy Polo™ Long Sleeve. Завершают коллекцию свитера Beefy Sweat™ и свитера с капюшоном Beefy Hooded Jacket™.

**Заманчивые перспективы: новые
цвета сезона 2009**

Благодаря этим 5 моделям Hanes уже многие годы держит курс только на успех. И в этот раз компания начинает новую главу истории побед в новом каталоге 2009 года. Ассортимент был дополнен 3-мя модными цветами Beefy Sweat™: оттенок синего Royal Blue, хаки Khaki и коричневый Brown создают свежие модные акценты. Hanes придает самое большое значение индивидуальности. Это видно по богатому выбору цветов (у одной Beefy Polo™ только 21 вариант

расцветки!) и 6 размерам.

Не менее важны 3 модели (Beefy Polo™, Beefy Sweat™, Beefy Hooded Jacket™), которые теперь включены в новую клубную коллекцию одежды «Hanes Club Wear Kollektion» с лейблом Hanes. Это идеальное решение вопроса с униформой для различного рода команд и коллективов, фирм и обществ, а также для требовательных индивидуалистов!

Больше информации о коллекции Beefy Line и Hanes Вы найдёте на www.hanes.eu.



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

«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

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

Hanesbrands Europe GmbH
Division Stedman
www.stedman.eu
europe.info@hanesbrands.com

ENG Are you familiar with the most popular in the world T-shirt? It is the leader of the legendary line Hanes Beefy - Beefy-T® model. It has earned the admiration of costumers in 1974 and of course has found own place in the catalogue 2009. To support fine tradition of high-quality promotional textile production Hanes added new models and colors to its assortment. It is an ideal solution for various teams and groups, companies and societies, as well as for demanding individualists, to find their own style of uniform.

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



Stedman®

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

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

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

Stedman®

Polo Long Sleeve Men
(ST3400)
170 г/м²
100% хлопок пике
GYN: 85% хлопка / 15% вискозы
3 пуговицы того же цвета
Манжеты на рукавах
S-M-L-XL-XXL

www.stedman.eu

COOL AS ICE!

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

Текстиль

LIMITED EDITION: БЕЗГРАНИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Уникальные предложения Mister Christmas к празднованию Нового 2010 года.

Сложнее сложного. Новогодняя сказка в зазеркалье

«Mister Christmas» представляет эксклюзивную коллекцию стеклянных елочных игрушек от мастерской G.DeBrekht.

Техника Ne'Qwa, с помощью которой изготавливаются эти игрушки, одна из старейших и насчитывает более тысячи лет. Ее особенность в том, что рисунок на елочной игрушке выполнен не поверх, а внутри стекла. Специальными изогнутыми кисточками через узкое отверстие мастера сначала наносят основной рисунок, затем фон. Причем в зеркальном отображении! А если стекло не прозрачное, а матовое, то в процессе работы конец кисти художнику совсем не виден, и получается, что рисует он вслепую!

Родина этого искусства – Китай. Широкую популярность техника Ne'Qwa, история которой насчитывала к тому времени не одно столетие, приобрела в XVII веке, когда заказывать и коллекционировать подобные изделия стал весь императорский двор. В XXI веке декоративные изделия, расписанные подобным образом, представляет мастерская G.DeBrekht. Легендарная дизайнерская студия привлекла к созданию расписанных изнутри новогодних украшений знаменитых художников, чьи работы искусно репродуцируются потомственными мастерами. Сегодня осталось лишь несколько небольших групп, работающих в этой технике, поэтому их труд так высоко ценится.

Изделия Ne'Qwa украсят любое новогоднее празднество. Чудесными игрушками можно нарядить ель, разместить на подставках как элементы новогоднего убранства или преподнести в качестве изысканного подарка. К хрупким стеклянным шарам поставляются особенные подставки: тонкие настольные металлические держатели, на которые игрушку можно повесить.

Деревянная шкатулка для каждого из изделий, – прекрасная подарочная упаковка. Нежный шелк и велюр, которыми обита внутренняя часть шкатулки, создают идеальные условия для хранения и демонстрации игрушки.

Все эти новогодние украшения, представленные в каталоге «Mister Christmas. Новогодняя коллекция 2010» – поистине эксклюзивные изделия ручной работы. Стекло игрушки выдувается не промышленным способом, а непосредственно самим мастером. За доли секунды, когда стекло еще горячее, ему придают соответствующую форму: шар, колокольчик, сосулька.

Роспись на всех игрушках индивидуальна и уникальна. При создании одной игрушки мастер использует целый набор сделанных вручную инструментов: от очень тонких кистей из конского волоса для прорисовки мельчайших деталей до ватных дисков для проработки фона. На то, чтобы

изготовить одну игрушку по технологии Ne'Qwa, художнику может потребоваться несколько дней.

Сложность и мастерство изготовления этих игрушек удивляет, восхищает и завораживает так, что эту зимнюю сказку в зазеркалье хочется обязательно принести в свой дом, поставить на самое видное место – невозможно оторвать взгляд, и тянет любоваться ей каждый день, и не только в новогодние праздники.



Дом Профессионала

Благодаря коллекции «Дом Профессионала» впервые появилась возможность выбрать индивидуальный новогодний подарок для представителей более 40 различных профессий!

Каждое из миниатюрных зданий, вошедших в коллекцию, олицетворяет определенную сферу деятельности и передает характер работы, близкий специалистам конкретной области.

Домики – высотой чуть более 20 см – выполнены по особой технологии производства, которая позволяет добиваться максимальной детализации изделий. Как и при конструировании уличных зданий, работа над домиком начинается с создания бумажного макета, в котором учтены все архитектурные составляющие: окна, ставни, двери, колонны – каждый декоративный элемент... Затем скульптор вручную вылепляет прототип здания, который послужит эталоном при создании всей коллекции. Для одной тематической композиции – домика и его окружения – может понадобиться до нескольких сотен мелких деталей, каждая из которых тщательно расписывается вручную. Итогом кропотливого труда мастеров становится действительно эксклюзивный предмет, ценность которого заключается не только в оригинальной идее, но и в ее искусном воплощении. Такая вещь станет красивым украшением интерьера: принесет в офис домашнее тепло и уют, а дома будет напоминать о рабочих свершениях. Некоторые из домиков служат настольными светильниками. Когда в них зажигается свет, в окошках разыгрываются тематические сценки: бухгалтер склонился над бумагами, ученики отвечают у школьной доски, врач принимает пациента, партнеры разыгрывают партию в бильярд...

Коллекция «Дом Профессионала» – идеальное решение при поиске способа в красивой и изысканной форме выразить почтение к избранному человеком занятию или хобби, будь то банковское дело, ресторанный бизнес, спорт, коммуникации, издательское дело или медицина.

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



ENG New collections of Christmas and New Year souvenirs are presented in this article. New line of Christmas-tree decorations is made in tradition of Ne'Qwa – an old Chinese technique of painting on the inner side of glass. There is a few groups of people working in this technique in the world and your partners will surely appreciate these presents at its true value. Other novelty is “House of the professional” collection which allows you to make individual present for up to 40 professions representatives. Every 20 cm height house embodies particular business field and would be grate present for you colleagues and clients.

ЦИФРОВОЕ ЧУДО

Как заметил один американский остролов, новогодние праздники – это сезон обмена вещей, которые тебе не по карману, на вещи, которые тебе не нужны. И если под этим углом взглянуть на нашу с вами действительность, то получим иллюстрацию проблемы поиска подарков партнерам, клиентам и коллегам к Новому году.

Отличную компанию Чебурашке составят кот Матроскин из культового мультфильма про «Простоквашино» и Дед Мороз, сошедший с ленты «Дед Мороз и лето». «ФлэшМастер» обладает эксклюзивными правами на производство деловых сувениров с персонажами студии «Союзмультфильм», поэтому повстречать любимых персо-



Так уж повелось, что Новый год и Рождество – самый актуальный повод напомнить о себе, заручиться дружеским расположением и поддержать добрососедский дух, и поэтому более чем когда-либо важны высокое качество и практичность подарка, ведь не даром известна поговорка: «Как год встретишь, так его и проведешь». И все же хочется какой-то атмосферы праздника, чтобы сувенир объединял в себе в равной степени и полезные качества, и нес радость людям, как Буратино.

Свежевыструганных Буратин, правда, дарить не стоит, но дух сказки в емкой и практичной форме преподнести не так уж сложно. Апельсины и мандарины, ярко-оранжевые сгустки чистого солнца, давно стали неотъемлемой деталью торжественного застолья, а кто наш любимый «апельсиновый» герой? Конечно же это Чебурашка! И обнаружить его мы можем в новогодней коллекции сувенирных USB накопителей от компании «ФлэшМастер». В фигурке пушистого зверька сокрыт USB накопитель, а поставляется он в деревянном ящичке из-под апельсинов. Особенностью данного накопителя является используемая при его производстве уникальная технология флокирования, которая позволяет сделать корпус «шерстяным». На брелочке-держателе для колпачка флэшки можно разместить ваш логотип.



нажей где-нибудь еще практически невозможно!

Но каждому – свое. Для тех, кто не готов остановить свой выбор на героях отечественных мультфильмов, компания подготовила нечто особенное. «Русская серия» флэш-накопителей может удовлетворить самый взыскательный вкус. К



примеру, USB-визитка, распечатанная вручную. Корпус выполнен из высококачественного пластика, оригинальная конструкция защищена патентами, что обеспечивает длительный срок службы и простоту в использовании. Рисунок наносится на алюминиевую пластину или на традиционную для этого вида искусства панель из папье-маше, расположенную на лицевой стороне накопителя. Это дает возможность художнику воплотить в жизнь любой графический проект, будь то снежный пейзаж, ночной лес или глубины скованного льдом озера. Такие накопители действительно можно назвать «эксклюзивными»! Более доступный вариант – это деревянные флэшки, распечатанные вручную по дизайну заказчика и уло-

женные в катушку. Здесь стоимость изделия зависит в большей степени от нанесения, но, согласитесь, USB накопитель, декорированный уникальным изображением по индивидуальному дизайну согласно вашим пожеланиям, наверняка станет надежной основой для здания успешного партнерства. Флэш-накопитель будет не только подспорьем в повседневных делах, но и отличным коллекционным подарком. На всех изделиях стоит клеймо мастера и предоставляется сертификат, подтверждающий, что данный подарок – единственный в своем роде. «Русская серия» не обошла вниманием и традиционный символ русского народного промысла: брелок в форме матрешки – просто, с долей юмора и со вкусом!



В качестве совершенно особенного делового подарка можно остановиться на накопителях, оформленных в технике филигрань. Корпус оплетается тончайшими проволочными нитями – накопитель будто одет в кружева. Металл для нитей может быть как обычным, покрытым золотым или серебряным напылением, так могут быть использованы и драгоценные металлы. Такая флэшка будет всегда навевать воспоминания о хрустящем инее на ветвях, морозных узорах на стекле, о восторге новогодних торжеств и тихом уюте сочельника.

Но «ФлэшМастер» уделяет внимание не только внешней стороне дела. Сердце подарка, USB накопителя, должно долго биться и верно служить хозяину. Поэтому компания использует только гарантированно качественные комплектующие от таких гигантов, как Samsung и Toshiba. Объем доступной памяти выбирает сам заказчик – от 1 до 32 или 64 Гб. В мультипликационной и эксклюзивной сериях используются особые, «продвинутое» чипы памяти с увеличенным сроком службы, позволяющие переносить большие объемы данных с компьютера на накопитель и наоборот за считанные секунды. На все изделия предоставляется гарантия.

Дарить подарки – отличная традиция, и если возможно добиться того, чтобы бизнес-сувенир стал действительно



эксклюзивным, то компания «ФлэшМастер» ближе всех подобралась к этой цели. Пусть суть всех USB накопителей – это хранение данных, но творческое развитие идеи и адаптация к конкретному событию, уникальная, выполненная под конкретный заказ оболочка, корпус в форме символа или



талисмана фирмы плюс ручная работа – все это дает возможность компании сотворить маленькое цифровое чудо! Для вас!

ООО «ФлэшМастер»
РФ, 101000, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 30/1/2, стр. 2, оф. 4
Телефон/факс: (495) 608-62-68, 510-71-67
Факс: (495) 608-62-68
E-mail: info@flashmasterltd.ru
www.flashmasterltd.ru

Александр Косачёв



ENG New collection of USB Flash-cards from "FlashMaster" company is a perfect business gift for New Year and Christmas celebration. Some flash-card are genuine masterpieces of hand-craft. Some of them give rise to nostalgia about childhood. And all of them have 100% guarantee of quality and originality. That's why these flash-cards could be named a real "exclusive" present.

ООО «ФлэшМастер»
РФ, 101000, г. Москва,
ул. Мясницкая, д. 30/1/2, стр. 2, оф. 4
Телефон: (495) 608-62-68, 510-71-67
Факс: (495) 608-62-68
www.flashmasterltd.ru

РАЗРЕШИТЕ ПРЕДСТАВИТЬСЯ – «ВЕЛЬМОЖА»

ОО «Вельможа» занимается производством деловой кожгалантереи (деловые папки и портфели) с 1999 года. Модельный ряд изготавливаемой продукции очень разнообразен: десятки моделей папок для документов:

- плоских (м. 003 «Водитель», м. 010 « Сотрудник», м.033 «Ученик»);
- объемных (м.012 «Специалист», м.018 «Корреспондент», м. 060 «Куратор») с разнообразной комбинацией



удобных карманов, закрывающихся по периметру на застежку молния;

- папки-портфели, закрывающиеся клапаном (м.015 «Инвестор», м.009 «Учитель») с ручками и без,
- несколько моделей вместительных портфелей классических форм (м.030 «Госслужащий», м.063 «Аспирант»);
- папки и чехлы всех размеров для художников (мар-

кировка /1 в черном цвете и /2- «шотландка»).

Разнообразие моделей дополняет карман на передней стенке.

Предоставляемая продукция ориентирована на самую разную категорию покупателей: мужские, женские (м. 040

«Бизнес Леди», м. 044 «Студентка II»), также для студентов, служащих и производственников, для менеджеров и руководителей.

Наша продукция находит своих покупателей в разных ценовых сегментах: в верхнем – это кожа и изделия маркировки «De luxe»; среднем – «VIP»; нижнем – «IMР».

Изделия из искусственной кожи успешно конкурируют с изделиями из натуральной кожи и даже превосходят их по некоторым показателям. Искусственная кожа довольно



прочный и долговечный материал, который по внешнему виду зачастую не отличается от натуральной кожи, а по стойкости к истиранию и другим показателям ничем не уступает. Наряду со всеми этими качествами, искусственная кожа значительно дешевле натуральной, и, соответственно, позволяет изделиям быть более доступными. Мы стараемся следовать моде и используем разнообразные искусственные материалы, способные удовлетворить любой вкус потребителя. Например, «Кожзам» может имитировать истертую временем натуральную кожу, иметь блестящий эффект, быть похожей на кожу змеи или крокодила, не говоря уже о различных цветах.

На все модели, производимые компанией «Вельможа», устанавливается только высококачественная фурнитура импортного производства. Для предохранения от износа на нижние детали устанавливаются специальные металлические ножки. Для сохранения срока службы используется окантовка в двойном подгибе и футировка стенок.

Вся продукция выпускается на одинаковом уровне качества работ и материалов (шелковая подкладочная ткань, фурнитура, упаковка) и различается только качеством искусственной кожи. Более семи лет вся продукция имеет упаковку евростандарта: бумажная этикетка, тканевый ярлык, индивидуальная упаковка в фирменный пакет и коробка.

Для разнообразия ассортимента мы поставляем из Китая мелкую кожгалантерею – кошельки, визитницы, ключницы, обложки для документов и многое другое. Дополнительно к сезону отшиваем школьные ранцы, молодежные рюкзаки и сумки.

«Вельможа» – единственная компания среди отечественных и зарубежных производителей на всю деловую продукцию предоставляет пожизненное гарантийное обслуживание и бесплатный ремонт изделий, что является гарантом качества.

Наша компания успешно работает с корпоративными заказами по моделям из имеющегося ассортимента, а также по индивидуальным размерам заказчика.

ООО «Вельможа»

ENG ООО «Velmozha» has been manufacturing business-class leather goods since 1999. Production is targeted to the most different categories of buyers: male, female, students, employees and production workers, managers and executives. «Velmozha» is the only company among domestic and foreign manufacturers providing life-long warranty and free repair for all kinds of its bags, folders, brief cases, which is a guarantor of quality.

ВСЕ ДЕЛО В КАМНЕ

Это не просто камень. Это обсидиан: минерал с многовековой историей, рожденный в недрах земли, недаром в Закавказье его называли «обломками когтей сатаны», в Америке – «слезами апачей», в Венгрии –



«токайскими люкс-сапфирами», а современные писатели-фантасты нарекают «драконовым стеклом». Представляя собой природное вулканическое стекло, обсидиан считается полудрагоценным камнем, но для отрасли бизнес-сувениров его можно считать поистине драгоценной находкой.

Ведь что такое бизнес-сувенир? Это не только предмет первой необходимости в строительстве партнерских отношений или в программах повышения лояльности. В первую очередь это вещь, которая будет использоваться каждый день на работе и дома. И здесь скрытые качества обсидиана раскрываются в полном объеме.

Обсидиан – это мощнейший энергетик, который и помогает человеку концентрировать свои силы, быть более собранным и сметливым. По древним легендам, обсидиан предостерегает своего владельца от дурных поступков и греха, охраняет от глаза и порчи, выводит отрицательные эмоции.

Поэтому компания Мастер Медиа делает уникальное для России предложение – эксклюзивные электронные гаджеты в корпусах из обсидиана. Это и флеш-карты, и кард-ридеры, и переносные жесткие диски – весь ряд съемных запоминающих устройств, электронные компоненты которых всегда соответствуют высоким стандартам качества и всегда тести-



руются после сборки.

Все гаджеты – это плод ручной работы мастеров, что без сомнения поднимает их ценность в качестве деловых подарков. Тонкая и искусная металлическая отделка корпусов выполнена из латуни и покрыта позолотой. Специальная техника нанесения методом вакуумного напыления золотом позволяет делать надписи и изображения, которые не будут знать износа многие-многие годы. Кроме того, все изделия комплектуются подарочной упаковкой из массива дерева с бархатным ложементом.

Флеш-карты и другие электронные гаджеты в корпусах из обсидиана могут стать замечательным подарком или запоминающимся аксессуаром. Одной из находок можно назвать специальный «мужской» и «женский» дизайн для флеш-карт. «Мужские» карты выполнены в строгой, но утончен-



ной оправе, а «женским» сияющий кристалл Swarovski добавляет пикантности и блеска.

Во многом в России заслуга применения обсидиана в ювелирных изделиях принадлежит Карлу Фаберже, придворному ювелиру императорской семьи. И по сей день изделия из обсидиана можно встретить в коллекциях украшений многих известных брендов. Теперь вы можете заказать собственную эксклюзивную коллекцию из этого древнего и благородного камня.

Кто-то хранит данные на пластиковых китайских «флешках», кто-то записывает на лазерные диски. Но именно в обсидиановых корпусах переносных жестких дисков, карт и кард-ридеров будет заключена не только информация, но и залог успеха, здоровья и душевного равновесия вас и ваших партнеров.

Александр Косачёв

Мастер Медиа
Адрес: 125130, г. Москва,
ул. 3. и А. Космодемьянских, д. 26/21, стр. 1, офис 38
Телефон: (495) 988-5213 (многоканальный)
e-mail: info@master-media.ru
www.master-media.ru

ENG Obsidian, or natural volcanic glass, is a precious find for the business souvenirs sector. It is not only a most powerful energy source but also valuable material for making packages for various USB-gadgets which have firmly come into general office use. Master Media offers its customers an entire collection of various electronic devices – portable hard drives, flash cards and card readers – to be perfect elite business presents for you and your partners.

ООО "ЛИВАДИЯ"

Мы делаем эксклюзивными обычные деловые подарки!

Элитная кожаная продукция по ценам производителя:

- портмоне, кошельки;
- визитницы, кредитницы;
- бумажники водителя;
- ежедневники

Изготовление на заказ.



Мы делаем эксклюзивные деловые подарки индивидуальными!

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

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

ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ УПАКОВКА
СТИЛЬНЫЕ АКСЕССУАРЫ

СУМКА С ДИНАМИКАМИ "ПРОМО ВЕРСИЯ" NEW!!!

ПРАЗДНИЧНЫЕ МЕШКИ

КОРПОРАТИВНАЯ УПАКОВКА

Мешки-сумки для деревьев

Торбы под заказ, любой материал и размер.

СПОРТИВНЫЕ НОМЕРА

Мешки для обуви

НОВОГОДНИЕ ТОРБЫ из бархата и парчи. Оригинальные сумки для документов.

PROMO - СУМКИ
Более 700 разновидностей сумок для рекламы в РР.

Заявки на изготовление принимаются круглосуточно ikasa@mail.ru

www.ikasa.ru тел: (495) 507-61-69

Эксклюзивные коробки и мешки для вашей продукции!



ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»



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

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



АБРИСОС

СУВЕНИРНАЯ УПАКОВКА

LIST

Настольные наборы

Организеры визитных бланкети

Адресные папки

Рамки для фотографий

Мышка и коврик из кожи

Футляры для помад, косметички, кошельки

СТУДИЯ ЛИСТ ПРОИЗВОДСТВО ДЕЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ И ИСКУССТВЕННОЙ КОЖИ

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

USB PEOPLE: БОЛЬШЕ НОВЫХ ИДЕЙ!

На страницах журнала мы уже рассказывали о компании забавных человечков, обладающих интересной внешностью и необыкновенно богатым внутренним миром.



Сегодня речь снова пойдет об этих симпатичных малышах, и причиной тому стала замечательная новость: в полку USB People прибыло!

Едва появившись на сувенирном рынке, USB People стали весьма популярны. Яркая внешность, высокое качество, удобство использования и некий «FUN», изначально заложенный в концепцию, добавили обычной, казалось бы, флеш-карте изрядную долю обаяния и привлекательности. И вот в связи с популярностью флеш-карт USB People модельный ряд значительно пополнился.

Об этих новинках непременно хочется рассказать, ведь мы делаем ставку на инновации.

Запущены следующие линии продукции USB People:
пилоты;
экспедиторы;
бизнесмены;
доктора;
рабочие;
хостесы;
дед мороз.

Каждая модель существует в четырех вариантах исполнения: стандарт, микро, мини, резина (с подробным описанием каждой версии, ее преимуществ и особенностей можно ознакомиться на нашем сайте www.usbpeople.ru). Команды пилотов, экспедиторов, бизнесменов могут оказаться в вашем полном распоряжении. Достаточно нанести логотип Вашей компании на униформу человечков, чтобы они начали без устали трудиться на вас в огромном информационном поле. Мы поместим логотип компании на любой стандартной модели при тираже от 50 шт.

Для индивидуализации стандартной модели можно

использовать такой прием, как изменение цвета корпуса. Это осуществимо при тираже от 250 шт. Мы можем изменить дизайн-оформление упаковки от 1000 шт., а при тираже от 2000 шт. сделаем это бесплатно.

Также возможно изготовление человечка по персональному эскизу, строго в соответствии с вашей задумкой от 250 шт., а для Мини USB People от 100 шт.

USB People с некоторых пор – наши любимцы. Это мнение разделяют многие люди, недаром данная продукция удостоена нескольких наград и отмечена высокими оценками в рекламном мире.

Инновации – наш конек! Поверьте, эта лошадка везет к успеху быстрее прочих.

Денис Ткаченко
«USB People»
www.usbpeople.ru



ENG A USB flash memory device is one of the most popular and interesting souvenirs nowadays. Things at the head are its functionality, storage space and usability. The article tells us about the new project "USB-people", which will supplement mere functionality with charm, warmth and allure of your creative participation. The number of available models has increased. New professions have been included into the assortment and every kind of company will find their own representative in the USB-world.

ИННОВАЦИИ – наш выбор!

«USB people Россия» / Мастерские Северный Дом
Телефон: +7 (495) 644-46-21 (многоканальный)
www.usbpeople.ru

Северный Дом | USB PEOPLE

МОСКВА 745-40-16
745-40-17
642-07-22

аграф
рекламное агентство
типография

agrafa@mail.ru www.agrafa.ru

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

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

самый безбашенный интернет-магазин
ПРИКОЛЬНЫХ
 елочных
шариков
santaballs.ru
 ШАРЫ САНТЫ
 Новый Год не По-Детски

Классики МАПП

...Иди за ними...

www.class.iapp.ru

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

Реклама на сайте

Баннер внутри рубрики сайта:
 размер: 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

- 40x10 мм - 390 руб. (10)
- 40x15 мм - 750 руб. (15)
- 40x20 мм - 1060 руб. (20)
- 40x40 мм - 1430 руб. (30)
- 40x50 мм - 1800 руб. (35)
- 40x60 мм - 2140 руб. (40)
- 40x80 мм - 2780 руб. (140)
- 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
 (812) 313-69-01,
 313-69-02



Название выставки	Город	Время проведения	Контактная информация
Бизнес-сувениры и подарки 2009	Москва ЦДХ	08.09.09-11.09.09	www.rapps.ru
Christmas Time 2009 / 100 дней до Нового года	Москва ЦДХ	08.09.09-11.09.09	www.christmastime.ru
Фестиваль Рекламы 2009 Полиграфист 2009	Ростов-на-Дону ВЦ «ВертолЭкспо»	09.09.09-11.09.09	www.vertolexpo.ru
Фестиваль Рекламы 2009	Волгоград Дворец спорта профсоюзов	11.09.09-13.09.09	www.volgogradexpo.ru
JUNWEX Москва 2009	Москва ВВЦ	12.09.09-17.09.09	www.restec.ru
Скрепка Экспо	Москва Крокус Экспо	15.09.09-17.09.09	www.apkor.ru
IPSA Рекламные Сувениры. Осень - 2009	Москва Крокус Экспо	15.09.09-17.09.09	www.ipsa-expo.com
Подарки. Осень 2009	Москва ВК «Гостинный двор» и ЦВЗ «Манеж»	22.09.09-25.09.09	www.gifts-expo.com
RED APPLE / Московский Международный Фестиваль Рекламы и Маркетинга 2009	Москва Центр Международной Торговли	23.09.09-25.09.09	www.festival.ru
Российская Ассамблея Рекламного Бизнеса 2009	Екатеринбург Выставочный центр	30.09.09-02.10.09	www.uralex.ru
Реклама & Бизнес 2009	Ульяновск Ленинский Мемориал	01.10.09-03.10.09	www.expo73.ru
Реклама 2009	Киров ОВЦ «Вятка-ЭКСПО»	07.10.09-08.10.09	www.vcci.ru
PR и Реклама 2009	Санкт-Петербург ЦВЗ «Манеж»	09.10.09-10.10.09	www.prireklama.ru
Золотой Глобус 2009	Москва Крокус Экспо	28.10.09-31.10.09	www.goldenglobe.ru
Реклама	Москва ЦВК «Экспоцентр»	09.11.09-12.11.09	www.reklama-expo.ru