



У Шерлока Холмса была  
феноменальная память,  
но даже он пользовался



Серия ежедневников  
Global De Luxe



Серия ежедневников  
Baroque



Серия ежедневников  
Lexicon

*Letts*

Made in United Kingdom



123423, Москва,  
ул. Народного Ополчения, 34  
Тел.: +7 (495) 745 -5511/12  
Факс: +7 (495) 745-5514  
[www.buro.ru](http://www.buro.ru)



# A` LAGER COMME A` LAGER<sup>1</sup>



**Я** намеренно не читал Солженицына до последнего времени. Слушал интервью с ним, читал о нём, но к прозе его не прикасался. Не то боясь разочароваться, не то понимая внутренне, что всему своё время. И вот момент этот наступил, и я скачал себе в ноутбук (а иначе книг теперь я и не читаю) всю библиотеку прозы Солженицына. Страшное чтение!

На левой стене моего кабинета висит фотография отца. Любимое фото моей матери. Она говорила, что это единственная улыбка в жизни (их совместной жизни) отца. Мать сама была хохотушка, звонкие раскаты её заразительного смеха во весь рот останутся в моей памяти навсегда, и она никак не могла понять, как мог отец выглядеть всегда так мрачно и сурово. Я смотрю на фотографию и вижу слегка развинутые губы, не то в гримасе боли, не то, и вправду, в зачатки улыбки. Назвать это «улыбающимся папой» могла только моя несгибаемая оптимистка-мама. После «Архипелага ГУЛАг» я понял, наконец, почему мы были лишены отцовской улыбки. Он тоже был там, в этих лагерях, умирал в Абези, пока за каллиграфический почерк не был переведён в «придурки», так и выжил.

Никто так и не удосужился сосчитать до каждой души, сколько же их пересидело в этих лагерях, но даже если поверить цифре, приведённой в «Архипелаге..» — 66 миллионов, то открываются по-новому глаза, нет, не на те времена, а на наше, сегодняшнее. Сколько же требовалось для такого количества заключённых (а разговор лишь о «политических», которых было, опять же, по Солженицыну, примерно половина) создать инфраструктуру и наполнить её персоналом. Лишь описание её заняло более 800 страниц (больше «Войны и мира») со всеми тюрьмами, лагерями, пересылками, и другими местами временного и менее временного содержания, которые наполнялись и переполнялись по воздуху и воде, по железной дороге и на «воронках», а где не было этого, то и пешком. Сколько следователей, оперативников, надзирателей, конвойных, часовых и многих других им подобных требовалось для осуществления нормальной (если в этом случае это можно назвать таким словом) деятельности всей этой машины насилия.

И в мыслях об этом, начинаешь понимать по-новому бездушный эгоизм, так свойственный современной России. Больницы, пациенты кото-

рых позавидывали бы узникам Гестапо, если бы знали правду о том, как те содержались. Врачи, готовые поставить любой диагноз за деньги, потому что знают о болезнях ещё меньше пациентов. Гаишники, берущие деньги с водителей, не пропускающих пешеходов, при этом сами не пропускающие никого и никогда. Учителя, сами плохо учившиеся и слабо помнящие даже школьную программу, но грабящие родителей, чтобы и их дети, не получив знаний, всё же получили аттестаты. Потому что ВСЁ РАВНО!

ОМОНовцы, бьющие по голове участников «маршей несогласных» и даже не за убеждения последних, а просто отработывая свою зарплату. Спросите их: «Почему вы бьёте безоружных, незащищённых налогоплательщиков, из денег которых вы и сами получаете зарплату?». Они не знают ответа, кроме: «Это моя работа». Судьи, выносящие приговоры не по «букве» закона, и даже не по «духу», а за деньги, а ещё страшнее, за то, что «друзья попросили». Потому что им тоже ВСЁ РАВНО!

Чиновники, берущие взятки, экономисты, не знающие экономики, банкиры, обворовывающие свой банк, министры, не умеющие выражать даже простые мысли, президент, борющийся с коррупцией, находясь в её эпицентре. Вся страна — сплошной лагерь (недаром по границе колючая проволока), и вышки плотно населены стрелками. А узники кто? Да мы же, все те, кого по телевидению называют «простыми людьми». И кто называет? Лужков, так нигде и недоучившийся? А он-то откуда «непростой»? Одна физиономия чего стоит!

И пока не поймут правители России, что люди все одинаковые, и относиться к каждому нужно, помня об этом, не будет здесь ни счастья, ни благоденствия. А что будет? ГУЛАг будет.

*Лео Костылев*

<sup>1</sup> Шутка соловецких заключённых аристократического происхождения, основанная на игре слов: франц. la guerre — война (на войне как на войне) lager — лагерь.



**A` LAGER COMME A` LAGER**  
The president of IAPP Leo Kostylev, deliberating over the book "The Gulag Archipelago" by Solzhenitsyn, has made a conclusion that modern Russia not much different from Soviet Union at Stalin's terror epoch. "All country — continuous camp, all over perimeter of the border is barbed wire, and towers with shooters. And who are prisoners? Yes, we are. Those who are named as "ordinary people" on TV", — he writes.

## ЛИДЕР БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ

### ОТ РЕДАКЦИИ

2 A` LAGER COMME A` LAGER

### 4 НОВОСТИ

### ТОЧКА ЗРЕНИЯ

12 На дворе трава, на календаре ноябрь

16 С чем едят съедобные бизнес-подарки?

22 Индекс МАПП: равенство конфет и ежедневник

24 Калейдоскоп съедобных подарков

### ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

27 Steadman продолжает свою успешную модельную стратегию

30 Не забудьте сделать нанесение

### ФОКУС-ИНДИВИД

31 Еще более легкий способ бросить курить

32 КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

39 КЛАССИФИКАТОР РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

## ЛИДЕР ОФИСНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ

### 2 НОВОСТИ

### ВЫСТАВКИ

4 «Скрепка» и «IPSA» под одной крышей

5 Лучшие логотипы канцелярских компаний

6 «Скрепка ЭКСПО» набирает обороты

8 О выставке товаров для дома

### ОФИСНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ

10 Детство BRUNNEN

### ОФИСНОЕ ПРОСТРАНСТВО

12 Новый год с цветами от Vermont

### ОФИСНАЯ ТЕХНИКА

14 Гаджеты



## ЛИДЕР №14 Ноябрь

### Президент МАПП:

Лео Костылев  
(info@finndesign.ru)

### Директор МАПП

Татьяна Улисова  
(tanya-mapp@iapp-spb.org)

### Редактор журнала:

Александр Левкин  
(levkin@iapp.ru)

### Художественный редактор:

Константин Никулин  
(konstantiniuz@gmail.com)

### Корректор:

Варвара Мочалова

### Журналисты:

Александр Левкин  
Александр Косачев

### Сотрудники МАПП:

Алла Алейникова,  
Галина Дроздова,  
Ольга Титанова

### Дизайн, верстка:

Константин Никулин  
Александр Шашихин  
Алексей Чачин

### WEB-дизайн:

Алексей Петюшкин  
(alpet78@mail.ru)

**Адрес редакции:** 194044, Россия,  
С.-Петербург, Беловодский пер., 7  
Почтовый адрес: 194044, СПб, а/я 899  
Тел. +7(812) 313-69-01, 313-69-02  
e-mail: info@iapp-spb.org  
www.iapp.ru  
www.leader.iapp.ru

### 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 : 10000 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 №2-4881  
от 13 декабря 2000 г.

### Распространение журнала:

- членам Ассоциации МАПП,
- по базе данных в отраслевые компании,
- поставщикам и оптовым закупщикам канцелярских товаров,
- на выставках в г.Москве, СПб, регионах,
- по подписке.

## Новинки в линейке дизайн-бумаг APLI-DECAdry!



У компании «APLI» есть решение для привлечения клиента к важной информации, оформлению поздравительных писем, грамот, приглашений и меню — широкий ассортимент дизайнерских бумаг. Кроме того, недавно он пополнился новинками от известной марки DECAdry. Новую серию иллюстрированных бумаг отличает современный, элегантный дизайн, стильная упаковка, выдержанная в черно-серебристых тонах, позволяющая продукции не затеряться на полке магазина или страницах каталога.

Как и вся продукция DECAdry, новинки подходят для печати на любых видах принтеров.

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

**Компания «APLI», г. Москва.**

## Готовь сувениры осенью



В преддверии Нового года всем компаниям необходимы оригинальные и интересные деловые подарки. В связи с этим ООО «Агентство Гармония» напоминает, что готовиться к праздникам надо заранее и предлагает уже сейчас определиться с будущим бизнес-сувениром. Компания рада предложить продукцию из своего ассортимента: шоколадки, шоколадные наборы, рекламные спички, сахарные стики с логотипом вашей компании - это оригинальные рекламные носители и приятные сувениры для партнеров и клиентов, важный элемент корпоративной культуры. Кроме того, дизайнеры компании создадут стильную и интересную этикетку специально для вашего заказа.

В каталоге ООО «Агентство Гармония» есть и более традиционные сувениры: визитницы, портмоне, брелоки, дорожные аксессуары. Также вы можете заказать 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**

## Новинки для рестораторов



Компания «Voux» в этом сезоне начала выпуск новых моделей аксессуаров, ориентированных на ресторанный бизнес. Ассортимент включает в себя: презентабельные подносы, бокалы, чехлы для винных бутылок, графины и другие аксессуары, в том числе декорированные кожей и кожзамени-телем.

Кроме того, компания «Voux» предлагает широкий спектр бизнес-аксессуаров из кожи.

**Компания «Voux», г. Москва.**

## В поддержку велоспорта

«Агентство Гармония» ищет спонсоров любого уровня для оказания помощи в обновлении материально-технической базы СДЮШОР МО (Спортивной Детско-Юношеской Школы Олимпийского Резерва Московской Области) по велоспорту. Просим всех, кому небезразлично развитие детского спорта в России, отозваться и позвонить в офис агентства. «Поверьте, помогать приятно!», — поделился с журналом «Лидер МАПП» представитель компании.

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

**ООО «Агентство Гармония», г. Москва.**



## Сезонная распродажа футболок для нанесения логотипов.



Компания «АКАР Групп» — прямой производитель футболок, начинает сезонную распродажу товара. Обратившись в компанию, можно заказать текстильную продукцию европейского качества по гораздо более низкой стоимости, чем в целом на рынке. Кроме того, «АКАР Групп» предлагает своим клиентам существенные скидки на услугу нанесения логотипов и рисунков на футболки, бейсболки и другие изделия. Условия акции распространяются на любой тираж: от 1 экземпляра до бесконечности. В ассортименте компании можно найти следующую продукцию: бейсболки, куртки-ветровки, одежда для промоакций, рубашки поло, футболки.

Контактную Информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Футболки».

**Компания «АКАР Групп», г. Москва.**

## Встретим Новый год вместе с «Бизнес-Букетом»



Компания «Бизнес-букет» предлагает взять на себя заботы о корпоративных подарках к новому 2010. Заказчику остается только выбрать из более 1000 качественных и недорогих товаров от ведущих мировых производителей: символ года, сувениры, елки искусственные, ветки, венки, гилянды, подвесные украшения и многое другое.

Менеджеры компании помогут подобрать оригинальные и яркие подарки, а дизайнеры-флористы с удовольствием упакуют или составят подарочную корзину или композицию из выбранных подарков!

Весь ассортимент товаров на [www.bbcom.ru](http://www.bbcom.ru). Бесплатные видео-мастер-классы по новогодней флористике и упаковке на [www.video.bbcom.ru](http://www.video.bbcom.ru) Справки по телефонам (495)980-98-98 и 8-800-700-45-00 – бесплатный звонок из регионов.

**«Бизнес-Букет», г. Москва.**

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

## Ежедневник для избранных

Компания «Сувенир Медиа» представляет новую модель ежедневника класса LUX от Lediberg в переплете Castelli Line, который станет отличным решением для тех, кто ищет подарки для важных персон.

Суперобложка ежедневника сделана из структурной высококачественной коровьей кожи, застежка на кнопке, с внутренней стороны множество карманов разного размера, петелька для ручки.

Внутренний блок Lediberg недатированный: 728 либо 795 S. Серебряный или золотой обрез блока. Материал обложки блока – «АСТРО». Возможные цветовые варианты обложки: 61 Черный, 62 Синий, 63 Бордо.

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

**Компания «Сувенир Медиа», г. Москва.**



## Визитницы и другие сувениры из кожи



Производственная компания «Кожаная мозаика» начала производство сувенирных наборов из натуральной кожи. Наборы формируются под заказ; в комплектацию входят обложки для паспортов и водительских документов, карманные и настольные визитницы, кредитницы,

ключницы и так далее. Цвет и фактура кожи согласуются с заказчиком. Возможна персонализация изделий и изготовление индивидуальной упаковки.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Ежедневники», «Папки».

**Производственная компания «Кожаная Мозаика», г. Москва.**

## Мерцающие ручки CROSS Masquerade для искушенных



Модный дизайн ручек навеян эпохой стиля модерн. Орнамент, обвивающий корпус, напоминает перья павлина и мерцает на перламутровом лакированном корпусе цвета слоновой кости. Рисунок усилен серебристой гравировкой, которая интригует и манит. Корпус ручек подчеркнут блестящей хромированной отделкой, изящно изогнутым клипом и центральным кольцом, напоминающим ювелирное. Традиционно, в дополнение к модному дизайну, превосходно сбалансированный корпус и пожизненная гарантия CROSS.

Главной особенностью коллекции является яркий и сочный орнамент, подчеркивающий индивидуальность и элегантность своего владельца, а также хромированная отделка, придающая мерцающий эффект. Коллекция понравится поклонникам модных и стильных трендов.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на странице 1.

**Компания «Бюрократ», г. Москва.**

## Папки с кольцевым механизмом от «ЭКОН-PRESS»



Компания «ЭКОН-PRESS» предлагает новую услугу — изготовление под заказ презентационных папок с кольцевым механизмом. Жесткая, долговечная конструкция обеспечит порядок и сохранность документов, рекламных материалов, образцов продукции. Кроме того, такая папка может стать эффективным инструментом продаж. В неё можно поместить различную документацию компании — контракт, презентационные материалы, деловую информацию – и вручить

своим клиентам или партнерам, что положительно отразится на имидже фирмы.

«ЭКОН-PRESS» изготовит любые виды папок на кольцах, воплотит в жизнь самые смелые дизайнерские решения. Материал для изготовления также может быть разным: пластик, картон и так далее.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Магниты сувенирные», «Пакеты бумажные, ламинированные».

**Компания «ЭКОН-PRESS», г. Москва.**

## Новая модель – новый повод выбраться на природу



«Русский элитный подарок» представляет новинку в модельном ряду наборов для шашлыка и охоты — набор «Подарочный 3» в кожаном колчане. В набор входит всё самое необходимое для отдыха на природе: шесть шампуров с деревянной рукоятью (рукоять украшена наконечником из латуни в форме

головы волка, совы или барана), раскладной мангал, охотничий нож и таяпка из высококачественной нержавеющей стали.

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

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

**Компания «Русский элитный подарок», г. Москва.**

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

## Полностью фирменная флешка

Компания «IAS-Group», помимо огромного ассортимента флеш-карт, предлагает все виды нанесения на них: от одноцветного до полноцветного.



Кроме того, можно заказать круговую запечатку флешки, что, как уверяют специалисты, невозможно сделать у других московских и питерских компаний. Следует отметить, что в «IAS-Group» при покупке флешек в стандартном корпусе их цвет будет соответствовать пантону, предоставленному заказчиком. Чтобы получить собственную оригинальную флешку, надо только выбрать артикул из огромного модельного ряда и предоставить макет для нанесения в формате JPG и AI.

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

**Компания «IAS-Group», г. Москва.**

## Медали на все случаи жизни!

Петербургская компания «Лариус-СПб» информирует, что их ассортимент пополнился медалями на все случаи жизни.



Торжественные и официальные, веселые и шуточные. Медаль можно вручить выпускнику или целому классу, молодоженам или даже их гостям, сотрудникам, шефу, юбиляру... Корпоративные медали изготавливаются с цветными изображениями и гравировкой. Предлагаются в коробочках, на ленточках и на специальных подставках.

Также конечные заказчики могут приобрести поздравительные фигурки и праздничные кубки. С шутивными и серьезными надписями.

Прямые поставки и собственное производство делают новое предложение особенно интересным. Персональные гравировки по цене обычных медалей и огромный выбор стандартных изображений.

Контактную информацию о нашей фирме Вы сможете найти на в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Значки».

**Компания «Лариус-СПб», г. Санкт-Петербург.**

## Tango со стендом



Агентство выставочной печати «Green LUX» рекомендует оптимальную конструкцию выставочного стенда – Tango Roll-Up. К тому же с 15 октября 2009 года Вы можете приобрести Tango Roll-Up размером 85x200см со скидкой – итоговая цена составит всего 4940 рублей! Изображение в этой конструкции надежно защищено от внешних воздействий при транспортировке, собирается

стенд менее чем за минуту. Вся серия стендов Tango отличает уникальное сочетание цены и качества. Все представленные мобильные стенды серии представляют собой удачный симбиоз красоты и функциональности. Кроме того, в «Green LUX» представлен широкий ассортимент других малых мобильных выставочных стендов.

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

## Выделяйтесь, будьте уникальны с нашим новым проектом YOUR MEMORY

Компания «Mid Ocean Brands» представляет новую концепцию сувениров «Your Memory» – флешки по индивидуальному дизайну. С их помощью вы можете создавать собственный уникальный USB-сувенир. Используя производственные возможности «Mid Ocean Brands», вы создадите уникальный в своем роде USB-сувенир, что представит вас и вашу компанию с наиболее выгодной стороны и подчеркнет ваш имидж.



«Your Memory» — флешки под заливку смолой — это серия USB-карт, включающая ряд моделей с нанесением полноцветной аппликации, поверх которой наносится слой эпоксидной смолы, что дает потрясающий объемный эффект! Такие USB-флешки подойдут самому широкому кругу промоакций.

«Your Memory» — флешки под заливку смолой — это серия USB-карт, включающая ряд моделей с нанесением полноцветной аппликации, поверх которой наносится слой эпоксидной смолы, что дает потрясающий объемный эффект! Такие USB-флешки подойдут самому широкому кругу промоакций.

**Компания «Мид Оушен Восток», г. Москва.**

## «Ручные» наборы CROSS

В ассортименте компании «Бюрократ» появилось пять новых наборов CROSS премиум-класса. Обновилось четыре коллекции: Engelberger, ATX, Townsend и коллекция Century II, которая включила в себя сразу две новые позиции.



Все наборы состоят из двух стильных ручек (шариковой и перьевой), лежащих в красивой упаковке. Каждый набор стал воплощением элитарности, обладающей той самой магией притяжения, которой знаменита вся продукция CROSS. Классический контур ручек подчеркивает глянцевый блеск металла, из которого они выполнены. Эффект утонченности придает хромированная отделка и «стройные» формы. Благодаря металлической отделке и строгим цветам ручки хорошо сочетаются со всеми аксессуарами современного делового человека.

Контактную информацию о нашей фирме Вы сможете найти на стр. 1.

**Компания «Бюрократ», г. Москва.**

## Фарфор со всего света



ЗАО «Федерация» предлагает конечным заказчикам бизнес-сувениров свою продукцию. Компания напрямую работает более чем с 20 заводами-производителями Германии, Италии, Ирана, России и Китая. Изделия этих заводов отличаются широким ассортиментом форм: от классического до современного. Отличается и сама продукция: от недорогой китайской до элитного немецкого фарфора ручной работы. Постоянный ассортимент на складе представлен белым фарфором и стеклом. Компания также специализируется на декорировании фарфора и стекла, есть своя полиграфическая база и художественный цех ручной росписи. Свою деятельность «Федерация» осуществляет с 1995 года. [www.posuda-opt.ru](http://www.posuda-opt.ru)

ЗАО «Федерация» предлагает конечным заказчикам бизнес-сувениров свою продукцию. Компания напрямую работает более чем с 20 заводами-производителями Германии, Италии, Ирана, России и Китая. Изделия этих заводов отличаются широким ассортиментом форм: от классического до современного. Отличается и сама продукция: от недорогой китайской до элитного немецкого фарфора ручной работы. Постоянный ассортимент на складе представлен белым фарфором и стеклом. Компания также специализируется на декорировании фарфора и стекла, есть своя полиграфическая база и художественный цех ручной росписи. Свою деятельность «Федерация» осуществляет с 1995 года. [www.posuda-opt.ru](http://www.posuda-opt.ru)

**ЗАО «Федерация», г. Санкт-Петербург.**

## Мы даем вещам ваше имя!



Текстильная компания «Нитка 35» предлагает махровые полотенца с вышивкой.

Пушистое махровое полотенце может стать носителем корпоративной символики любой компании, а также поздравительных надписей или имен. Послужит практичным и запоминающимся подарком клиентам, коллегам, друзьям и родственникам. «Нитка 35» предлагает полотенца того цвета, размера и плотности, которые необходимы заказчику. Собственное производство компании способно изготовить любое необходимое количество экземпляров.

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

**Компания «Нитка 35», г. Москва.**

## Новое место для «сумасшедшего шопинга»



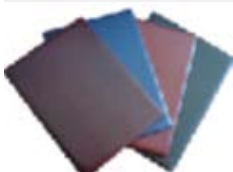
В Рунете открылся сайт **CRAZYSHOPPING.ru** — первый Интернет-магазин, где можно купить эксклюзивные копии продукции известных фирм и «Домов Высокой Моды» по выгодным ценам. Хотя в магазине представлены реплики, гарантией качества товара выступает строгий контроль закупок, учитывается качество внешнего оформления и самих материалов.

Ассортимент формируют опытные специалисты, которые постоянно следят за новинками fashion-индустрии. Каждый представленный товар обладают своей историей. Такие вещи носят звезды кино и спорта, видные культурные и политические деятели и просто модные персоны.

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

**Компания «Service Technologies», г. Москва.**

## Распродажа адресных папок от «ДЕКО Медиа»



Результатом анализа рынка бизнес-сувениров, проведенного маркетинговой службой «ДЕКО Медиа», стало спецпредложение по адресным папкам.

По результатам проведенного исследования мы подготовили ещё одно спецпредложение по кожаным адресным папкам. Кожаные папки самых популярных цветов: бордо и коньяк с существенным дисконтом. Подкладка — переливающийся муар под цвет кожи.

Помимо общего падения в цене, мы, в качестве подарка, предлагаем ещё и систему скидок в зависимости от тиража. Папки есть в наличии на складе. Пока...

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

**Компания «ДЕКО Медиа», г. Москва.**

## «Макс» подводит итог за 10 лет



В связи со своим юбилеем — 10-летием фирмы — компания «Макс» выражает благодарность своим партнерам, коллегам и, конечно, клиентам, взаимовыгодное сотрудничество с которыми помогло компании с успехом пройти столь важный рубеж. «Вот уже 10 лет лет мы с завидным постоянством шьем и печатаем футболки, — говорится в официальном письме компании. — Совершенствуем качество, расширяем ассортимент и производственные мощности. Спасибо всем, кто был это время с нами. Надеемся, что и следующие 10 лет мы будем вместе!»

Журнал «Лидер МАПП» поздравляет компанию «Макс», желает ей творческих успехов и продолжат с тем же усердием радовать нас своей замечательной продукцией!

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.**

## 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.**

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



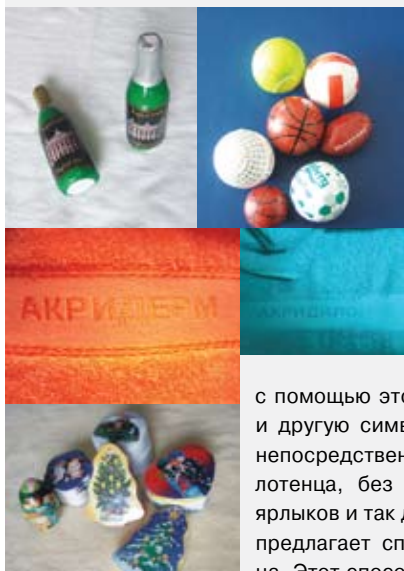
Компания «Олсам» разработала интересное антикризисное предложение для своих клиентов. Теперь при заказе значка, на котором будут любые юбилейные цифры, клиенты получают скидку 20% — это своеобразный подарок «Олсам» к данной значимой дате.

Предложение распространяется на любые праздники: День рождения компании, солидная круглая дата или просто маленький юбилей. А также на все виды продукции, изготавливаемые компанией «Олсам»: значки, медали, запонки, брелоки. Девиз акции: «Не надо откладывать праздники — они продлевают нам жизнь».

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

**Компания «ОЛСАМ», г. Москва.**

## Способы создания уникального полотенца



Компания «Service Technologies» предлагает новую услугу — производство фирменных полотенец. В силах компании выполнить оригинальные подарочные полотенца с символикой заказчика. Оригинальности придаст жаккардовое плетение:

с помощью этой технологии логотип и другую символику можно вплести непосредственно в саму ткань полотенца, без применения шильдов, ярлычков и так далее. Также компания предлагает спрессованные полотенца. Этот способ предполагает придание данному сувениру любой формы

по желанию заказчика. Например, можно спрессовать полотенце в виде бутылки, елочки, автомобиля, теннисного или бейсбольного шара.

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

**Компания «Service-Technologies», г. Москва.**

## 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.

Они используются на выставках, рекламных акциях, корпоративных и массовых мероприятиях, а также в композициях и в качестве подарков.

Помимо большого шара с печатью в «Printolog» можно заказать стандартные шары с нанесением изображений и фото, услуги по наполнению шаров гелием или воздухом; монтаж, раздачу, доставку и многое другое.

*Контактную информацию о нашей компании Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Шары воздушные» или на сайте [www.printolog.ru](http://www.printolog.ru)*

**Компания Printolog, г. Москва.**

## Модные решения для корпоративной и промо-одежды



Компания «Ко-Мод» — команда профессионалов, всегда готовых предложить вам дизайн-проекты, выполненные с учётом модных тенденций, которые отразят дух компании. Теперь у компании новый адрес, который вы можете найти на сайте [www.ko-mod.ru](http://www.ko-mod.ru).

В компании «Ко-Мод» работают дизайнеры, профессиональные конструкторы, опытные швеи и технологи, которые сделают корпоративную одежду узнаваемым лицом любой фирмы, а одежду для промоакций — лицом любого бренда. «Ко-Мод» разработает и нанесёт фирменную символику различными способами: вышивка, шелкография, термотрансфер, флексография и другие.

*Контактную информацию нашей фирмы вы можете найти*

*в Классификаторе сувенирной продукции в рубриках «Одежда для промоакций», «Разработка фирменного стиля».*

**Компания ООО «Ко-Мод», г. Москва.**

[www.ko-mod.ru](http://www.ko-mod.ru)

## Развивая технологии



Компания «Ростр» из Саранска продолжает развитие технологии гальванопластики для производства эксклюзивной, высокохудожественной продукции премиум класса. Основное направление деятельности — создание мелкосерийных панно, которые станут отличным подарком для высокопоставленных персон.



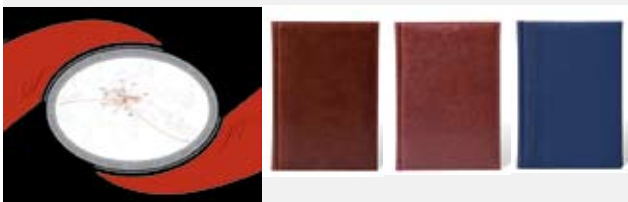
Благодаря введению в производство новых технологий обработки металла и новому оборудованию удалось достичь высочайшего качества покрытия изделий, как в медь, так и в золото, а также точности проработки мелких деталей элементов панно.

Кроме того компания продолжает выпуск новогодней продукции с использованием технологии флокирования. Елочки, шары — давно известные сувениры в мире рекламы, по-прежнему остаются на конвейере.

**Компания «Ростр», г. Саранск.**



## Легкий способ заказать ежедневник



В преддверии новогоднего сезона «Арвэй групп» (российское представительство турецкого производителя ежедневников «ACAR GROUP») информирует, что на складе компании в Москве можно быстро и легко купить необходимую партию ежедневников формата А5. Ассортимент представлен датированными и недатированными ежедневниками и в различных вариантах обложек, выполненных из искусственной кожи, которая поставляется лучшими итальянскими производителями. Коллекцию ежедневников от «Арвэй Групп» объединяет креативность, мастерство исполнения и инновационный подход.

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

**ООО «Арвэй Групп», г. Москва.**

## Тигр на подушке



Компания «Наша Семья» начала подготовку к новому году и разработала дизайн вышивки с символикой 2010 года. Также заказчиком доступна новая услуга: изготовление декоративных подушек с символом наступающего года — тигром и логотипом компании.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Вышивка на изделиях».

**Компания «Наша Семья», г. Москва.**

## 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 современ-

ный цех по персонализации деловых подарков, поэтому и днем и ночью для клиентов «Компании АЯ» доступны услуги по нанесению логотипов на любые поверхности методами шелкографии, тампопечати, деколирования, лазерной гравировки, тиснения и термотрансфера.

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

**«Компания АЯ», г. Москва.**

## Вкусно обо всем

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](http://www.fa-bri.ru)

## Санта Клаус жив!



Еще 4 года назад Санта Клаус разослал своих агентов-энтузиастов по всему свету, чтобы организовать «Агентства Санта Клауса» — маленькие заводишки 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 друзей, партнеров и близких.

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

**«Агентства Санта Клауса», г. Москва.**

## CROSS SENTIMENT задает романтическое настроение на каждый день



Модное веяние — наделять окружающие вещи эмоциями — отразилось и на пишущих инструментах. Новая коллекция от CROSS имеет все данные для создания романтического настроения в любом деле: от любовного письма до списка задач в ежедневнике. Все ручки коллекции CROSS SENTIMENT украшены съемным, выполненным с ювелирным мастерством, брелоком в виде замка-сердечка. В комплекте поставляется брелок-ключ, гармонично дополняющий ручку.

Другой особенностью CROSS SENTIMENT является их корпус, на который нанесен вручную отполированный, блестящий или перламутровый лак, подчеркнутый центральным кольцом. Оригинальная фактура кольца, напоминающая изящную бриллиантовую роспись, делает ручку похожей на настоящее ювелирное украшение.

Контактную информацию о нашей фирме Вы сможете найти на стр. 1.

**Компания «Бюрократ», г. Москва.**

# Выставка «Подарки. Осень 2009»: ИТОГИ

С 22 по 25 сентября 2009 года в Москве, в выставочном комплексе «Гостиный Двор» с успехом прошла международная специализированная выставка «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2009».



Традиционно выставка «ПОДАРКИ. Осень 2009» была представлена салонами: «Бизнес-сувениры и корпоративные подарки», «Подарки, предметы интерьера», «Елочные украшения, новогодняя и праздничная продукция», «Посуда и декор стола».

«ПОДАРКИ» — одно из самых ярких, масштабных и престижных выставочных мероприятий в этом сегменте в Восточной Европе и отражает основные тенденции развития мирового производства подарочной продукции, предметов интерьера, посуды, елочных украшений, новогодней и праздничной продукции, бизнес-сувениров и корпоративных подарков.

В выставке «ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2009» общей площадью 12 800 кв.м. и экспозиционной площадью 5 200 кв.м. приняли участие 368 компаний, из них 32 иностранные из 12 стран: Нидерланды, Бельгия, Греция, Италия, Чехия, Турция, Китай, Гонконг, Тайвань, Индия, Беларусь, Украина. На выставках были орга-

низованы национальные экспозиции Гонконга, Тайваня, Чехии.

Особенность мероприятия: широкий спектр посетителей. Этой осенью на выставке было зарегистрировано рекордное количество специалистов — 32 821. Из них: 7 687 оптовиков, 2 520 представителей торговых сетей, 4 970 корпоративных клиентов, 15 730 директоров магазинов, 382 дизайнера интерьера, 1 530 рекламных агентств.

География посещения выставок очень широкая. На выставки приехали специалисты из 180 городов России, Московского региона, стран СНГ и зарубежья: от Находки до Калининграда и от Мурманска до Ашгабата.

На выставке было сделано большое количество закупок корпоративными заказчиками, представителями торговых сетей, оптовиками, директорами магазинов. А на своих стендах компании — лидеры отрасли — представили современные тенденции в развитии индустрии. Кроме того, состоялась церемония награждений компаний-участников по следующим номинациям: «Почетный партнер года», «Лучшая презентация продукции», «Лучший дизайн стенда», «Лучшее креативное решение стенда» и так далее.

**Выставка «ПОДАРКИ. ВЕСНА 2010» состоится 22-25 марта 2010 года, в Москве, в ЦВЗ «Манеж».**

## Exhibition «Gifts. Autumn 2009»: results

From the 22th till 25th of September 2009 in exhibition center «Gostini dvor» in Moscow special international fair «GIFTS. AUTUMN 2009» has successfully passed. Considerable quantity of purchases has been made by corporate customers, representatives of trading networks, wholesalers, directors of shops at the trade-show.



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**



**ВСЕЬ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ**



**22-25 марта 2010**

**Москва, Центральный  
Выставочный Зал «МАНЕЖ»**



**21-24 сентября 2010**

**Москва, Выставочный Комплекс  
«ГОСТИНЫЙ ДВОР» и Центральный  
Выставочный Зал «МАНЕЖ» одновременно**

**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



14  
ноября



Бухгалтеру →



# На дворе трава на календаре ноябрь

**Н**а дворе осень, и сувенирщик уже не может думать ни о чем, кроме новогодних подарков. Какими они будут в этот нелёгкий год? Какими они должны быть, но, скорее всего, не будут? Все уже устали не только говорить, но и думать о кризисе. Российский премьер вообще заявил ещё в октябре, что кризис закончился (наверное, имел в виду себя лично). У нас, остальных, он, к сожалению, пока продолжается. Но значит ли это, что новогодние подарки можно отменить или, по крайней мере, отложить до лучших времен? Нет, не значит! Уверен, что нельзя. Во-первых, никто точно не знает, когда эти лучшие времена настанут. Настанут или какими будут. Об их приходе так же мало известно, как и о том, когда начнётся кризис. А во-вторых... Впрочем, давайте начнем с того, зачем они вообще нужны, наши корпоративные новогодние подарки.

Для затравки составим список, кому необходимо делать корпоративные подарки. Конечно, в самую первую очередь, главному ресурсу каждой фирмы — заказчикам. Поскольку деньги в любую компанию приходят от них, поддержание хороших отношений является первоочередной задачей любого бизнеса. Про этот случай можно сказать, перефразируя классику: если бы повода сделать подарок не было, его следовало бы выдумать. Второй, не менее важной группой получателей подарков являются собственные сотрудники. Не считайте за банальность, уважаемый читатель, но забота о повышении лояльности коллектива к работодателю дело архиважное (ленинское словечко, надо ж было так отлично сказать, особенно с его картавостью!). И хоть вопрос лояльности скорее актуален для более развитых рыночных экономик, забывать о нём вообще или пускаться на самотёк всё же не следует. Знаки внимания руководства фирмы по отношению к сотрудникам не обойдутся дорого, но, поверьте, оставят свой след в мозгу сотрудника.

Хорошо бы заготовить некоторое количество подарков для поставщиков. Я намеренно разделяю заказчиков с поставщиками, ибо в данной ситуации важна прагматическая бухгалтерская точка зрения. От заказчиков деньги к нам приходят, а к поставщикам они уходят. Для поставщиков мы — источник благосостояния, так что это их задача, в первую очередь, думать о подарке нам, ну а мы, как воспитанные люди, должны ответить на подарок подарком. Можно еще сделать подарки тем, с кем у фирмы налажены деловые контакты, помимо основной деятельности. Это охрана, курьерские службы, налоговики и т.д. Теперь, когда список получателей составлен, порассуждаем, зачем мы должны тратить на подарки.

Мы уже упомянули о поддержании хороших деловых отношений с заказчиками. Понятно, никакие подарки не помогут, если при этом вы в течение года срывали поставки или нарушали другие договорные отношения, однако, в некоторых случаях, хороший подарок, вовремя преподнесенный, может даже спасти отношения (это, конечно, скорее, из разряда историй о бизнесе, чем из жизни, но пренебрегать этим тоже не следует). Несмотря на цинизм российской бизнес-культуры, законы рынка действуют здесь с той же неумолимостью, как законы физики. Подарок всегда создает хорошее настроение (корпоративный или нет), а корпоративный дар, в дополнение, выполняет свою важную функцию напоминания заказчику о вашем существовании и добром к нему отношении. Чтобы окончательно убедиться в этом, представьте себе, что кто-то из ваших близких, а еще лучше из людей, которые от вас так или иначе зависят, забыл поздравить вас с днём рождения. Будет это вам безразлично? Вот и я не думаю! При этом, в нашей бизнес-жизни мы легко можем позволить себе не сделать подарка людям, от которых зависим и с которыми хотели бы продолжать отношения. Подарок хоть и корпоративный, однако, получатель его всегда конкретное лицо, которое и будет испытывать соответствующие ситуации чувства. То же



*поставщикам*

*системному администратору*

касается и собственных сотрудников. Напрасно рассчитывать, что хорошая зарплата и медицинская страховка — достаточная компенсация за труд! Человек быстро привыкает к хорошему, и всегда считает, что, по крайней мере, достоин такой оплаты, а еще чаще, что достоин большего. На эту тему можно спорить и ругаться, но кроме плохого настроения такие разговоры ни к чему не приводят. Завышенная самооценка заложена в мозг человека как часть защитного механизма. Если человек не будет любить себя беззаветно, он перестанет хотеть размножаться, а это, как-никак, наша главная функция. Поэтому, если хотите получить дополнительный шанс на продолжение трудовых отношений с теми, кто вам интересен как работодателю, делайте им, в частности, новогодние подарки. Поставщики и другие фирмы, с которыми компания связана так или иначе, как мы уже упоминали, не являются первостепенно важными получателями наших подарков, но во избежание конфуза стоит запастись какими-либо «ответными» дарами для них тоже.

Можно ли всё-таки обойтись без затрат на подарки и не делать их вообще? Хотя бы в такой тяжелый год. Можно! Не без последствий для собственной компании, естественно, но, как и всегда в подобных случаях, они не придут одновременно и сразу. Кто-то из заказчиков обидится и начнет искать альтернативного поставщика. Когда он его найдет, неизвестно. Может пройти месяц и год. Важно то, что решение о нелояльности принято. Сотрудники тоже не разбегутся как тараканы в одночасье, но в российских условиях опережающего роста зарплат по сравнению с производительностью труда, это было бы для фирмы даже более выгодно, чем иметь персонал, не очень довольный порядками в компании.

Получается, что как ни крути, а тратиться на новогодние подарки, в перспективе, оказывается более выгодным, чем сэкономить эти деньги. А кризис? Ну что ж, кризис! Кто-то из сувенирщиков в начале года сказал, что если компания в прошлом году дарила своим клиентам подарки по 100 долларов, то в этом году (кризисом) должна подарить, по крайней мере, за 150. Я не совсем согласен с этой точкой зрения, хотя в ней есть смысл. Всё же, рассуждая как профессионал, должен заметить, что сказавшего это, скорее всего,

переполняли эмоции по поводу нераспроданного склада. В подарке, как мы помним, важна не цена, а внимание (вот теперь можно попенять на банальность!). Несмотря на избитость фразы, никто толком её до конца не дочитывает, полагая, что если цена не имеет значения, то можно делать дешёвые подарки. Точка! А ведь истина повествует нам о том, что количество внимания может служить эквивалентом денег в подарке. Если вы подарите вашему важному заказчику дешёвый ширпотреб, это совсем не значит, что вы оказали ему внимание, но если вы сможете сделать креативный подарок со смыслом, с подтекстовым содержанием, то тогда, действительно, его цена безразлична.

Каков же окончательный вывод? Корпоративные подарки делать необходимо. Плохой год или хороший, плохо обстоят дела в компании или хорошо. Но для того, чтобы ваши подарки достигли тех целей, которые перед ними ставятся, следует соблюдать определённые правила. Во-первых, думать о новогодних подарках нужно начинать заблаговременно. Готовь сани... (сегодня просто тянет на банальности). Чем раньше компания определится с бюджетом, тем более широким окажется выбор и более низкой цена. Поздно спохватившиеся гребут со склада что осталось, по любой цене. Вот один из рецептов экономии, в сочетании с правильной бизнес-тактикой (конечно, поздно я пишу эти строки, время продуманных подарков уже ушло, однако, и год не последний в календаре, да и кризисов впереди предостаточно). Во-вторых, выбором подарков и их приобретением должен заниматься в компании человек, который

*любимому клиенту (уж очень на Д'артаньяна похож)*



*У нас два времени года:  
зима и... скоро зима!*

одновременно обладает достаточным профессионализмом и достаточной лояльностью.

Не секрет, что количество откатов в отрасли настолько велико, что я не знаю в точности, что больше мешает развитию сувенирного бизнеса — непрофессионализм или коррупция. Скорее всего, как в песне: из неё слова не выкинешь! Одно порождает другое, а другое питает первое. И, в-третьих и последних, сначала должна быть создана концепция подарков, и лишь затем под неё определён бюджет. Лишь тогда у подарков есть возможность оказаться оригинальными. Россия движется неумолимо в сторону развитой рыночной экономики.

В сувенирной отрасли это выражается, в частности, в том, что корпоративных подарков становится так много, что они начинают конкурировать между собой за право быть использованными по предполагаемому назначению. Кто не читал сто раз про квартальные календари? Как их только не ругают и не оплёвывают! А я и сегодня уверен, что такой календарь — один из самых удачных корпоративных подарков. Он отвечает всем основным принципам такого изделия: он утилитарен (полезность не вызывает сомнений!), срок его использования весьма велик (целый год, кто больше?!), он занимает место, с которого хорошо виден (иначе какой смысл в календаре?!), он обладает огромной для подарка рекламной площадью (основное отличие корпоративного подарка от личного!), он транспортабелен (помещается в портфель, может быть послан по почте недорого), и, наконец, он недорог! Назовите мне более подходящее изделие для корпоративного подарка! Другой вопрос, что и на это изделие оказали влияние те самые негативные факторы, о которых была речь выше. Чтобы сберечь деньги, можно обойтись без креативного дизайна, содрать откуда-нибудь фото для шпигеля, присобачить логотип и номер телефона, и календарь готов! Дальше сэкономим на бумаге, лами-

нате, размере, упаковке — получается то, что все ругают. Мусор, отправляющийся в корзину того, кто получает десятки таких изделий к Новому году. Но ведь, согласитесь, не календаря вина, а той пожирающей своих детёньшей круговой поруки непрофессионализма-коррупции! Продумайте ваш календарь до мелочей, сделайте качественный дизайн, закажите календари летом, когда в типографиях нет работы, и они дадут вам наилучшие цены, и вы увидите, что ваши календари будут украшать стены всех тех офисов, куда вы их решите отнести! Сделайте календарь «как всегда», и местом их постоянного хранения станет мусорная корзина. Лишь неграмотный может сетовать на то, что календарей, да и не только их, скапливается в компаниях перед Новым годом много. Основа рыночной экономики — перепроизводство и конкуренция. Лишь при этих условиях экономика может быть эффективной, а именно это и является сердцем рыночной экономики. Поэтому, накопление однотипных товаров в определённых условиях — процесс вполне нормальный для этой экономической модели. А вот использованием этих товаров (а именно этого мы добиваемся своим корпоративным подарком) руководит конкуренция! Тут уж кто лучше подготовился, тот и выиграл!

Я предчувствую то глобальное возражение, которое может возникнуть в процессе чтения этого материала. «Конечно, это всё здорово, — скажут они. — Но если в фирме нет денег на более актуальные расходы, то как же можно думать о трате денег на подарки!» Ответ на этот вопрос непрост! Конечно, год тяжёлый, и лишних денег нет. Мой рецепт таков. Нужно решить на собрании руководства компании, кто является или, скорее всего, являются ключевыми клиентами фирмы. Буквально голосовать за каждого заказчика, если положение неоднозначное. Распределив заказчиков, скажем, по группам: «А», «Б», «В» и т.д., определить, какую сумму компания может потратить на подарки каждой из этих групп. Если денег совсем нет, то, по крайней мере, зарезервировать какую-то сумму за заказчиками группы «А». Далее установить минимальный бюджет для подарков сотрудникам, при этом постараться сделать такой подарок, который напоминал бы им о том, что главный подарок этого года для них — это наличие рабочего места в компании! Тысячи и тысячи людей по всей Европе не могут похвастаться таким новогодним подарком (к сожалению!). И армия их продолжает пока расти. Для остальных сделать хоть оригинальную (но дешёвую) шариковую ручку. Так буду делать я, того и вам желаю!

Лео Костылев

### On the court yard the grass, on calendar November

The author of the article Leo Kostylev proves the thesis that on the threshold of New year signs of attention in the form of various business souvenirs for clients, partners and to employees — are extremely necessary. In a return case it can seriously influence on company's activity. And even despite hard crisis time, it is necessary to try to get them. The author also makes some recommendations about ways to create optimum New Year's business souvenir.



# НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ

## Подарочный набор шоколадных трюфелей в фирменной упаковке



## Изысканное исполнение, вкусное наполнение!

**Упаковка:** тубус диаметром 12 см, высотой 14 см.  
 Крышка/дно серебро или золото.  
**Лайнер:** дизайнерская бумага плотностью 100-170 гр, любого цвета и фактуры.  
**Нанесение логотипа Заказчика:** тиснение золотом или серебром, площадь тиснения до 50 см.  
**Наполнение:** Конфеты шоколадные «Французский трюфель» **500 гр.**  
 (шоколадная фабрика «Золотой трюфель»)  
**Бант** двойная атласная лента шир. 2,5 см, цвет в ассортименте.

| ТИРАЖ (шт.)                           | 50  | 100 | 200 | 300 | 500 | 1000 | 1500 | 2000 |
|---------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| Набор трюфелей в тубусе (цена в руб.) | 370 | 355 | 330 | 305 | 295 | 284  | 274  | 271  |

Стоимость в рублях за одну коробку.  
 Пример расчета тиража: Тираж 100 шт. X 355 руб. = 35 500 руб. за партию  
 В стоимость включены все подготовительные процессы, 500 гр. конфет, тиснение на коробке, НДС.  
 Срок изготовления 10 рабочих дней.

## Оригинальный и доступный сувенир!

Изготовлены из пластика 400 мкм, цвет в ассортименте.

**Стоимость**  
 при тираже до 1000 шт. **19,95 руб./шт.** (свеча в комплекте),  
 при тираже от 1000 до 3000 шт. **16 руб./шт.** (свеча в комплекте).

Предлагаем печать Вашего логотипа на подсвечнике.  
 Стоимость печати на подсвечнике:

| КОЛИЧЕСТВО СУВЕНИРОВ (шт.) | 1     | 2     | 3     | 4     |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|
| 100-300                    | 19,90 | 25,40 | 32,60 | 40,30 |
| 300-500                    | 15,30 | 20,10 | 25,40 | 30,20 |
| 500-1000                   | 10,10 | 15,30 | 20,10 | 25,40 |
| 1000-2000                  | 7,70  | 12,50 | 16,10 | 20,10 |
| 2000-3000                  | 5,20  | 10,10 | 14,10 | 17,70 |

Стоимость в рублях, включены все подготовительные процессы и НДС.

## Подсвечники



## Новогодний шар



## Прекрасный подарок для Ваших партнеров и коллег!

Шар пластиковый диаметр 8 см, с тиснением логотипа 1+0, в коробке 8,5x8,5x8,5 см из бумаги Стардрим серебро 240 г/м2, с тиснением логотипа на коробке.

На шар завязывается атласная лента с бантом для подвеса шир. 1,2 см, длиной 40 см.  
 Цвета шаров и ленты в ассортименте.

Стоимость изготовления новогодних шаров с атласной лентой в подарочной коробке:

| Тираж, шт.                | 100 | 300 | 500 | 1000 | 3000 | 5000 | 10000 |
|---------------------------|-----|-----|-----|------|------|------|-------|
| Стоимость за шт. в рублях | 170 | 120 | 95  | 66   | 59   | 52   | 48    |

В стоимость включены все подготовительные процессы и НДС.  
 Тиснение на атласной ленте дополнительно.

Срок изготовления 10-15 рабочих дней.



# С чем едят съедобные бизнес-подарки?

Известная шутливая пословица гласит: «есть три вида подарков — хороший, плохой и книга». Но если говорить о сфере бизнес-сувениров, то место книги тут по праву занимают «съедобные бизнес-сувениры». Точнее, съедобные бизнес-подарки. Почему такая строгость формулировки и почему рекламные вкусы приравнены к книгам, читайте ниже.

**И**х приятно дарить, приятно получать, а главное — не надо сильно ломать голову, думая, что подарить коллеге или партнеру. Конфеты, алкоголь, да даже консервированная сельдь-иваси почти всегда придется кстати. Эти продукты легко найти, легко купить и несложно подарить. Примерно, как и с книгой — хорошее, интересное энциклопедическое издание всегда найдет своё место на полке даже мало читающего человека. И наверное поэтому именно в Новый год (да и не только) всевозможные съедобные подарки компании дарят друг другу в огромном количестве.

Теперь давайте приглядимся к ним повнимательней. Да, бутылка коньяка директору или плитка бельгийского шоколада секретарю — это всегда беспроигрышный подарок. Но вот именно что подарок, а не сувенир! Так как значение слова «сувенир» — подарок на память. То есть вещь, которая должна стать символом, напоминающим о дарителе, а если сувенир с логотипом, то о компании. Предметом материальным, который можно увидеть и пощупать в любое время. Коньяк и шоколад,

увы, скорей всего будут съедены на первой корпоративной вечеринке. Поэтому слово «сувенир» к ним применить нельзя. Если только они не совсем дурного качества — в этом случае у них есть шансы киснуть где-нибудь на полке или в холодильнике месяц или даже год. Кроме того, случается, что, например, шампанское могут вообще подарить без каких-либо опознавательных знаков компании-дарителя. Тогда оно вообще полностью потеряется в кавалькаде таких же бутылок и коробок. Это все с одной стороны. С другой — как ни крути, а вкусным съедобным подаркам все и всегда рады. Поэтому давайте положим на чашу весов все их плюсы и минусы, узнаем, что нового, интересного и необычного готова предложить нам эта отрасль бизнес-сувениров, и в итоге каждый сам сделает вывод, какими будут его новогодние презенты. Но вначале по традиции попробуем дать небольшую классификацию.

**ВКУСНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ** Им может стать и коробка хороших конфет, и бутылка выдержанного коньяка, и просто экзотические продукты — фуа-гра



или каштаны, но обязательно красиво и «вкусно» упаковано. Упаковка, кстати, вообще особенно важна для продуктовых подарков. Хотя бы потому, что именно на неё удобнее всего делать нанесение. Стоимость таких подарков примерно равна их несъедобным аналогам, то есть в районе 20-50 долларов.

**VIP-ВКУСНОСТИ.** Здесь сразу напрашивается какой-нибудь коньяк с маркировкой V.V.S.O.P. (Very-Very Superior Old Pale) или X.O. (Extra Old). Такой подарок может стоить 10 000 рублей, может и 100 000 фунтов стерлингов. В нем, помимо, бесспорно, крайне утонченного содержания, можно найти много претенциозности и излишнего пафоса — очень популярный подарок директору или партнеру в 90-х годах. Сейчас тренды больше поворачиваются к демократическому ведению бизнеса в стиле фанк. Даже топ-менеджерам «Газпрома» как-то не поднимется рука дарить подобный коньяк, еще и потому, что это совсем не оригинально и не интересно. Но все равно давайте не будем полностью списывать со счетов дорогой коньяк (о коньяке как бизнес-подарке читайте на стр. 18), тем более, его можно преподнести с VIP-сладостью. Например, с качественно сделанным букетом из карамели и шоколада — от настоящего отличить можно, но сложно. Их стоимость начинается где-то от 7000 рублей. Или, другой вариант, пачка банкнот — рубли, доллары или евро — также сделанных из шоколада (примерно 3000 рублей). Вообще сейчас кондитерские компании, специализирующиеся на корпоративных подарках, могут предложить очень интересные изделия из сладостей. Это картины, открытки... и всевозможные торты, которые могут быть практически любой формы. Цена последних составляет примерно 1500-2000 за килограмм, а средних размеров данное кондитерское изделие весит примерно 3 килограмма. И, естественно, если это VIP-торт, то он будет выполнен с использованием шоколада, бисквита и крема высокого качества.

**ПРОМОВКУСНОСТИ.** Всевозможные карамельки, небольшие плитки шоколада (около 10 граммов), жевательная резинка — самые популярные съедобные подарки категории «промо». Логотип и другую фирменную символику обычно размещают на обертке, реже на самом кондитерском изделии. Самая распространенная область применения — стойки ресепшена. В гостиницах, автосалонах, банках, там, где приходится вести переговоры и где ценят клиента почти всегда, можно угоститься чем-нибудь вкусеньким. Стоимость таких «мелочей» тоже не очень высокая, особенно при заказе больших партий. Но продешевить все равно можно. Очень важно, по мнению редакции «Лидер МАПП»,

избегать слишком уж дешевых вкусовностей. Если вам подарят некачественную ручку, которая поломается через день, вы об этом быстро

**Конфеты, алкоголь, да даже консервированная сельдь-иваси почти всегда придется кстати. Эти продукты легко найти, легко купить и несложно подарить. Примерно, как и с книгой — хорошее, интересное энциклопедическое издание всегда найдет своё место на полке даже малочитающего человека.**

забудете, но послевкусие соевого прогорклого шоколада будет крепко держаться в памяти. На российском рынке не было обнаружено дешевого китайского шоколада, но если вдруг возникнет мысль заказать контейнер недорогих конфет из Поднебесной — будьте осторожны. Молоко в этой стране появилось совсем недавно и, видимо, поэтому их кондитерские изделия почти всегда отличаются какой-то невнятной, неприятной вкусом. Однако их соседи, японцы, наоборот умеют делать очень вкусный и качественный шоколад и другие сладости, но стоят они достаточно дорого. Поэтому лучше обращаться к российским производителям. Думаю, тут уже каждый сам знает, шоколад какой фабрики самый вкусный.

Мы лишь в общих чертах обрисовали этот сегмент огромной подарочной индустрии, а за более подробными разъяснениями обратились к экспертам данной отрасли. Оставайтесь с нами и переворачивайте эту страницу. Далее четыре представителя разных компаний, занимающихся корпоративными и рекламными вкусовностями, ответят на вопросы журнала.

*Александр Лёвкин*



На вопросы  
«Лидер МАПП»  
отвечает  
генеральный  
директор студии  
Нестандартной Рекламы  
Тимофей Смоленский

*В чем преимущества съедобных сувениров?*

Рекламные вкусности, как мы их называем, всегда к месту. Они обязательно будут использованы по назначению, а не станут пылиться в темном углу. В год человеку необходимо ну максимум два ежедневника, а шоколадок, конфет и алкоголя — гораздо больше. Это доказывает и тот факт, что и в кризис мы не сократили объем продаж, наоборот, к нам все чаще обращаются конечные заказчики с просьбой сделать для них фирменный съедобный сувенир. В будущем спрос на них будет только возрастать.

*Бытует мнение, что такой подарок просто съедят и забудут. Что вы можете возразить?*

Глубочайшее заблуждение! Да, они не пролежат долгое время на рабочем столе или на заднем сидении автомобиля, но, поверьте, они надолго останутся в памяти получателя подарка. Кроме того, когда даришь рекламную вкусность, ты вызываешь у получателя мгновенную положительную эмоцию, что тоже дорого стоит. Эти эмоции остаются потом в подсознании человека, ассоциируются с дарителем. Могу привести пример из собственной практики. Если я звоню в компанию, которой когда-то преподносил съедобный подарок, то слышу в ответ не дежурное «Добрый день», а радостное «Здравствуйте! Конечно мы вас помним!». Кстати, некоторые оставляют подарочный тубус (естественно, с логотипом), в который мы упаковываем конфеты, используя его в качестве подставки для ручек.

*Для каких видов коммуникации рекламные сувениры наиболее эффективны?*

Съедобные бизнес-сувениры особенно эффективны при первых контактах. Например, сейчас всё большую популярность набирает такая пластиковая визитка-коробочка, внутри которой есть несколько мятных драже. Это действует, новые партнеры при встрече обязательно отметят такое новшество. Вот другой пример. Недавно «Почта России» заказала у нас

тубус с конфетами. Их менеджеры ведомства вручают на деловых встречах. Говорят, очень помогает сделать обстановку более неформальной, непринужденной. А это очень важно сегодня.

*Бутылкой шампанского с фирменной этикеткой сейчас никого не удивит. Какие сейчас есть интересные съедобные сувениры?*

Зря вы так обрушились на бутылку шампанского с фирменной этикеткой. В кризис она для многих стала спасительным кругом — их часто заказывали в преддверии прошлого Нового года. Если кому-то это кажется куцым, можно сделать дополнительное нанесение, подобрать цвет фольги и так далее. Всё зависит от бюджета. Про интересное: у нас можно заказать конфетки M&M с любым рисунком, даже портретом. Их изготовят в Америке, и поэтому стоить они будут достаточно дорого: при тираже в 50-100 коробок, одна пачка обойдется в 500 рублей. Недавно такую услугу у нас заказывал один коттеджный поселок.

*Какой артикул вашего каталога самый популярный?*

Чаще всего у нас заказывают обычные леденцы в стандартном, привычном с детства фантике. Большим спросом пользуются пятиграммовые шоколадки. Под новый год традиционно заказывают шампанское, очень популярны конфеты марки «Комильфо» и «Фруже», выполненные в фирменном стиле заказчика. И, конечно же, наш эксклюзив — это жевательная резинка и драже «Mentos» в фирменной упаковке.

*Компании какого профиля чаще всего заказывают у вас съедобные бизнес-сувениры?*

Обычно это финансовые организации, автосалоны. То есть те организации, которым приходится ежедневно принимать большое количество клиентов. У них хорошим тоном считается, когда на стойке ресепшена стоит емкость с конфетами или шоколадками. Как бизнес-подарок рекламные вкусности часто используют и строительные компании.

*Самая эффективная коммуникация посредством съедобного сувенира из вашей практики?*

Запомнился наш заказ для компании Orange. Мы изготовили для их отраслевой выставки два букета из карамели. Один был фруктовый, другой — цветочный. Причем и фрукты, и цветы были оранжевого цвета. Он стоял на столе в переговорной комнате, и посетившие её клиенты и партнеры были очень удивлены таким букетом, некоторые даже думали, что они настоящие. Конечно, каждый мог отломить кусочек такого букета. Заказчик был в восторге, рассказывал, что переговоры прошли великолепно. Ну и стоит упомянуть «мятные» визитки.



На вопросы «Лидер МАПП» отвечает руководитель отдела продаж чайной компании «Грин Пик» Андрей Пальчех.

*Компании какого профиля обычно заказывают у вас чай в качестве корпоративного подарка?*

Среди наших клиентов есть компании, в которых развитая корпоративная культура, при этом к нам обращаются как холдинговые компании (например, LG), так и небольшие, сосредоточенные на своем производстве компании. Также сейчас прослеживается тенденция использования наших подарков не только для сотрудников данных компаний, но и для их клиентов.

*Для каких поводов или дат у вас обычно заказывают чай в качестве корпоративного подарка?*

Как правило это профессиональные (день учителя, день милиции, день банковского работника) и государственные праздники (Новый Год, международный женский день). Кроме этого часто покупают нашу продукцию на индивидуальные (день рождения компании) и религиозные праздники (Пасху и Рождество). И преимущество нашей продукции в том, что к каждому празднику есть конкретная тематическая разработка. К Новому Году — серия «Новогодняя ночь», а к 8 марта — серия «Весна».

*В чем вы видите преимущества чая как корпоративного подарка перед другими съедобными бизнес-сувенирами?*

Чай как корпоративный подарок обладает весьма широким спектром преимуществ! Основными преимуществами являются функциональность использования, срок годности в несколько лет (не скоропортящийся продукт), при этом чай является одним из товаров первой необходимости. А также чай, можно сказать, наш национальный напиток, поэтому он используется при переговорах и располагает к общению. Преимущества нашей продукции — это сорта чая класса «Премиум», оригинальность упаковки и красота исполнения. Кроме того, благодаря своему широкому ассортименту наша продукция не повторяется на рынке.

*Какой сорт чая и какую упаковку к нему вы считаете наиболее оптимальной для использования в качестве корпоративного подарка?*

Как мы уже говорили, все сорта чая класса «Премиум» экспортируются из экологически чистых районов Шри-Ланка и Китая. При этом для наиболее оптимальной упаковки мы используем оригинальную жестяную банку — она сама по себе уже очень хорошо смотрится. Конечно, есть возможность добавить тематический дизайн — проект.



Волшебный вкус  
ароматного чая!

В широком  
ассортименте  
**Green Pic**  
вы обязательно  
найдете чай,  
соответствующий  
вашему уникальному  
вкусу.



**ЧК "ГРИН ПИК"**  
**+7 (495) 734-91-20**  
**greenpic@rambler.ru**  
**greenpictea@rambler.ru**  
**WWW.GREEN.PIC.RU**



На вопросы  
«Лидер МАПП»  
отвечает коммерческий  
директор НД  
Prowine Илья Защук.

*В чем вы видите принципиальные преимущества алкоголя перед другими съедобными сувенирами?*

Более того, я даже назову преимущества перед несъедобными сувенирами. В нашей стране алкоголь — универсальный подарок. Если вам подарили второй ежедневник, то он, согласитесь, окажется полностью бесполезным, в то время как вторая бутылка алкоголя лишней не будет. Кроме того, в России алкоголь в качестве подарка — это традиция. Не знаю, как во Франции, но у нас это так. Когда вас приглашают в гости на званый ужин, вы ведь скорей всего подарите бутылку хорошего алкоголя — это своеобразная дань уважения хозяевам. Традиция и универсальность — вот его преимущества.

*Какой тип алкоголя лучше всего подходит для корпоративного подарка?*

Коньяк — вне конкуренции. При этом я знаю, что сотрудники даже крупных, богатых компаний предпочитают пить водку, но дарить им лучше коньяк. Почему? Очень просто. Дарить водку не всегда этично и как-то слишком просто, обыденно. А подарок — это всегда часть праздника. Я также против слишком экзотичных, непонятных сортов и марок алкоголя. Я даже рекомендую очень осторожно преподносить ставший уже привычным виски, хотя сам его очень люблю. Коньяк же всегда пригодится, и его, скорее всего, не выпьют сразу, но это даже лучше — чаще будет напоминать о дарителе. На новый год, конечно, традиционно дарят шампанское.

*Компании какого профиля чаще всего заказывают у вас алкоголь в качестве бизнес-подарка?*

Обычно это крупные компании: сырьевые, финансовые, девелоперские и так далее. Но есть и небольшие, малоизвестные фирмы. Кстати, если в связи с кризисом стало меньше клиентов из финансового сектора, то прибавились компании, деятельность которых связана с высокими технологиями. Причем они стараются сделать свой алкогольный бизнес-подарок максимально интересным, творческим.

*Можете привести наиболее удачные примеры рекламной коммуникации посредством корпоративного алкоголя?*

Одна очень крупная сырьевая компания, наш постоянный клиент, постоянно делает тематические подарки. Принцип у них такой: выбирается определенная концепция, и в её рамках создаются подарочные наборы. В один год они выбрали тему «Шотландия» и на различные праздники — Новый год, профессиональный праздник, 23 февраля и так далее — дарили виски из разных районов Шотландии плюс другие сопутствующие презенты: шотландский плед, сборник стихов шотландских поэтов.

А один раз я пришел на деловую встречу, и меня угостили коньяком из бутылки с символикой «Альфа-банка», которую, кстати, делала наша компания. То есть получается, алкогольный бизнес-подарок часто контактирует и с окружением принимающей стороны.

*Что важно учитывать при создании собственного алкогольного бизнес-подарка?*

Алкоголь очень располагает к тому, чтобы подарить его просто для галочки. Вот есть отличный коньяк Hennessy — правда очень хороший. Но если вы 31 декабря поздравите вашего партнера только бутылкой Hennessy, сразу станет понятно, что купили вы его мимоходом, в ближайшем ларьке. И у него наверняка уже стоит 10 бутылок таких вот безликих Hennessy. Поэтому если вы собираетесь вручать алкоголь, позаботьтесь об этом заранее и лучше обратитесь к специалистам — к нам, в рекламное агентство или в хороший винный бутик.

Еще один важный момент для алкогольных подарков — упаковка. Она должна быть не только красивой, но и нести информацию о компании. Об этом тоже следует позаботиться заранее. Кстати, для крепкого алкоголя можно сделать нанесения на саму бутылку, так как он изготавливается и хранится в бочках, и любой европейский коньячный дом с радостью создаст для него нужную вам тару. С легкими винами и шампанским так не получится.





На вопросы «Лидер МАПП» отвечает генеральный директор компании «shokoladka.spb.ru» Андрей Шарков.

*В чем принципиальные преимущества шоколада перед другими съедобными сувенирами?*

Съедобных сувениров в принципе не так уж много: леденцы, печенье, конфеты, шоколад. Из всего этого, пожалуй, только шоколад может подойти и премиальному бренду, и небольшой начинающей компании. Если шоколад качественный, то, в сочетании с качественным дизайном, получается изысканный и благородный сувенир. К сожалению, я не могу сказать, что все производители предлагают качественный шоколад с логотипом, поэтому мы часто устраиваем дегустации для наших потенциальных заказчиков, у которых был «печальный опыт» коммуникации с использованием рекламного шоколада. На самом деле, шоколад подкупает клиента. Маленькая шоколадка стоит как визитка, но визитка вряд ли вызовет искреннюю улыбку у клиента, и уж тем более не подарит ему несколько мгновений наслаждения, которые проецируются и на образ компании. Поэтому наши заказчики покупают у нас улыбки своих клиентов, и, кстати, очень недорого. Шоколад любят и мужчины, и женщины.

*Для каких видов рекламной коммуникации чаще всего используют шоколад с логотипом компании?*

Маленькие шоколадки часто заказывают на выставки. Мы советуем нашим заказчикам менять их на визитки или анкеты, это реально работает. Шоколадные наборы заказывают под праздники и события. Их формат позволяет реализовать интересные дизайн и идеи. Мы любим не просто размещать лого на этикетке, а вкладывать позитивные эмоции, например, писать комплименты, пожелания или цитаты, инициировать диалог. Это забавно и вызывает еще более позитивную реакцию, а нам это и нужно.

*Компании какого профиля чаще всего заказывают вашу рекламную продукцию?*

Среди наших клиентов сложно выделить какие-то конкретные сферы бизнеса. Шоколад настолько универсален, что его заказывают и крохотные юридические конторы, и гигантские холдинги. Строители,

банки, IT, салоны красоты, автодилеры, клиники. Список можно долго продолжать. Заказывают все, у кого есть живой контакт со своими клиентами, кто любит своих клиентов и рассчитывает на взаимность.

*Можете привести наиболее удачные примеры рекламной коммуникации посредством такого бизнес-сувенира?*

Моя компания может разрабатывать шоколадные наборы с нуля, поэтому мы часто делаем очень оригинальные вещи специально под заказчика. Это как правило поздравительные наборы, не массового назначения. Из массового мне понравился проект, который мы сделали для одного крупного развлекательного центра: на шоколадках с оригинальным дизайном были комплименты для мужчин и для женщин, кроме этого, была строчка, куда можно было вписать свой телефон. Так, например, мужчина мог сделать безмолвный комплимент и предложение познакомиться, просто оставив девушке шоколадку, проходя мимо ее столика. Вскоре заведение стало продавать эти шоколадки, т.к. многие просили дать им с собой. Позже мы стали делать для них шоколадки со смайликами, как в ICQ, скоро запустим новую идею.



# «Индекс МАПП»: равенство конфет и ежедневников

**И** всё же, какой подарок предпочтительней: съедобный, который, как утверждают профессионалы, если и не остается долго стоять на столе, то запоминается надолго благодаря своей эмоциональной составляющей, или лучше ограничиться привычным ежедневником, которым будут пользоваться минимум год? У какого подарка больше шансов порадовать получателя? «Индекс МАПП» нашел ответы на эти вопросы.

Мы опросили 51 респондента и задали простой вопрос: какой подарок вы бы предпочли — конфеты, алкоголь, то есть что-то вкусно-съедобное, либо практичный и долговечный ежедневник. Все участники опроса — офисные работники. Секретари, менеджеры, директора, бухгалтеры и так далее. Опрос проводился среди компаний Москвы и Санкт-Петербурга, таких как: розничные магазины, салоны красоты, финансовые учреждения, архитектурные мастерские, рекламные агентства и так далее. Результат можете найти на диаграмме.

К нашему удивлению, мнения разделились практически поровну. То есть примерно из 3 человек двое выберут ежедневник, а один будет рад конфетам. Респонденты так комментировали свой выбор: «мне и так дарят слишком много конфет и алкоголя,

поэтому я больше буду рада ежедневнику», «Я стараюсь исключать из своего рациона сладкое, поэтому конфеты мне просто ни к чему». Со стороны любителей вкусенького были следующие реплики: «Я люблю сладкое, и поэтому конфеты для меня — всегда хороший подарок», «Ежедневник — слишком скучно, я предпочту хороший алкоголь».

Как видим, оба подарка имеют право на существование. Естественно, если они будут сделаны таким образом, что выполнят свою главную задачу — запомнятся, вызовут приятные эмоции, упрочат деловые связи. Возможно, со съедобным подарком это сделать чуть сложнее. Но если приложить немного творчества, добавить красивую упаковку — в общем, дело техники.

Резкого отрицания одного или другого подарка в бизнес-среде нет, появляется другой вопрос: как выяснить, кому что дарить? Ведь под маской деловой,

**Как видим, оба подарка имеют право на существование. Естественно, если они будут сделаны таким образом, что выполнят свою главную задачу — запомнятся, вызовут приятные эмоции, упрочат деловые связи.**

строгой, практичной бизнес-вумен может скрываться страстная сладкоежка, а ваш внешне веселый, шуточный клиент на самом деле думает только о деле, и ему совсем ни к чему пусть даже хороший алкоголь, и ценит он только практичность и функциональность. Тут уже придется положиться на собственную изобретательность.

Можно лучше приглядеться к потенциальному получателю бизнес-сувенира, «раскусить» его. Или попробовать вывести предпочтения кандидата у его сослуживцев или близких людей. Спросить честно напрямую — тоже не самый худший вариант. Уж точно лучше, чем если человек получит вещь, которая ему не по нраву.

А если хотите стрелять вслепую, знайте — вероятность точного попадания составляет примерно 50 на 50. Точнее, если верить нашему графику, 41 на 59.

*Александр Лёвкин*



«Index IAPP»: equality of sweets and daily logs  
“Leader IAPP” magazine has interviewed office workers and has learned, what kind of gift would make them happy: sweets or the daily log? The result: 41 % would like to receive a daily log, but 59 % would prefer sweets.

list  
studio

КРАСОТА КЛАССИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Компания  
"ЛИСТ СТУДИО"

8 (495) 730-18-31  
8 (495) 748-37-53

www.liststudio.ru  
liststudio@list.ru



# ПромАрт

- Богатая гамма корпоративных цветов
- Нанесение фирменной символики
- Любое количество на складе

## ФУТЛЯР

дополнительные площади  
для Вашей рекламы!



## ТВИСТ

шариковая ручка с поворотным механизмом  
размером 135 и 100мм

## МНОГОГРАННОЕ РЕШЕНИЕ ПРОМО-ЗАДАЧ

- Гарантированное качество
- Подбор цвета по палитре
- Футляры для ручек
- Цилиндрическая, трехгранная,  
четырёхгранная форма ручки



## ТЕТРА

3 площади для вашей рекламы  
шариковая  
трехгранная ручка  
размер 145 мм



## ЛОГО

4 площади  
для вашей рекламы  
шариковая четырехгранная ручка  
размер 140 и 104 мм

МОСКВА

745-40-16

745-40-17

642-07-22

agrafa@mail.ru www.agrafa.ru



аграфа

рекламное агентство  
типография

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

Санкт-Петербург, ул. Курская, д. 21  
тел./факс: (812) 958-7269 (812) 766-2361 (812)766-1646

Москва, Бережковская наб., д. 20  
тел./факс: (495) 926-6611 (495) 540-6612 (495) 542-0478

# Калейдоскоп СЪЕДОБНЫХ сувениров

Редакция журнала  
«Лидер МАПП»  
как следует изучила  
каталоги компаний,  
которые продают  
и создают корпоративно-  
рекламные вкусности,  
и выбрала на свой  
субъективный взгляд  
самые интересные.



«ШОКОЛАДНАЯ  
ИКРА» — необыч-  
ный и интересный  
бизнес-подарок  
стоимостью 220  
рублей. В бан-

ку, по форме напоминающей ту, в которой обычно продаётся черная икра, насыпано множество маленьких шоколадных шариков. Поставщик такого подарка утверждает, что каждая «икринка» изготовлена из настоящего бельгийского шоколада и содержит 72% какао. Продукт весит 50 граммов, это примерно половина стандартной плитки шоколада. Подарок также хорош тем, что упаковка изначально предполагает обширное место для нанесения фирменной символики. Кстати, компания «Ваши подарки», в каталоге которой и был обнаружен этот сувенир, обещает собственными силами изготовить этикетку для банки по индивидуальному эскизу, но только при заказе более 100 экземпляров. Подробнее тут: <http://WWW.VASHI-PODARKI.RU/prod3475.htm>



От икры шоколадной переходим к настоящей. Артикул «БОЧОНОК С ИКРОЙ» поражает, прежде всего, своим названием. Целый бочонок!

Смакуя уже одно это словосочетание, ты как будто переносишься в 19 век, в трактир, где гуляют московские купцы. Благодаря маленькой детали удалось создать целую концепцию, атмосферу. И, думаю, такой подарок было бы приятно получить почти каждому, чтобы хотя бы на один миг почувствовать себя обладателем несметного богатства — бочонка красной икры. Сглотнуть слюну можно тут: <http://WWW.MIDAS-GROUP.RU/index.php?productID=126>. На заметку: не дарите дальневосточным партнерам и клиентам икру, тем более консервированную. Около 80% жителей этого региона имеют знакомых или знакомых знакомых, которые могут достать «настоящую», свежую, правильно засоленную икру, и поэтому им очень сложно угодить таким деликатесом.



Компания «Sweet-gifts» съела собаку на производстве **ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ ТОРТОВ**. Подобные

кондитерские композиции всегда смотрятся очень эффектно. Даже не всегда понятно: можно ли есть этот дипломат, набитый баксами? Если учесть, что тарту всегда рады, а в некоторых случаях он просто необходим, то торт, например, в виде трактора или баскетбольной площадки станет в разы более приятным. Несколько минут удивления и созерцания необычной формы лакомства плюс сам процесс поедания должны надолго запомниться. Цена такого торта тоже качественно отличается от стандартных и составляет около 2000-2500 рублей за килограмм. Результат, который вы получите за эти деньги, можно посмотреть здесь: <http://WWW.SWEET-GIFT.RU/p84.htm>





Ничего особенного, **ПРОСТО МЯТНАЯ ЖЕВАТЕЛЬНАЯ РЕЗИНКА**. Но для использования в качестве промосу-

венира – очень подходящая. Во-первых, удобная упаковка. Причем такая, какую обычно не встретишь в супермаркетах, что делает сувенир более аутентичным и, соответственно, заставляет получателя ассоциировать его с вашей компанией. Во-вторых, упаковка предполагает большое поле для нанесения фирменной символики. И, в-третьих, стоит эта жевательная резинка относительно дешево: при заказе минимальной партии в 20 килограммов (это около 5000 экземпляров), одна 1 жвачка буде равняться 3 рублям 70 копейкам. А общая стоимость партии — 18 832 рубля. Естественно, чем больше тираж, тем дешевле единица товара.



Следующий наш пункт — достаточно спорный бизнес-сувенир, но может кто-то для своей

рекламной коммуникации именно такой и ищет. Речь идет о **КОНФЕТАХ С СЮРПРИЗОМ «MAGIC CANDY»**. Их особенность в том, что когда кто-то решит достать из коробки карамельку, получает удар током. Пусть слабый, безболезненный, но ощутимый. Если компания практикует вручение подарков к первому апреля своим клиентам и партнерам — этот вариант очень уместен. В остальных случаях надо смотреть по ситуации. Стоит такой подарок-сюрприз 299 рублей, заказать можно, перейдя по этой ссылке: [http://WWW.TIMEGIFTS.RU/index.php?description=2936&page=2&id\\_vendor=](http://WWW.TIMEGIFTS.RU/index.php?description=2936&page=2&id_vendor=)



Напоследок расскажем о самом русском съедобном сувенире —

**ПЕЧАТНОМ ПРЯНИКЕ**. Его, оказывается, тоже достаточно часто применяют в качестве бизнес-подарка, и причем весьма крупные, известные компании. Пряники бывают разные: стандартной формы и весом 150 граммов до двухкилограммовых гигантов. Также разной, в зависимости от производителя, может быть и начинка. Каждый пряник — это индивидуальный заказ. Для него специально делают собственную форму-клише, содержащую информацию заказчика: логотип, рисунок, поздравление и так далее. Поэтому обходится такой подарок достаточно дорого, в среднем 2000–3000 рублей за килограмм. Но зато представьте, каково будет удивление вашего иностранного партнера, когда ему вместо традиционной русской водки вручат вкусный пряник с вашей фирменной символикой. Как уже упоминалось, корпоративные пряники предлагают несколько компаний, сотрудничающие с разными пекарнями. Но если уж заказывать пряник, то лучше, конечно, в Туле: [http://WWW.PRYANIK.NET/textarea/text\\_7.htm](http://WWW.PRYANIK.NET/textarea/text_7.htm).

Что интересно, эксклюзивная форма-клише там изготавливается профессиональными резчиками из дерева.

*Подготовил Александр Лёвкин*



Вот еще один эстетически выполненный кулинарный подарок – **БУКЕТ ИЗ КЛУБНИКИ**. Изготовлен, как утверж-

дают авторы, из свежей натуральной клубники. Выглядит так же красиво, как композиция из цветов, созданная умелым дизайнером-флористом. Дарить его, понятно, лучше всего деловым женщинам на 8 марта. Не забудьте приложить к нему строго составленное деловое поздравление, а то вас могут неправильно понять, к тому же называется этот подарок «Любовная сладость». Но у компании «Вкусный букет» есть и другие, более сдержанные гастрономические подарки. Например, «Принцесса лебедь»: композиция, составленная из яблок, ананаса, дыни, клубники, грейпфрута, винограда, апельсина. С другими вариантами можно ознакомиться здесь:

<http://WWW.VKUSNIYBUKET.RU/cat/>



Генеральные директора крупных компаний, олигархи и просто важные персоны будут приятно удивлены, если им подарят

**ЧАЙНЫЙ НАБОР «МЕЧТА»**. В него включен сделанный вручную чайник из жаропрочного стекла, специальная горелка-подогреватель, которая поддерживает нужную температуру воды и, собственно, сам чай. О нем следует сказать особо. В наборе представлена не просто заварка, а букеты: связанные вместе в виде шарика несколько сортов чая и различных трав. Когда букет опускаешь в горячую воду, он «расцветает», приобретает необычную форму. В наборе «Мечта» таких букетов несколько, и у каждого своё чарующее название: «Благородная эссенция», «Падающая вода», «Сердце любви» и так далее. Заказать можно в компании «Охотники за сувенирами» за 3565 рублей:

[http://WWW.G-H.RU/product\\_info.php?products\\_id=11815](http://WWW.G-H.RU/product_info.php?products_id=11815)



**Kaleidoscope of edible gifts**

“Leader IAPP” magazine editorial has properly studied catalogues of the companies which sell and create advertise foods, and chose on their subjective view the most interesting ones.

# Stedman®

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



Hooded Sweatshirt Men  
(ST4100)

280 г/м<sup>2</sup>

80% хлопок / 20% полиэстер  
 СУН: 70% хлопок / 20% полиэстер /  
 10% вискоза  
 подкладка из флиса с начесом  
 однослойный кашемир  
 шнурок того же цвета  
 боковой шов  
 эластичные манжеты и пояс  
 передний карман  
 S-M-L-XL-XXL-XXXL

[www.stedman.eu](http://www.stedman.eu)

COOL AS ICE!

**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ  
КУПОНА СКИДКА 5%**

**Любая реклама  
на полотенцах**

Гибкие системы скидок  
для рекламных агентств

[www.maxra.ru](http://www.maxra.ru)  
[www.polotence.net](http://www.polotence.net)  
 dmmmkv@dol.ru  
 atrium04@inbox.ru

(499) 317-35-81, 317-23-09  
 (499) 317-28-72, 317-35-77



## ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД «ВОЕННЫЙ ЗНАК»



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

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





# STEDMAN продолжает свою успешную модельную стратегию

## Женские свитера с капюшоном для холодного времени года!

Секрет успеха гениален и прост: берется чрезвычайно успешное изделие из мужской коллекции. Адаптируются покрой, размеры и цвета, как того желает женская часть покупателей, и следующий лидер продаж готов.

### НОВИНКА: Свитер с капюшоном Stedman Hooded Sweatshirt для женщин

Непринужденный, 6 модных цветов и чрезвычайно удобный. Особенно мягкий материал, состоящий из 80% хлопка и 20% полиэстера, делает свитер с капюшоном в подлинно американском стиле идеальным спутником для занятий спортом, проведения досуга и отдыха. Еще один плюс — высокое качество ткани, плотностью 280 г/м<sup>2</sup>.

### Превосходная работа с головы до пояса

Однослойный капюшон со шнурком точно в тон изделия, большой передний карман, а также эластичные манжеты на рукавах и пояс обеспечивают оптимальную форму и чрезвычайно комфорт в носке. Конечно же, новые женские свитера с капюшоном Hooded Sweatshirts соответствуют стандарту Oeko-Tex Standard 100 и не содержат вредных для здоровья веществ.

### Это характерно для Stedman

Большой товарный запас, быстрый срок поставки и невероятно низкая цена — на это могут стопроцентно рассчитывать покупатели и нового женского свитера с капюшоном.

**Stedman**<sup>®</sup>

Производство **Stedman** можно купить в России  
у официальных представителей:

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

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

Stedman continues the successful modelling strategy

Novelty between Stedman's models is Hooded Sweatshirt for women. Easy going in 6 fashionable colors and extremely comfortable. Special soft material consisting of 80 % of a clap and 20 % of polyester makes the sweater with originally American stylish hood an ideal companion for sports, leisure and rest.



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

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



**Stedman**<sup>®</sup>

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

**ОДЕЖДА ДЛЯ КАЖДОГО!**

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



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

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

# ITALIAN STYLE



**KEYONE**  
DESIGNED IN ITALY



**ATLANTIS**  
**US Caps**



**TARDET**  
THE SPIRIT OF THE CAP



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



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

# Не забудьте сделать нанесение



**Б**изнес-сувенир отличается от обычного тем, что на нём имеется информация о дарителе: логотип, фирменные цвета, символика, контактная информация. Эту истину знает каждый, кто работает с данным инструментом рекламы. Поэтому очень важно не только подобрать интересный бизнес-сувенир, но и позаботиться о нанесении. Компания имеет большее преимущество, когда вместе с каталогом сувениров может предложить и комплекс услуг по печати, имея собственную производственную базу.

Рекламно-производственная компания «Декарт» — одна из них. Своим клиентам, помимо большого ассортимента сувениров, она предлагает широкий спектр услуг по нанесению: тампопечать, тиснение, лазерная гравировка, травление и т. д. Компания динамично развивается, реализуя свою программу создания полной производственной базы, которая могла бы выполнять все возможные виды нанесения, необходимые для рекламных целей. Опытные специалисты постоянно совершенствуют и осваивают современные технологии нанесения, и в первую очередь – в области тампопечати. В отличие от своих конкурентов, компания берется изготовить большие тиражи сувениров в достаточно сжатые сроки на изделиях нестандартной формы. Например, «Декарт» наносил рекламные изображения с помощью тампопечати на строительные каски,

африканские барабаны и уменьшенные копии автомобилей – такая услуга под силу далеко не каждой компании. Следует также отметить, что для тампопечати на фирме применяются помимо стандартных клише размером 10 на 10, менее распространенная форма 17 на 6 см., то есть у заказчика будет значительно большее поле запечатки при создании собственного бизнес-сувенира.

Еще одно новое направление в деятельности компании – печать на стекле. Это особенно актуально, если необходимо изготовить фирменную посуду. На тарелки, стаканы, пепельницы и другие вещи, выполненные из стекла, фарфора, фаянса можно нанести либо полноцветный логотип, либо просто изящную надпись золотой краской. Изображение на стекле получается высокого разрешения, с четкими линиями. Именно по этой причине клиентами «Декарт» становились администрации некоторых городов России — герб населенного пункта, напечатанный на стеклянной поверхности, выглядит ярко и сочно. Еще одно новое направление компании — это создание индивидуальной упаковки под сувенирную посуду. Можно заказать собственный комплект из, например, фужеров и разработать специально под них эксклюзивное оформление. На упаковке делается печать и вырубка в соответствии с пожеланиями клиента и с учетом формы фужеров.

«Декарт» практикует нанесение и на другие типы жестких материалов, таких, как пластик, сталь, оргстекло, поликарбонат, пенокартон и т.д. Это особенно

актуально для компаний, которые хотят соблюдать свой корпоративный стиль в каждой детали. Для подобных фирм была разработана и внедрена технология нанесения логотипов на офисные жалюзи.

Не следует забывать, что «Декарт» в равной степени специализируется и на продаже бизнес-сувениров: от пишущих ручек до USB-устройств. Например, на складе компании всегда находится около 200 000 экземпляров недорогих шариковых ручек, на которые можно нанести логотип и купить их в очень короткие сроки.

Компания также регулярно проводит акции для своих клиентов. Например, при заказе более 10000 ручек, можно получить бесплатную печать на часть этой партии. Подобное предложение делается и для покупателей ежедневников. Подробности об акциях, услугах и ассортименте компании узнавайте на сайте: [www.dekartprint.ru](http://www.dekartprint.ru) или [www.promomasters.ru](http://www.promomasters.ru).

Александр Лёвкин

Do not forget to make some printing Promotional and manufacturing company "Dekart" is running a program creating full industrial base which could carry out all possible kinds of printing for the advertising purposes. Now the company can already offer clients pad transfer on non-standard carriers, high-grade bite on glass and many other things.



**Декарт**  
Сувениры с Вашим Брендом!

- **Тампопечать** (этот вид печати позволяет персонализировать ручки, кружки, зажигалки и пр. сувенирку, а так же новогоднюю продукцию, в том числе шарик)
- **Тиснение.** Мы работаем с кожей, кожзамом, картоном, ПВХ. Продукция для тиснения: планинги, ежедневники, портмоне, грамоты и т.д.
- **Лазерная гравировка** по металлу: ручки, часы настенные, брелоки и т.д.
- **Термотрансфер** позволяет переносить изображения на ткань футболок, бейсболок, спецодежду

**Наружная реклама!**

- **Внешки**
- **Световые короба**
- **Объемные буквы**
- **Широкоформатная печать**
- **Интерьерная печать**
- **UV-печать на жестких материалах** (пластик, пенокартон холст, и т.д.)

**Рекламная полиграфия!**

- **Офсет**
- **Цифровая печать** (листовки, буклеты, этикетки и т.д.)

г. Москва, ул. Юных Ленинцев, д.83/4, оф. 38 (Кузьминки)  
(495) 709-98-52 -сувенирка [www.promomasters.ru](http://www.promomasters.ru)  
(495) 556-81-11 -наружка, полиграфия [www.dekartprint.ru](http://www.dekartprint.ru)  
[info@dekartprint.ru](mailto:info@dekartprint.ru)

# Еще более легкий способ бросить курить

*Сергей Доброскок*

**Т**ак много всевозможных лотерей ежедневно, ежеминутно проводятся во всем мире. Но нет ничего кощунственней и лицемерней, чем так называемые «Стимулирующие тиражные лотереи торговой марки», то есть это когда вы покупаете какой-либо товар, находите «под крышкой» или «под этикеткой» код, вводите его и становитесь участником розыгрыша всякой дребедени с возможностью выиграть «что-то действительно стоящее». Особенно ужасно, когда тебя заставляют отправить код в СМС, который при этом надо еще оплатить. Я всю жизнь думал, что воля моя крепка и на подобные провокации смотрел с улыбкой, сам никогда не участвуя. Но тут видимо перегрелся под летним солнышком, или от изматывающего кризиса моя уравновешенная психика дала сбой, и я начал как сумасшедший вводить коды, грезя новой квартирой или на худой конец японским автомобилем. Давайте называть вещи своими именами: виной всему моя пагубная привычка и сигареты «Wings». А теперь попробуем разобраться более подробно.

Началось с того, что мне пришлось перейти с сигарет «Pall Mall» на более дешевую марку — ну да, кризис. Встал вопрос — какую? А вот почему бы не на «Wings», тем более у них проходит акция и можно выиграть машину, для чего надо ничего не делать, а только почаще курить названную марку. Ход моих мыслей: выиграю-продам-буду курить Marlboro. И начал я покупать в день по две-три пачки «Wings». Вводить коды, но не через СМС, конечно, а на сайте. Вычислять свои шансы. Проверять список победителей. Ждать дня розыгрыша. Кусать ногти и плохо спать. В общей сложности зарегистрировал около ста кодов — это 10 блоков сигарет! За полтора месяца! Думал, хоть нетбук, второй по значимости приз акции, мне за такую лояльность дадут. Не дали. Прислали по почте MiniSD Card на 128 мегабайт (смешно, согласитесь), которая маркетологами «Wings» именовалась флеш-картой и «ультратонким решением».

Я даже не смог вставить ее в фотоаппарат, потому что Sony проповедуют только свой формат — Memory Stick. Кроме того, мне показалось подозрительным, что на сайте долгое время не появлялись имена выигравших автомобиль, да и до сих пор как-то нерегулярно появляются, не каждые десять дней, как обещали правила акции. Надеюсь, что это лишь технические неполадки.

К чему я всё это? Да просто сложно, почти невозможно добиться крепкой лояльности, проводя такие многообещающие розыгрыши и обещая самых лучших журавлей, которые лишь летают в небе. Лично я был бы безумно рад, если бы мне пообещали хорошие, нужные призы-подарки, и при этом шанс получить их, пусть даже через лотерею, был бы существенно выше. Вместо этих 10 недешевых машин (будем считать, что все честно, и автомобили действительно есть и достаются случайным людям), лучше бы они вручали каждому покупателю сигарет хорошую флеш-карту — она всегда нужна, в отличие от мелкогабаритной MiniSD. Или, скажем, каждому второму по портсигару. Каждому пятому... ну что-нибудь полезное, что можно реально получить, что практически в руках, а не блещит недостижимым журавлем в небе. Тогда я бы и после акции покупал бы время от времени эту марку. А сейчас — ни за что на свете. Недружелюбный и небрежный сайт кампании, не вовремя названные победители заставляют чувствовать себя обманутым, разочарованным. Разве таких ассоциаций с маркой хотели добиться бренд-менеджеры? Ведь их продукт будет продаваться не полгода, а многие десятилетия. Неприятно вспоминать то охватившее чувство азарта, как неприятно вспоминать, что однажды специально сидел в автобусе, уткнувшись в книжку, не желая уступать место пожилому человеку. Даешь себе обещание, что больше никогда такого не повторится. Никогда. Идешь в аптеку, покупаешь антиникотиновый пластырь и навсегда бросаешь курить.