

LEDD Company

+7 495 646 09 08.
info@ledd.su
www.ledd.su

НОВАЯ
КОЛЛЕКЦИЯ
USB накопителей
под нанесение
логотипа



Подробнее о коллекции читайте на стр. 29





*Bon
carnet*

ИНТЕРЕСНЫЕ, КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ
В ОБЛАСТИ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ ПО ДЕЛОВОЙ
ПРОДУКЦИИ И КОЖГАЛАНТЕРЕИ:

Более подробную информацию
вы можете получить
на нашем сайте
www.acar-group.ru

- новые дизайны
- интересные разработки
- разнообразие материалов
- качество продукта
- скорость поставок



ИЗ ЧЕГО ЭТО СДЕЛАНО?



Перед вами шариковая ручка «Ростов» из продукции отечественного производителя высококачественных пишущих инструментов марки «Салась».

Далее мы расскажем, почему выбирая ручку в подарок или для собственных нужд, стоит обратить внимание именно на представленное изделие.

Шариковая ручка «Ростов», как и остальные изделия данного производителя, делается из материалов и комплектуется частями, которые по своим качественным характеристикам отвечают самым строгим стандартам, а также запросам и пожеланиям будущих владельцев. Из чего же состоит это качество, и можно ли его ощутить в пользовании?

Корпуса ручек этой серии производятся из латуни или алюминия, в зависимости от покрытия деталей так, чтобы при гравировании изделия цвет нанесённой индивидуализации сочетался с цветом клипсы и других мелких деталей ручки. Как правило, производители подобных изделий более дешёвого ассортимента предпочитают вторично используемые материалы, лишившиеся свойств какого-либо конкретного металла или сплава. Это переработанный лом чёрных и цветных металлов, который, однако, хорошо подходит для изготовления изделий, не требующих от материалов особых свойств. Мы используем более дорогой металл определённой маркировки для того, чтобы последующие покрытия - никель, хром, золото - толщина которых на поверхности изделий составляет всего несколько десятых микрон, имели ровную и гладкую поверхность и давали при лазерной гравировке ровный цвет. Позолоченные детали ручек проходят двойную гальваническую обработку для увеличения стойкости к износу поверхностей, и производятся из золота наивысшей пробы (24K). Глянцевые хромированные детали покрываются тончайшей плёнкой из полиуретана (PU) для предотвращения появления царапин и большей износоустойчивости.

Внутри ручки расположен нажимной механизм, производства одного из крупнейших в мире изготовителей подобных изделий, тайваньского завода «Aquargu». В верхней части механизма расположена пружина, придающая ему большую плавность при нажатии и помогающая производить приятный на слух щелчок. Обе пружины шариковой

ручки «Ростов» изготовлены из нержавеющей стали, в отличие от изделий конкурентов, где пружины делаются из дешёвых сплавов. Наши пружины обеспечивают не только плавность нажатия и аккуратный возврат стержня и механизма в исходное положение, но и служат намного дольше.

Клипсы также производятся из нержавеющей стали, так называемой, пружинной стали, прошедшей специальную термическую обработку, за счёт которой металл приобретает эластичность без потери прочности.

Стержень ручки до 2013 года поставлялся по нашему заказу немецким производителем деталей пишущих инструментов, компанией «Hauser». Начиная с 2013 года ручки комплектуются металлическим стержнем увеличенного объёма, собранным на нашем производстве. Пишущий узел для стержней поставляет швейцарская компания «Premec», мировой лидер технологий в своей области. Мы закупаем технологическую новинку этого производителя - Floating ball® (плавающий шарик), отвечающий стандарту ISO 12757 G2 с шариком из карбида вольфрама (самого твёрдого металла на Земле) и толщиной линии 1,2 мм, а также соответствующие этому механизму чернила (ISO 12757-2). Благодаря этой новинке, писать нашими ручками станет ещё комфортней и приятней.

Длина линии, которую способен начертить этот стержень, не менее пяти километров.

Качество - не абстрактное понятие, а скучное перечисление свойств и возможностей, предоставляемых нам тем или иным продуктом. Тем не менее, изделие, произведённое из качественных материалов и частей, ещё не может называться качественным, если сам процесс его производства (сборки) не отвечает тем же высоким требованиям. Поэтому, прежде чем приступить к такому ответственному делу, мы изучили стандарты качества производств пишущих инструментов и построили производство, исходя из самых жёстких условий этих стандартов. Насколько это у нас получилось - судить вам, уважаемые пользователи. Следует помнить, однако, что шариковая ручка - инструмент для письма, и оценивать его качества можно только используя его по назначению, а не разглядывая картинки и рекламные проспекты, которые часто обещают больше, чем само изделие способно предоставить.

Приобретайте у производителя в Санкт-Петербурге:

“Остров Сокровищ”

т. (812) 318-18-90

info@finndesign.ru

**Зарегистрированный дизайн. №001351134-0003*





САЛІАСЬ
РОССИЯ



Лидер №29, апрель 2013

Президент МАПП:

Лео Костылев
(info@finndesign.ru)

Исполнительный директор МАПП

Галина Дроздова
(galya@iapp-spb.org)

Журналисты:

Светлана Ворошилова
Александр Захаров

Художественный редактор:

Константин Никулин
(konstantiniuz@gmail.com)

Корректор:

Варвара Мочалова

Секретарь:

Ирина Галак
(info@iapp-spb.org
mail@iapp-spb.org)

Сотрудники МАПП:

Анна Монтевич
(anna@iapp-spb.org)
Татьяна Улисова
(tanya-mapp@mail.ru)

Дизайн, верстка:

Константин Никулин
Александр Шашихин

Адрес редакции:

194044, Россия,
Санкт-Петербург,
Зеленков переулок д.7а оф.202
Почтовый адрес: 194044, СПб, а/я 899
Тел. +7(812) 318-18-92, 318-18-93
e-mail: mail@iapp-spb.org
www.iapp.ru
www.leader.iapp.ru

Отпечатано типографии

в ООО «СИНЭЛ»
194202, Санкт-Петербург,
ул. Курчатова д.10
тел./факс: 552-39-13, 702-19-60
www.sinel-print.ru
Заказ №51/13
Тираж 3000 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.

ЛИДЕР

НОВОСТИ

8

ВЫСТАВКИ

14

ВОКРУГ СВЕТА

САМЫЕ ЯРКИЕ УЛИЧНЫЕ ПРОМОАКЦИИ
В РАЗНЫХ СТРАНАХ

22

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ВЕЛИКОУСТЮГСКИЙ ЗАВОД «СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ» —
ВАША ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ В УНИКАЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЯХ
ИЗ СЕРЕБРА

24

«МАСТЕР МЕДИА» — КАМНИ, ХРАНЯЩИЕ ВОСПОМИНАНИЯ

27

«LEDD COMPANY» — НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ USB НАКОПИТЕ-
ЛЕЙ ПОД НАНЕСЕНИЕ ЛОГОТИПА

29

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

«ТРИ СПОСОБА БЕЗДАРНО ПОТРАТИТЬ ДЕНЬГИ НА PR» —
СЕРГЕЙ КНЯЗЕВ, EVENT-АГЕНТСТВО «КНЯЗЕВЪ»

30

НАШИ УНИВЕРСИТЕТЫ

«ЧТО МЫ ПОЛУЧАЕМ В БИЗНЕСЕ?» —
ЕЛЕНА ИВАНОВА, КАФЕДРА КОНФЛИКТОЛОГИИ
ФИЛОСОФСКОГО ФАКУЛЬТЕТА СПбГУ

32

ЗАПИСКИ ПУТЕШЕСТВЕННИКА

«ВСЛЕД ЗА ВНУТРЕННИМ ГОЛОСОМ»... —
АЛЕКСАНДР ГАСПАРОВ, «АГЕНТСТВО ГАРМОНИЯ»

36

СУВЕНИРНАЯ КУХНЯ

38

КЛАССИФИКАТОР БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

41

9-Я НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ РЫНКА КАНЦЕЛЯРСКИХ И
ОФИСНЫХ ТОВАРОВ РОССИИ «ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА» 2013»

48

ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ 18-Й МЕЖДУНАРОДНОЙ СПЕЦИАЛИЗИ-
РОВАННОЙ ВЫСТАВКИ КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВА-
РОВ «СКРЕПКА ЭКСПО»

49

НОВОСТИ КАНЦЕЛЯРИИ

51

«ЗНАКОВЫЕ ПЕРЕМЕНЫ ИЛИ КТО ЗАМЕНИТ
МИСТЕРА BRUNNENA?» —
ИНТЕРВЬЮ С АНДРЕЕМ ИЛЬНЫМ, «КОМПАНИЯ А-ВЕРС»

52

«3М РОССИЯ» — ВСТРЕЧАЙ ВЕСНУ
С ЯРКИМИ ИДЕЯМИ POST-IT®!

53

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ «ЛИДЕР МАПП»

56



— ЛЕО КОСТЫЛЕВ, президент МАПП —

Я РУССКИЙ БЫ ВЫУЧИЛ...

ГРОМОМ среди ясного зимнего неба явилось выступление В.В.Жириновского, с инициативой законодательного проекта о чистоте русского языка. Партия Жириновского собирается внести в Думу закон о запрещении использования журналистами иностранных слов, к которому будет прилагаться список этих самых запрещённых слов. Русский язык во все времена своего существования активно пополнялся за счёт слов из иностранных языков, поэтому лишь наивный может представить себе работу по составлению такого списка лёгкой, а результат удобоваримым. Если список окажется маленьким, но от него не будет толку и он не решит проблемы, а если будет составлен добросовестно, то составит увесистый том, наподобие словаря Ожегова, и использование его в практических целях станет просто невозможным. Рассуждая над проблемой серьёзно, сначала следовало бы составить перечень критериев отбора, а уж только затем сам список. А то ведь, под страхом увольнения на основании этого закона, тележурналисты окажутся не в состоянии приглашать самого лидера ЛДПР на интервью, так как и слово «интервью», и слова «телевидение» и даже «журналист» также являются заимствованными. Впрочем, как и слова «либерал», «демократ» и «партия», из которых состоит название его любимого детища. Мало того, журналисты не смогут даже обращаться к Жириновскому по закону, ибо его отчество содержит иностранное слово, а называть его Владимиром Волковичем, зная строгость его охраны, навряд ли кто-либо решится.

Несмотря на некоторую комичность (а чего ещё можно ожидать от Жириновского?) предложения, проблема действительно существует и в последнее время тенденция заполнения иностранными словами новых понятий приобрела угрожающие масштабы. Это становится особенно опасным на фоне того, что уровень преподавания русского языка в последние годы неизменно снижается (за счёт малой престижности профессии

учителя), население России прирастает исключительно за счёт иммигрантов, плохо владеющих русским языком, а количество читающей публики неуклонно сокращается. Тем не менее, идиотско-ментовскими методами запрещения и наказания её решить всё равно не получится. К тому же закон планируется распространять только на

ГОРАЗДО БОЛЬШЕЕ БЕСПОКОЙСТВО В ЭТОЙ СВЯЗИ ВЫЗЫВАЕТ УРОВЕНЬ ВЛАДЕНИЯ РУССКИМ ЯЗЫКОМ КАК РАЗ ПРЕДСТАВЛЯЕМОЙ САМИМ ЖИРИНОВСКИМ АРМИЕЙ РОССИЙСКИХ ЧИНОВНИКОВ И ПАРТРАБОТНИКОВ. КОТОРЫЕ ХОТЬ И НЕ УПОТРЕБЛЯЮТ НОВЫХ ИНОСТРАННЫХ СЛОВ (ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО В СИЛУ НЕРАЗВИТОСТИ И НЕСПОСОБНОСТИ К ИЗУЧЕНИЮ ЯЗЫКОВ И ВООБЩЕ ЧЕГО-ЛИБО), НО НЕ ЗНАЮТ ТАКЖЕ И РОДНЫХ, А В РАЗГОВОРЕ И ДАЖЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПЕРЕМЕЖАЮТ СЛЕНГ С ФЕНЕЙ, НАХОДЯСЬ, ПО-ВИДИМОМУ, В ТВЁРДОЙ УВЕРЕННОСТИ, ЧТО ЭТО И ЕСТЬ САМЫЙ ЧТО НИ НА ЕСТЬ РУССКИЙ ИЗ ВСЕХ ЯЗЫКОВ.

журналистов, которые на сегодняшний день являются почти единственной группой населения, для которых язык является не просто средством коммуникации, но частью их профессии, а значит и дохода. Гораздо большее беспокойство в этой связи вызывает

уровень владения русским языком как раз представляемой самим Жириновским армией российских чиновников и партработников. Которые хоть и не употребляют новых иностранных слов (исключительно в силу неразвитости и неспособности к изучению языков и вообще чего-либо), но не знают также и родных, а в разговоре и даже официальных выступлениях перемежают сленг с феней, находясь, по-видимому, в твёрдой уверенности, что это и есть самый что ни на есть русский из всех языков. А для усиления аргументации подчас используют в качестве дополнительных эмоциональных акцентов приёмы рукопашного боя. Руки, ноги и другие ударные инструменты нашего организма всегда вступают в дело, когда словарный запас заканчивается. Именно поэтому так важно вовремя и в достаточном объёме обучить граждан страны владению родным языком. Но для этого нужно не красноречиво по телевизору, а повышать зарплаты учителям, модернизировать систему образования, в конце концов, разъяснять неустанно, что богатство духовного мира (частью которого является и родной язык) является единственной непреходящей ценностью, не отторгаемой даже с помощью паяльника.

Решать проблему затухания развития языка можно разными способами. Одну из интересных методик показывает, например, Финляндия. В стране существует государственная комиссия по развитию языка, главной задачей которой является, прежде всего, осуществлять перевод на финский язык новых понятий, явлений и продуктов. Отчасти поэтому изучение финского языка требует больших усилий — здесь практически все слова свои, очень мало заимствований. Собственные слова придуманы для мобильных телефонов (*kännykkä*), компьютеров (*teitokone*), смартфонов (*älypuhelin*) и т.п. Показательна история со словом «телефон», который появился в Финляндии ещё во времена, когда она являлась частью Российской империи. Изначально слово не переводили, может быть, именно потому, что не стали

его переводить и в России, и в первые годы существования в адресных книгах на финском языке писалось «telefoni». Однако, затем был проведен общенародный конкурс на лучшее название этого предмета на финском и возникло слово, которое употребляется и сегодня: «puhelin». Непонятно для иностранцев, зато логично и ясно о чём речь для носителей языка. Кстати сказать, слова в Финляндии часто придумывают всем народом. И не только на замену иностранным, но и в случаях появления новых отечественных продуктов. Поэтому, эпитеты «великий и могучий, правдивый и свободный» сегодня гораздо больше подходят к языку ещё недавно отсталой и забытой окраины России, страны Суоми, чем к русскому. «Великим и могучим» русский был тогда, когда Тургенев это написал, в 1882. В иерархии мировой литературы, по крайней мере, первые двадцать мест принадлежат на законных основаниях русским писателям того времени, а просто талантливых и вообще не представляется возможным сосчитать! Но за красивой и широко цитируемой фразой о языке как-то позабылось, что в нём Тургенев искал опоры «во дни тягостных раздумий о судьбах ... родины». Тягостных раздумий с тех пор, пожалуй, не только не поубавилось, но стало ещё больше. Плохо, что сегодня даже «правдивый и свободный русский язык» не помогает «не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома».

А впадать в отчаяние есть от чего. В последние двадцать лет русский язык не только перестал развиваться совсем, но процессом словообразования даже больше никто и не занимается. Слова возникают стихийно, по мере надобности, и в той среде, где они впоследствии и используются. Экономика, особенно те её отрасли, которые возникли после прекращения существования СССР, просто кишит иностранными словами. Причём копируются даже те слова, которые уже однажды были заимствованы, такие как: «тренинг» (тренировка), «продакт» (продукт). Делается это чаще всего бездумно, с единственной целью запудрить мозг очередного потребителя красивыми терминами, за которыми не стоит никаких новых смыслов. Эти потуги вызывают в памяти эпизод из какого-то детского фильма, где загадка оказалась такой сложной, что, по мнению чтеца отгадки, ответ должен был быть чрез-

вычайно экстравагантным. И вот он читает: «Ягурайц.... нет, огурайц. Огу-рец же, ёлки-палки!»! Таких «ягурайцев» наплодилось сегодня огромное множество, и одним из них я считаю очень популярное в рекламной среде понятие «BTL». Оно и после перевода на русский язык (ниже линии) не имеет никакого значения, а уж в таком виде, как его принято употреблять – и подавно! На последней (москвичи не обижайтесь, не могу я её называть «крайней», как принято у вас, ибо это, по меньшей мере, безграмотно, а по большому счёту – местечково) выставке IPSA посетителям предлагалось прослушать мастер-класс под названием: «Эволюция процесса креативного брифа на примере одного кейса». Из семи слов шесть(!) не русские, из которых три являются новыми заимствованиями. После объявления названия непременно захотелось спросить: «На каком языке будет проводиться мероприятие»? Нет, я – не максималист и не Жириновский, напавший на слово «контрацептив» (видимо, его так часто обзывают). Поэтому считаю, что поздно уже искать русскоязычную альтернативу словам «эволюция» или «процесс», они воспринимаются уже почти родными, но неужели в некогда «великом и могучем» не найдётся слов на замену «брифу» или «кейсу». Просто позор!

Ещё одной большой сферой «словотворчества» (или уже для большей солидности надо говорить «вордо-креатива») является спорт. Когда я впервые услышал от российского комментатора гонок «Формулы 1» слово «пейскар» (расега), я подумал, что ослышался. «Пейсами» сроду в русском языке называли височные завитушки у ортодоксальных евреев. Комментатор же, ничтоже сумняшеся, обозвал таким образом машину, которая в случае аварий на трассе выезжает вперёд, собирая за собой всю группу участников гонки. Которую тот же комментатор обзывает «пелетоном». Где он взял это слово я гадал долго, пока не вспомнил, что французы называют похожим словом (peloton) основную группу велосипедистов, отличая её от тех, кто ушёл в отрыв или отстал от неё. Получается, что телевизионный комментатор, на своё усмотрение, вводит в русский язык либо безграмотно транскрибированные иностранные слова, либо слова, уже имеющие в русском языке иные

значения. Вот таких и я бы увольнял с работы, даже несмотря на то, что он является неоспоримым знатоком «Формулы 1» и обладает неиссякаемым источником информации по предмету. В отличие, кстати, от футбольных комментаторов, которые и вообще-то слов знают мало, но и те, которые к ним как-то прибились, употребляют ими не всегда в нужной смысловой последовательности. Поэтому, телевизионные трансляции футбольных матчей в России я уже давно смотрю без звука, считая работу комментаторов оскорбительной для своего интеллекта. Хотя некоторые из их комментариев и могут стать хорошими идеями для извращён-



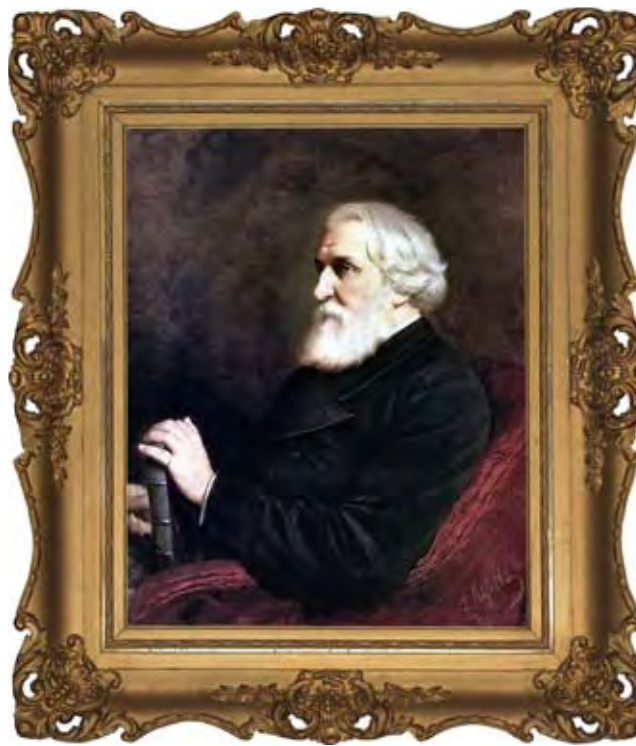
ЗНАМЕНИТУЮ ФРАЗУ
«ГОООООЛ! ***! ШТАНГА!»
ПРИПИСЫВАЮТ ИЗВЕСТНЫМ
КОММЕНТАТОРАМ НИКО-
ЛАЮ ОЗЕРОВУ ИЛИ ВАДИМУ
СИНЯВСКОМУ. К СЧАСТЬЮ
ИЛИ НЕСЧАСТЬЮ, НО ЗАПИСИ
РЕПОРТАЖЕЙ В ТЕ ГОДЫ НЕ
ВЕЛИСЬ. НИКТО НЕ ПОСТРА-
ДАЛ, НО И ПРАВДЫ МЫ НЕ
УЗНАЕМ.

ных российских юмористов. Например, что-нибудь, типа: «Отбил мяч корнями волос».

Ещё одной группой совершенно ненужных иностранных слов являются названия профессий, возникшие в связи со сменой экономической формации. Похоже, что изобретение новых названий заменило работу по повышению профессионального мастерства.

Бездумным и безграмотным копированием чужестранных слов создаётся гламур вокруг новых профессий, с целью не всегда понятно и оправданной обстоятельностью. С первой волной заимствований (которая тоже пришлась на переломный в экономике момент) – «директор» (управляющий) и «бухгалтер» (счетовод) мы уже сроднились, и без них обходиться будет сложно. И как, например, тогда мы будем обозначать то, что сегодня называется «красным директором». Не считать же их всерьёз управляющими! Однако, появившихся «менеджеров», «супервайзеров», «вебмастеров» и иже с ними ещё есть возможность вернуть в лоно родного языка. Не понимаю, почему кто-то желает называться «сейлзом», в то время как в русском языке имеется даже несколько названий этой профессии. Если работа в торговле не нравится так, что даже должность должна звучать как можно непонятнее, то надо идти работать туда, где названия отвечают запросам. Слово «менеджер» в Великобритании означает «начальник». Если в лондонском банке вы попросите менеджера, то придёт директор конторы. В России легко может придти кто угодно, вплоть до уборщицы, которые теперь тоже «клининг-менеджеры». «Клининг» вместо «уборки» вообще случай, извиняюсь за каламбур, клинический. Зачем? Не престижно заниматься уборкой? Но вспомним Шекспира: «Ведь роза пахнет розой, хоть розой назови её, хоть нет». Но здесь хоть значение сохранено, а, например, «продакт-менеджер» в России, как правило, занимается закупками, а в Америке продажами. Сколько же мусора требуется удерживать в голове, работая в России, чтобы элементарно не попасть впросак по вине горе-толмачей.

Как вывод из всего выше написанного можно заключить, что проблем с языком в России хватает, и заимствования иностранных слов лишь одна из них. Но если не взяться за их решение уже сегодня, завтра может уже и не оказаться. Ведь одним из признаков определения нации является наличие своего языка. «Своего» предполагает, в том числе, и наличие аутентичных слов, свойственных только этому языку. В нашем случае – русскому. Многие уже сегодня замечают, что слишком часто слово «российский» заменяет слово «русский» и выражают тревогу по этому поводу. Я также разделяю эту тревогу, ибо не могу не вспомнить, как



ИВАН СЕРГЕЕВИЧ ТУРГЕНЕВ:

«БЕРЕГИТЕ НАШ ЯЗЫК, НАШ ПРЕКРАСНЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК – ЭТО КЛАД, ЭТО ДОСТОЯНИЕ, ПЕРЕДАННОЕ НАМ НАШИМИ ПРЕДШЕСТВЕННИКАМИ! ОБРАЩАЙТЕСЬ ПОЧТИТЕЛЬНО С ЭТИМ МОГУЩЕСТВЕННЫМ ОРУДИЕМ; В РУКАХ УМЕЛЫХ ОНО В СОСТОЯНИИ СОВЕРШАТЬ ЧУДЕСА».

всего несколько десятилетий назад слово «русский» заменялось словом «советский». Я не стану анализировать, кому и зачем подобная подмена необходима или выгодна, а тем более не хочу вставать на достаточно скользкую дорожку спекуляций на эту тему. Хочу лишь заметить, что было бы жаль утерять создававшийся веками и окончательно отшлифованный интеллигенцией XIX столетия «великий и могучий ... правдивый и свободный русский язык». И если Тургенев был прав и в том, что такой язык должен принадлежать «великому народу», то пора уже этому народу проснуться и доказать своё величие. Хотя если не ради себя, то, по крайней мере, для

своих детей, чтобы они не мечтали уехать из России с наступлением возраста получения паспортов. Ведь было время и ещё совсем недавно, когда поток переселения шёл в обратную сторону. Ещё по статистике 1941 года, в Ленинграде до 20% населения составляли немцы и финны (были и другие иностранцы, но в том году, по понятным причинам, интересовали только эти две национальности). А теперь уже скоро население Германии и Финляндии будет состоять на 20% из русских! До 1917-го года все дворники и большинство горничных Петербурга были финской национальности, а сегодня дворниками и горничными в Финляндии работают русские. Совсем негоже для «великого народа»!



Компания АДЖАР ГРУПП основательно подготовилась к новому сезону



воплотив свои идеи в линии деловых аксессуаров LUUDS и новой коллекции ежедневников. Наша продукция сочетает в себе классический и современный дизайн, уделяя особое внимание качеству и функциональным деталям.

LUUDS – это широкий выбор стильных аксессуаров для бизнеса.

Компания АДЖАР предоставляет множество креативных вариантов, что позволяет Вам создавать индивидуальные ежедневники и аксессуары, которые будут отличать Вас от других. Мы ценим Ваш выбор.

ООО «Бон Карнет» • +7(495)979-08-36

www.acar-group.ru • www.бон-карнет.рф
boncarnet@acar-group.com

Тепло души в твоём фотоальбоме!



В последнее десятилетие цифровые и электронные носители практически полностью заменили привычную фотопечать. Но заметьте, «душа» фотографий словно исчезла в недрах электронных гаджетов.

Живая фотография несёт тепло и энергию человеческой души, самые добрые и светлые воспоминания... Лишь сделанный с любовью и собранный своими руками фотоальбом согреет вашу душу холодными зимними вечерами.

Наша компания рада предложить Вам широкий ассортимент эксклюзивных и традиционных фотоальбомов и фоторамок.

Подарочные упаковки всегда помогут Вам сделать приятный сюрприз для ваших близких. Вам всегда предложат быстрое и качественное обслуживание!

Бьюти-Стайл, Москва

Вышивка фирменной символики на текстильных изделиях



Торгово-производственная компания ООО «Наша семья», специализирующаяся на машинной вышивке, продолжает совершенствовать продукцию для рекламных акций, производственных и торговых компаний.

Мы предлагаем с нашего склада в Москве махровые полотенца, халаты, тапочки, наборы для сауны и т.д. с персонализированной вышивкой логотипа компании заказчика.

Нашими постоянными клиентами стали крупные гостиницы, рестораны, банки, производственные предприятия по пошиву одежды, рекламные компании.

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Вышивка на изделиях».

Наша семья, Москва

Акция к «Дням защиты от экологической опасности» «Экология — Безопасность — Жизнь»



Ежегодно, с 15 апреля по 5 июня, в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11 июня 1996 г., в России проводятся «Дни защиты от экологической опасности».

В этот период, компания

Аэрополиграфия-АПК проводит АКЦИЮ - «Биополиэтилен по цене обычного полиэтилена ПВД»

Каждый из нас хотя бы раз задумывался о вреде, который наносят природе полиэтиленовые пакеты. Общеизвестно, что полиэтилен разлагается в обычной среде порядка 200 лет. Т.е. ваши правнуки, в начале 23 века, имеют шанс наткнуться в лесу на пакет, выброшенный вами.

Спешите заказывать биоразлагаемые пакеты вместо обычных и наша Планета станет чище!

Контактная информация нашей компании в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «ПАКЕТЫ»

АЭРОПОЛИГРАФИЯ- АПК, Москва

Текстиль. Летние коллекции



В преддверии лета Агентство Гармония подготовило новые коллекции и интересные предложения по высококачественному текстилю ведущих производителей Европы и Азии. У нас вы всегда найдете широкий

ассортимент трикотажа для взрослых и детей, различных моделей, цветов и размеров. Качественное нанесение либо вышивка на готовой продукции в кратчайшие сроки! Наши дизайнеры при необходимости разработают для вас удобную и элегантную одежду для офиса, массовых мероприятий и промоакций. Современное техническое оборудование позволяет обработать практически любые материалы как в фабричных условиях. Мы выполняем комплексное рекламное обслуживание наших клиентов.

С ГАРМОНИЕЙ – ТЫ ЛИДЕР!

Агентство Гармония • +7 (495) 225-42-58 многокан.

info@agprint.ru • www.agprint.ru

Стакан - неваляшка



Компания «РОСТР», основной деятельностью которой является производство товаров производственного назначения, товаров народного потребления и различных «ноу-хау»,

выпустила новинку!

Это стакан, сделанный по принципу «неваляшки»....

Сувенир подчеркивает целеустремленный характер! Как говорят: «Гнётся да не ломится!»

Это хороший подарок для мужчин, а особенно в канун 23 февраля.

Патенты: №115178, №82446.

Ростр • +7 (8342) 23-18-25

rostr@moris.ru • www.newrostr.ru

Корзины под алкоголь от компании «2К Корзина» – универсальное и стильное подарочное решение!



Залог незабываемого подарка – оригинальность и качество исполнения. Мы предлагаем яркий вариант оформления подарка – плетеные корзины под алкоголь! Эффектная корзина из ивовой лозы, созданная специально под бутылку, подчеркнет достоинство и шарм вашего презента, придаст ему выразительность и стиль. Мы предлагаем большой выбор подарочных корзин и аксессуаров оптом от производителя. Для получения информации о корзинах под алкоголь – заходите на наш сайт и звоните.

2К Корзина • +7 (495) 645-11-97
info@2kkorzina.ru • www.2kkorzina.ru

ЭКО ЕЖЕДНЕВНИКИ KAVANTA



Коллекция KAVANTA 2013 насыщена яркими цветами. В качестве основного вдохновения для ее создания использовалась тема столкновения человека и природы.

В последние годы, как в нашей стране, так и за рубежом возрос интерес к биоразлагаемым материалам, которые разрушаются при воздействии различных микроорганизмов. Компания «Мир ежедневников» специализируется

на производстве эко ежедневников, блокнотов и визитниц по индивидуальному дизайну. В коллекции используются биоразлагаемые материалы, прошедшие тест в THE ITALIAN PULP AND PAPER RESEARCH INSTITUTE.

Контактная информация – стр... (указать стр. с модулем).

KAVANTA, Москва

Кольчугинские подстаканники стали привлекательней для покупателя



Кольчугинский завод цветных металлов приготовил сюрпризы любителям подстаканников:

Во-первых, наборы подстаканников в подарочном футляре теперь комплектуются специальным средством для чистки драгоценных металлов, ведь только при постоянном уходе изделие сохранит первоначальный блеск.

А во-вторых, в комплект с позолоченными подстаканниками будут входить не обычные хрустальные стаканы, а деколированные золотом.

Самое приятное то, что на цене изделий данные нововведения не отразятся.

ТНП ООО «УГМК-ОЦМ» • +7 (34368) 98-077
http://www.zio.ru/ru/about/Chex7/

Открытие экспозиции оловянной миниатюры



Мастерская «AGES. Санкт-Петербургская историческая коллекция» информирует читателей об открытии постоянной действующей экспозиции оловянной миниатюры.

Открытие экспозиции планируется приурочить к Международному Дню за-

щиты детей - 1 июня 2013 года.

Адрес экспозиции:

Санкт-Петербург, ул. Маршала Говорова д. 42.

Оловянные солдатики для школьников, туристов и всех любознательных петербуржцев и гостей города! Понравившиеся изделия можно будет приобрести. При экспозиции действует магазин.

AGES. Санкт-Петербургская историческая коллекция
+7(812) 493-41-35

office@ages-collection.ru • www.ages-collection.ru

Набор «Кардинал»



Компания «Русский элитный подарок» представляет новинку в модельном ряду наборов для пикника и охоты – набор «Кардинал» в кейсе из искусственной кожи. Отличительной особенностью набора является то, что он собран в удлиненном кейсе и комплектуется шампурами длиной 60 см. Рукоя-

ти шампуров и мангала изготовлены из бронзы методом художественного литья. Нож и тяпка ручной работы (г. Павлово). Внутренняя отделка выполнена из натуральной кожи и расписана художником вручную.

Предлагаемый набор разумно сочетает элегантность, красоту исполнения, высокое качество, функциональность и может служить превосходным подарком.

Русский элитный подарок, Москва
www.elitegift.ru

Бизнес сувениры для промоакций от компании «АЯ»



Мы предлагаем своим заказчикам новую коллекцию бизнес сувениров из стекла, керамики, пластика, металла, а так же сувениры для промоакций – зажигалки, ручки, посуда, антистрессы, значки, медали, брелоки.

Мы подберем вам подарочную упаковку, а наши современные технологии сделают нанесение на любую поверхность и любым методом (шелкография, тампопечать, деко-

лирование, лазерная гравировка, тиснение, термотрансфер.

«АЯ компания» • +7 (495) 502-94-65
www.ay-company.ru

Индивидуальный пошив промоодежды



Промоодежда, изготовленная на заказ, всегда смотрится выигрышно и является залогом успеха рекламной кампании! Особая промоодежда, сшитая специально для проведения акции или группы акций, позволяет создать яркий ассоциативный образ, тем самым сделав рекламную кампанию запоминающейся.

Мы можем гарантировать высокое качество пошива промоодежды и короткие сроки выполнения заказа. Работаем с разнообразными видами тканей, применяем самые современные и надежные технологии. Мы ценим своих постоянных заказчиков и предлагаем им выгодные условия сотрудничества, скидки и бонусы. Работаем по всей России!

Диалант.ру • +7(499) 320-99-97
3209997@mail.ru • www.di-promo.ru

Впервые в России выпускается серия подарочных пакетов с иллюстрациями Скотта Густафсона из Чикаго



Скотт Густафсон - легенда американской иллюстрации с уникальной живой манерой исполнения. Проработка деталей, сочные цвета, исходящая от них энергия покорила детей и взрослых всего мира.

Книги и упаковка с иллюстрациями мгновенно раскупаются покупателями в магазинах. Успех данной серии подтверждается продажами десятков тысяч экземпляров серии новой годней упаковки - пакетов и туб с иллюстрациями чикагского иллюстратора. Издателем серии по эксклюзивному лицензионному договору является компания Правила Успеха Групп.

Спешите резервировать подарочные пакеты!

Правила Успеха Групп • +7 (495) 640-29-16
info@pravilauspeha.ru • Подарите Красиво.РФ

Дверь – лицо фирмы



Раз, два, три, четыре, пять – где же кабинет искать? Зачастую организации пренебрегают маркировкой кабинетов. В итоге между безымянными дверями тоскливо мечутся посетители, отвлекая от работы сотрудников.... А ведь можно было сделать иначе..... Красивый номерок на двери равносителен визитке.....А в наш век развитых рекламных технологий вариантов исполнения множество.....Фирма Металл-Граф наряду с металлическими номерками на двери наладила производство более экономичных пластиковых. Различные цвета, фактуры, объемность исполнения делают изделия более востребованными, и не бьют по кошельку...

Контактная информация нашей компании в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Нанесение многоцветного изображения на металл».

Компания «МеталлГраф», Санкт-Петербург

Бизнес-аксессуары с корпоративной символикой из натуральной кожи от ГК «АСКЕНТ»



Крупнейший российский производитель бизнес-аксессуаров из натуральной кожи расширяет сферу своей деятельности и предлагает сувениры и подарки с корпоративной символикой:

Мощная производственная база и многолетний опыт работы с кожей позволяют ГК «АСКЕНТ» реализовывать неограниченные тиражи заказов в максимально сжатые сроки с полным соблюдением обязательств перед заказчиками.

Сырье традиционно высокого качества делает аксессуары долговечными в службе, а возможность нанесения символики всеми современными способами даёт возможность воплотить в жизнь любую фантазию заказчика.

ГК «АСКЕНТ» • +7(8412) 205-065
region@askent.ru • www.askent.ru • www.befler.ru

Эко-футболки Hanes Organic - созданы с заботой об окружающей среде!



Летний сезон - время ярких цветов, легкой одежды и, конечно же, промо-акций. Предлагаем уникальный комплексный и экологичный продукт: рекламный текстиль Hanes Organic с печатью и упаковкой. Коллекция текстиля Hanes Organic создана из органического хлопка и отражает тенденцию на экологичность в жизни и в ведении бизнеса. Состоит из мужских, женских и детских футболок, рубашек поло, толстовок.

Органический хлопок выращивают без использования химических удобрений и пестицидов, при отбеливании пряжи не используют хлор, а ткань окрашивается только красителями на основе натуральных компонентов.

Печать логотипа на футболках Hanes Organic мы выполняем красками на водной основе наиболее экологически чистым способом печати на ткани – отпечаток получается очень мягким, или вышивкой. А упаковка из крафт бумаги или 100% хлопка вносит вклад в сбережение лесов планеты. Такая упаковка может быть не только вторично переработана, но и, оставленная в естественных природных условиях, распадается в течение 3-4 месяцев, не нанося ущерба экосистеме.

Возможен заказ отдельно текстиля из органического хлопка, без печати или упаковки.

FUTBOLKA!project • +7(495) 669-26-15
info@futbolka-project.ru • www.futbolka-project.ru

Кружки – Настроение



Даже в хмурый день такая кружка взбодрит вас и настроит на душевный лад.

Здорово собрать целый сервиз, например, с чайником. Настоящее немецкое качество. Кружки можно произвести по вашему пантону и сделать гравировку по всей поверхности. Отличная возможность осчастливить вашего партнера и выделиться на фоне подарков от конкурентов.

Заказать это чудо или запросить образцы можно в компании Главсюрприз.

**+7 495 626 4900 • www.glavsurprise.ru
olga@glavsurprise.ru**

Бумажный блок в жесткой коробке с постиком и закладками



Типография «Рондо» предлагает оригинальные блоки для записей с логотипом.

В комплекте: кубарик, постик, закладки в жесткой коробке.

Формат листов - 90х90мм., 300 листов, формат постика - 30х75мм., 30 листов,

закладки пластиковые 5 цветов по 25шт., возможна индивидуальная термоупаковка.

Скидка для РА - 10%

А также можете заказать: планинги настольные недатированные (формат А2, А3, А4), самоклеящиеся блоки (постики), кубарики, оригинальные блокноты и другую продукцию с вашим логотипом. Тираж от 100 шт.!

Контактная информация в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Блоки для записей самоклеящиеся», «Блокноты», «Кубарики».

Типография «Рондо», Москва

Благородные подарки из олова



Благородное олово в виде предмета интерьера или памятного подарка привлекает истинных ценителей красоты, людей, которые уважают ручную работу, художественное литье и выбирают необычные подарки для себя и близких. Наша производственная компания ООО «Станум» с 2006 года изготавливает эксклюзивные подарки из олова высокого качества из экологически чистых материалов. Собственная

производственная база компании позволяет изготовить уникальные изделия по вашему заказу и воплотить задумку для корпоративного сувенира. В наличии также имеется ассортимент уже готовых подарков из олова: оловянные тарелки, часы, картины, ключницы, магниты, брелки, статуэтки, бокалы с оловом.

**Станум • +7(495) 937-01-85
info@stanum.org • www.stanum.org**

Оригинальные идеи корпоративных подарков



Студия разумных подарков «Megamind» представляет оригинальные идеи корпоративных подарков и сувениров для праздников.

Неокубы 10-и цветов, Шары для Автополива «Цветочный Джинн», Эко-игрушки и Экочеловечки, Небесные фонарики,

Проекторы 7-и видов, Ночники -проекторы Черепашки, Мягкие игрушки Angry birds, Копилки Angry Birds Space и Классические.

Весной и летом, мы даем возможность покупать наш товар с отсрочкой платежа от 30 до 120 дней.

Современные технологии, позволяют делать нанесение изображения практически на любую поверхность: стекло, керамика, пластик и тд.

Мы занимаемся производством товара под ключ. Это могут быть предметы любой сложности.

**Megamind.ru • +7(495) 763-16-73
info@megamind.ru**

Камни для охлаждения напитков



Самый популярный рецепт – виски со льдом. Его минус – лед, постепенно превращаясь в воду, разбавляет виски и меняет вкус напитка. Гурманы придумали пить виски, используя для охлаждения не ледяные, а ... каменные кубики! После долгих экспериментов идеально подошёл Soapstone (мыльный камень). Его высокая теплоемкость позволяет долго отдавать холод после пребывания в морозильнике. Фирма СКЕЙЛ предлагает набор, в который входит 9 кубиков размером около 20 мм, мешочек из натурального хлопка и подарочная упаковка. Достаточно мешочек с камнями положить на несколько часов в морозильник, и в нужный момент он не подведёт.



Для корпоративных заказчиков изготавливается фирменная упаковка, делается нанесение на мешочек, а также гравировка на самих камнях. Такой сет прекрасно дополнит подарочный набор с виски и бокалами в шкатулке из натурального дерева. Это проверенный подарок для любителей.

Подробную информацию о наших возможностях вы сможете найти на сайте **www.scale-gifts.ru**, а также на сайте проекта **www.kamni-viski.ru**.

СКЕЙЛ, Санкт-Петербург

КУРС НА УЮТ!



Предлагаем Вам взглянуть по-новому на бизнес-сувениры!

Столовый текстиль от La Maison будет отличным подарком для Ваших друзей и партнеров!

У нас Вы найдете большой выбор скатертей, столовых дорожек и текстильных аксессуаров из России и Европы!

Сошьем любой столовый текстиль на заказ, оформим столы для Вашего кафе или ресторана!

Хотим Вас обрадовать, у нас можно заказать и праздничные корзинки!

Наполнение - по Вашему желанию.

Наши скатерти и столовые дорожки будут уютно смотреться вместе с коробочкой конфет, набором оливковых лакомств, пакетиком ароматного чая или с парой красивых бокалов!

Сделаем все самое красивое только для Вас!

Контактная информация компании в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Скатерти»

Ваша студия La Maison, Санкт-Петербург

Ваш заказ в надёжных руках.



Вы уже размещали у нас заказ? Звоните, назовите номер данного журнала и получите скидку! Действие ее не ограничено. Предлагаем из французского пластика PRIPLAK

заказать доступно, быстро и надежно: папки, портфели, блокноты, календари, пакеты, упаковку, коробки, подставки, таблички и многое другое по готовым размерам или под заказ. Нанесем изображение и логотип. Срочные заказы для тех, кто опоздал, и минимальный тираж для индивидуальных.

R-PLASTIC • +7(495) 517-80-36

lika671@yandex.ru • www.r-plastic.com



Модные блокноты для записи в новом дизайне



Компания «Сувенир Медиа» подготовила для вас новую коллекцию, которая представлена блокнотами в съёмной «супер обложке» из актуальных итальянских переплетов.

Дизайн, цвет, сшивка материалов - все очень гармоничного сочетается в каждом изделии. Особенно оригинальны книги с карманом для ручки на самой обложке или торце переплета. На выбор предлагаем 3 формата:

A6, A5 и A4 с линованным блоком, в

клетку или с чистыми листами.

Блокноты идеальны в качестве актуального делового подарка, подходят для нанесения логотипа методом горячего тиснения.

Сувенир Медиа • +7 (495)-925-51-97

www.suvmedia.ru • info@sm.suvmedia.ru

Изготовление нестандартной продукции



Компания «Мир ежедневников» является производителем деловой и полиграфической продукции, выпускаемой под брендом KAVANTA.

Специализация - производство

ежедневников и изделий из кожи по индивидуальному дизайну. В коллекциях используется большой выбор переплетных материалов высокого качества, разнообразие блоков и видов персонализации. Предлагаем полный цикл производства от выкройки высококачественной кожи по шаблону заказчика до выбора цвета прошивки, внутреннего материала, печать на обложке логотипа, печать на резинке и лямке, силиконовые и металлические шильды. Большой ассортимент на складе в Москве.

Контактная информация – стр... (указать стр. с модулем).

KAVANTA, Москва

Скидка 20% на цифровую печать

Компания в связи с вводом в эксплуатацию, новой цифровой машины, всем читателям журнала дает скидку 20% на цифровую печать до конца мая 2013 г.

Печатаем буклеты, открытки, альбомы выпускникам,

Листовки, каталоги, наклейки и многое другое.

Делаем пакеты и упаковку.

Экон-пресс,

+7 (495) 517-52-148 • +7 (499) 236-46-81

www.econ-press.ru • mail@econ-m.ru



Вечный Календарь, над которым не властно Время...



Обычный календарь в конце года летит в мусорную корзину. Вечный Календарь будет с вами, вашими партнерами, друзьями, детьми, внуками, правнуками и праправнуками ВСЕГДА, так как он не потеряет своей актуальности даже через сотни лет.

Числа и дни недели выделяются малыми магнитными курсорами, месяцы – большими. Ручная работа. Натуральные материалы: мореный дуб, нержавеющая сталь, кожа.

Вы можете повесить Вечный Календарь на стену или поставить на любую поверхность, присоединив подставку, входящую в комплект. По вашему желанию, на Календарь наносится имя, геральдический герб, дарственная надпись, дата, к которой приурочен подарок и т.д. Изображение запатентовано.

Максимальный размер календаря 1600x2400 мм.

Доставка в любой регион мира.

Типография «Глория» • +74955458216

mail@gloriart.ru • www.gloriart.ru

Удобные вещи для туризма и отдыха к сезону путешествий!



Впереди сезон отпусков, пикников, выездов на природу, уличных фестивалей и промо-акций. Это отличный повод для актуальных подарков сотрудникам и партнерам!

Поездка за город начинается с нескольких часов пути на автомобиле, и для комфорта пассажиров мы предлагаем дорожные подушки, сумки-холодильники, игры, классические наборы для пикника и барбекю.

Путешествие, связанное с перелетом, требует особого подхода при упаковке вещей – удобные сумки и рюкзаки, бирки для багажа, багажные наборы и чехлы для чемоданов сделают отдых приятным и беззаботным. А набор для ручной клади для перелива жидкости – позволит взять все свои любимые средства по уходу с собой в самолет.

Кроме дорожных аксессуаров мы предлагаем одежду и аксессуары для корпоративного отдыха и событий на природе с нанесением логотипа.

Каталог сувенирной продукции **PROMO-Gift.SU**

+7(495) 669-26-15 • <http://promo-gift.su/>

KAVANTA®

Optimum decision for You

Деловая галантерея для ценителей стиля и функциональности!





+7 (495) 518-20-28
+7 (499) 145-31-76
121433, г. Москва, ул. Минская, д. 20, корп. 1
www.kavanta.ru info@kavanta.ru

KAVANTA® - торговая марка ООО «Мир ежедневников»

19 ВЫСТАВКА РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ **ДИЗАЙН И РЕКЛАМА**

9–12 апреля 2013
Москва, ЦДХ
www.design-reklama.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

г. Санкт-Петербург, Лиговский пр. 74, Лофт Проект ЭТАЖИ, 2 этаж

с 26 по 28 апреля

Font Fest

городской фестиваль
рекламы, дизайна и графики

выставка дизайнерских работ
современные виды печати
новые знакомства
творческая атмосфера
конкурсы, призы и подарки

Г ЗОНА Г
Л ДЕЙСТВИЯ Л

fontfest.ru
fontfest@gmail.com
+7 965 000 36 18



АССОЦИАЦИЯ
«НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»

специализированный
СВК выставочный
комплекс
ВВЦ

VIII ФЕСТИВАЛЬ НАРОДНЫХ МАСТЕРОВ И ХУДОЖНИКОВ РОССИИ

ЖАР-ПТИЦА 7 - 11 мая

ВВЦ, павильон № 69



В рамках фестиваля пройдет выставка "Сокровища Севера"



Тел.: (499)124-48-10, 124-08-09, (495)544-34-16 факс: (499)124-63-79

www.nkhp.ru, www.svkvvv.ru



АССОЦИАЦИЯ
«НАРОДНЫЕ
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ
ПРОМЫСЛЫ РОССИИ»



XV ЮБИЛЕЙНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ РОССИИ

ЛАДЬЯ ЗИМНЯЯ СКАЗКА

В рамках проекта:

- Экспозиция эксклюзивных изделий промыслов;
- выставка "Московский Сокольничий";
- выставка традиционного русского костюма;
- Международный фестиваль войлока: "ШЕРСТИВАЛЬ";
- третий Российский ЭКО БИО САЛОН;
- "Город мастеров" - демонстрация приемов художественного мастерства;
- Презентации, мастер-классы;
- Выступления фольклорных коллективов, показы дизайнерской и этнической одежды.



18 - 22 декабря

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»,
Павильон № 7 (залы 1-6)
метро «Выставочная»

Генеральный
спонсор выставки:



Тел. Дирекции: (499)124-48-10, 124-08-09 www.nkhp.ru nkhp@mail.ru



Place
Product
Price
Promotion
Partnership



**ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ
ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ РОССИИ**

реклама



EXPO

6-8 июня 2013

VII МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

12+



ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ · КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ ·
ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПАНИИ

КОМПАНИИ, РАБОТАЮЩИЕ В СФЕРАХ: ПРОЕКТИРОВАНИЕ
И СТРОИТЕЛЬСТВО ВЫСТАВОЧНЫХ СТЕНДОВ ·
ВЫСТАВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ · EVENT-БИЗНЕС ·
ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПОКАЗА · БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ ·
СИСТЕМЫ РЕГИСТРАЦИИ · IT-ТЕХНОЛОГИИ

www.5p-expo.com



СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14,
ЦВК «Экспоцентр»
Тел.: 8 (499) 795-26-67
Факс: 8 (495) 605-69-35

ipsa

Institute
of Professionals
in Specialty
Advertising

Рекламные СУВЕНИРЫ ОСЕНЬ 2013

24-я СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ,
БИЗНЕС-ПОДАРКОВ И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ПРОМОУШН

10-12 сентября
МОСКВА 2013
МВЦ КРОКУС ЭКСПО

павильон 2
зал 10

Организатор:
ООО «ИПСА Рекламные Сувениры»
(IPSA)

Координаты оргкомитета:
тел.: (495) 585 31 54, 585 31 24
факс: (495) 557 09 15

www.ipsa-russia.ru



Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

ПОДАРКИ

Салоны:

ПОДАРКИ, ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА
БИЗНЕС ПОДАРКИ, СУВЕНИРЫ
ЭЛИТНЫЕ КАНЦЕЛЯРСКИЕ
ПРИНАДЛЕЖНОСТИ
ПОСУДА И ДЕКОР СТОЛА



*Новый Год
Expo 2013*



ВСЕШ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ

Москва, ВК «ГОСТИНЫЙ ДВОР», ул. Варварка, 3



**ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2013
17-20 сентября 2013**

**ПОДАРКИ. ВЕСНА 2014
17-20 марта 2014**

Организатор: **ПОДАРКИ ЭКСПО**

Под патронатом Правительства Москвы

При поддержке: Московской торгово-промышленной палаты,
Ассоциации Производителей и Поставщиков Подарков, Посуды и Бижутерии

Тел.: +7(495)729-31-38 expo@gifts-expo.com www.gifts-expo.com

ЖНА
ЛАМА, ШИ
АНДМАУЭРЫ, ВЫВ
ИДЕОСТЕНЫ, ВИДЕОСТ
ОЛИГРАФИЯ, РЕКЛАМ



21-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

24—27 сентября 2013

НАТЬ, POS-МАТЕРИАЛЫ, МО
НСТРУКЦИИ, БИЗНЕС-СУВЕН
ЕВ-МАРКЕТИНГ, СОЗДАНИЕ
САЙТОВ, PR-КАМПАНИИ,
ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА, ПР

Реклама

www.reklama-expo.ru

Место проведения:
Россия, Москва,
ЦВК «Экспоцентр»

Организатор:





Экспо Экспо

28-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

24—27 сентября
2013
ОСЕНЬ

реклама



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЛОНЫ:

HOME STYLE
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА, ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ВСЕ ПОСТАВЩИКИ ТОВАРОВ FMCG

12+

Организатор:



Центральный выставочный
комплекс «Экспоцентр»,
Москва, Россия

www.consum-expo.ru



123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14
E-mail: centr@expocentr.ru
www.expocentr.ru, экспоцентр.рф

ВОКРУГ СВЕТА-3

САМЫЕ ЯРКИЕ УЛИЧНЫЕ ПРОМО- АКЦИИ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

ВПЕРЕДИ ЛЕТО – СЕЗОН НЕ ТОЛЬКО ТЕПЛА, ПЛЯЖЕЙ И КОРОТКИХ ЮБОК, НО И УЛИЧНЫХ ПРОМО-АКЦИЙ. ОТНОШЕНИЕ К ТАКИМ АКЦИЯМ НЕОДНОЗНАЧНО И СРЕДИ ПРОФЕССИОНАЛОВ РЕКЛАМНОГО БИЗНЕСА, И СРЕДИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. С ОДНОЙ СТОРОНЫ, ЭФФЕКТ «ПРЯМОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ» НЕСОМНЕНЕН. С ДРУГОЙ – НАЗОЙЛИВЫЕ ПРОМОУТЕРЫ, СУЮЩИЕ ПОД НОС ПРОХОЖИМ ЛИСТОВКИ ИЛИ ГРОМКО ЗАЗЫВАЮЩИЕ ПОПРОБОВАТЬ ИХ ПРОДУКТ, ПРИ НЕУМЕЛОМ ПОДХОДЕ ТОЛЬКО РАЗДРАЖАЮТ И ОТПУГИВАЮТ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Впрочем, достаточно проявить немного оригинальности – и при сравнительно небольшом бюджете, затраченном на промо, о нем будет говорить весь мир. Тем более в наши времена, когда мобильными гаджетами укомплектованы все начиная от дошкольников и заканчивая пенсионерами и когда всё мало-мальски интересное мгновенно попадает на youtube и в instagram, обеспечивая вам бесплатную рекламу. В сегодняшнем обзоре мы расскажем о самых необычных, оригинальных, а иногда и шокирующих промо-акциях в разных странах мира.

Канада



Одна из самых необычных промо-акций в истории рекламного бизнеса была недавно проведена в Канаде. Рекламщики сыграли на алчности горожан: на остановке общественного транспорта на главной площади Ванкувера установили стеклянный короб, набитый деньгами – около 3 млн канадских долларов – и обмотанный изнутри специальным прозрачным сверхпрочным скотчем (он, собственно, и рекламировался). Правила акции были предельно просты: кто сумеет разбить короб, тому и достанутся все деньги. Что только ни предпринимали бедные канадцы в атаке на короб: били его руками и ногами, пытались разбить молотком, приезжали даже целые строительные бригады со специальным инструментом, который бросали на короб при помощи грузовика (прямо как в сказке про Курочку Рябу, только с учетом современных технологий!). Более того, промоутеры, стоящие рядом с кубом, сами раздавали горожанам молотки, лопаты и другие инструменты,

всячески поощряя их. Но максимум, чего добились охотники за миллионами – погнули алюминиевую арматуру, скрепляющую конструкцию, а само стекло так и осталось невредимым. В результате и 3 миллиона долларов остались при хозяевах, и об акции из СМИ узнал весь мир. И о волшебном скотче, соответственно, тоже.

Кстати, акция имела продолжение, хотя и гораздо более скромное: та же компания разместила сотенные купюры под стеклом в общественных мужских туалетах прямо над писсуарами. Но и до них никто не смог добраться.

Канадские промоутеры вообще, похоже, любят играть на слабостях потенциальных покупателей. Например, на слабости к женской красоте. Так, однажды в рамках рекламы женского нижнего белья по улицам столичного развезжал бренд-мобиль, в котором трое девушек-промоутеров поочередно садились на ксерокс, снимая «копии» своих поп.

Германия

Впрочем, кто сказал, что промоутерами должны быть обязательно молодые люди? В Германии в рамках поиска волонтеров для благотворительной организации Diakonie на улицы отправили «промо-бабушек», причем самой старшей из промоутерш было 89 лет! Промо-бабушки на личном опыте проверяли, насколько немцы готовы помогать пожилым людям, и таким образом выявляли целевую аудиторию кампании «Помоги бабушке».

ЮАР



А южноафриканское рекламное агентство привлекло к промо-акциям... собак! Пятерых дрессированных псов обучили таскать в зубах упаковки с рекламируемым собачьим кормом из точки А в точку В, а потом отправили гулять по крупным торговым центрам. Акция, призванная показать, что корм данной марки не только делает собаку более здоровой и красивой, но и способствует ее умственной деятельности, имела бурный успех.

Великобритания



Британские же рекламщики задействовали в кампании железнодорожного перевозчика... овец. Рекламная кампания была запущена вблизи лондонского аэропорта: овцы, одетые в фирменные куртки с логотипом рекламируемой фирмы и адресом интернет-сайта, паслись на окрестных полях.

Индия

Слоны, как известно, животные не только красивые, но и очень умные. Вот индийские рекламщики и решили, что грех не использовать интеллект этих животных в рекламных целях. В рамках промо-акции новой марки кофе слоны прямо на улицах охотно пили бодрящий напиток и,



более того, предлагали его прохожим. Девизом акции стала фраза «Если вы будете пить наш кофе, вы станете сильным, как слон». Кампания сработала: продажи новой марки резко возросли, а пьющие кофе слоны быстро стали местной достопримечательностью.

...И снова Германия



Но все рекорды по оригинальности побили германские креативщики, создавая рекламную кампанию для книжного издательства. Чтобы привлечь внимание к стенду издательства посетителей Франкфуртской книжной ярмарки, рекламщики отловили двести особо крупных мух, к каждой прикрепили нитку, а к нитке — крошечный баннер с изображением логотипа издательства, штампа с изображением мухи. И — просто отпустили мух летать по ярмарке. Улететь с таким рекламным носителем «промоутеры» далеко не могли, поэтому постоянно присаживались отдохнуть на самых видных местах.

США

Но вернемся к людям. Известнейший американский интернет-магазин, празднуя десятилетие, нанял довольно необычных курьеров. Представьте себе шок рядового заказчика, который в ожидании заказа увидел у своего порога... теннисистку

Анну Курникову, или актера Харрисона Форда, или музыканта Моби! Бюджетной такую акцию, конечно, не назовешь — но зато ее охотно осветили мировые СМИ: разумеется, совершенно бесплатно. Да и клиенты интернет-магазина запомнили такую доставку на всю жизнь.

Нечто похожее предпринимал и один московский ресторанный холдинг, тоже в рамках дня своего рождения: в этот день гостей обслуживали не официанты, а директора заведений во главе с владельцем холдинга. Тоже эффектно, но, конечно, не так, как в Америке.

Бельгия



Известный пивной бренд однажды провел в Бельгии самую, пожалуй, странную промо-акцию в нашей подборке. Арендванный заранее кинотеатр был заполнен суровыми брутальными байкерами. Пустыми остались только два места в центре зала — в самой гуще байкеров. Та парочка, которая все-таки отважилась занять свои места, получила в подарок пиво рекламируемого бренда и бурные аплодисменты. Ролик с необычным флешмобом обошел интернет — что от кампании, собственно, и требовалось.



ВАША ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ В УНИКАЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЯХ ИЗ СЕРЕБРА

ИСКУССТВО ЧЕРНЕНИЯ ПО СЕРЕБРУ КОГДА-ТО БЫЛО РАСПРОСТРАНЕНО ВО МНОГИХ ГОРОДАХ РОССИИ. ОСОБЕННО СЛАВИЛИСЬ ОТМЕННЫМ КАЧЕСТВОМ РАБОТЫ И УНИКАЛЬНОЙ ИЗЫСКАННОСТЬЮ РИСУНКА ПРОИЗВЕДЕНИЯ МАСТЕРОВ ГОРОДА ВЕЛИКИЙ УСТЮГ. С НАЧАЛА XX ВЕКА ВЕЛИКИЙ УСТЮГ – МЕСТО ТРАДИЦИОННОГО БЫТОВАНИЯ НАРОДНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОМЫСЛА «СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ» – ОСТАЛСЯ ЕДИНСТВЕННЫМ В МИРЕ ЦЕНТРОМ РУССКОГО ИСКУССТВА ЧЕРНЕНИЯ ПО СЕРЕБРУ.

В 2013 году промыслу исполняется 330, а Великоустюгскому заводу «Северная чернь» – 80 лет. Развивая традиции древнего ремесла, творческий коллектив предприятия «Северная чернь» сформировал самостоятельное, уникальное направление современного ювелирного искусства. Сегодня ЗАО «Северная чернь» – это крупное предприятие народного художественного промысла, специализацией которого является изготовление украшенных черневым рисунком изделий из серебра 925 пробы.

Можно смело сказать, что подобное производство – национальное достояние россиян. Каждое изделие выполнено мастерами-ювелирами вручную. Процесс изготовления и последующая обработка осуществляются с соблюдением старинной технологии. Одной из отличительных особенностей продукции уникального предприятия является отменное качество ее исполнения.

В настоящее время ЗАО «Северная чернь» выпускает около 2000 наименований изделий из серебра. Основу ассортимента, рассчитанного на самый широкий круг покупателей, составляет посудная группа и предметы сервировки стола, разнообразие и красота которых может удовлетворить самый изыскательный вкус. Широко представлены ювелирные украшения из серебра, предметы интерьера и сувениры разных стилевых направлений. Особая группа ассортимента – изделия религиозного назначения. Выполненные в строгом соответствии с канонами Русской православной церкви, они являются не только элементами культа, но и, зачастую, настоящими произведениями искусства. ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь» выполняет индивидуальные заказы Московской Патриархии и русских православных епархий.



На протяжении своей истории завод приобрел богатый практический опыт выполнения различных индивидуальных и специальных заказов. Кому не хотелось бы остаться в памяти благодарных потомков как основатель прекрасной коллекции фамильного серебра, которая будет пополняться наследниками посудой в аналогичном художественном стиле с вензелем зачинателя? ЗАО «Северная чернь» изготавливает по заказу предметы сервировки стола, украшенные желаемым вензелем, который гармонично вписан мастерами завода в неповторимую вязь самобытного рисунка. Вензель может быть изготовлен по эскизам заказчика или выбран из нескольких вариантов, предложенных профессиональными художниками предприятия. Для наиболее полного удовлетворения пожеланий в изготовлении изделий с вензелем в арсенале завода имеются разные технологии: гравировка, нанесение черни, позолота, оксидировка.

Сегодня традиция преподносить подарки стала неотъемлемой частью культуры деловых отношений. Особое внимание уделяется необычным, творческим подаркам, подчеркивающим утонченность вкуса их дарителей. Имиджевые VIP-подарки, изготовленные мастерами завода «Северная чернь», отличаются респектабельностью и особым статусом. Каждый подобный сувенир представляет собой настоящее произведение искусства, которое непременно придется по вкусу любой важной персоне. Также предприятие имеет богатый опыт изготовления корпоративных подарков и сувениров. Ювелирные изделия с вашим логотипом от завода «Северная чернь» - отличный способ напомнить о своей компании партнерам, отметить важных клиентов или поощрить сотрудников. ЗАО «Северная чернь» изготавливает уникальные награды и призы для различных мероприятий, конкурсов, спортивных соревнований, фестивалей.

Особой гордостью предприятия являются эксклюзивные изделия, предназначавшиеся в дар известным политикам, деятелям культуры, искусства и бизнеса.

«Северная Чернь» – это завод, который выпускает не просто изделия из серебра, но изделия, наполненные особым смыслом. Их создают самые настоящие художники и изготавливают вручную квалифицированные мастера, освоившие все традиции исконно русского народного промысла.

Удовольствие от обладания, радость от ношения и эстетическое наслаждение от использования – то, ради чего трудится коллектив ЗАО «Северная чернь», который в полном составе и на всех основаниях можно назвать творческим.

Закрытое акционерное общество
Великоустюгский завод
«Северная чернь»
www.sevchern.ru
+7(81738) 227-07, 259-12



The art of niello was widespread in Russia in former times. But nowadays it is almost lost. Severnaya Chern Factory in Veliky Ustyug keeps ancient trade traditions alive, developing and perfecting them. Unique silver goods, made by hand, may be called the best business souvenirs as well as true works of art.



ИЗ ЧЕГО ЭТО СДЕЛАНО?



Перед вами шариковая ручка «Ростов» из продукции отечественного производителя высококачественных пишущих инструментов марки «Салась».

Далее мы расскажем, почему выбирая ручку в подарок или для собственных нужд, стоит обратить внимание именно на представленное изделие.

Шариковая ручка «Ростов», как и остальные изделия данного производителя, делается из материалов и комплектуется частями, которые по своим качественным характеристикам отвечают самым строгим стандартам, а также запросам и пожеланиям будущих владельцев. Из чего же состоит это качество, и можно ли его ощутить в пользовании?

Корпуса ручек этой серии производятся из латуни или алюминия, в зависимости от покрытия деталей так, чтобы при гравировании изделия цвет нанесённой индивидуализации сочетался с цветом клипсы и других мелких деталей ручки. Как правило, производители подобных изделий более дешёвого ассортимента предпочитают вторично используемые материалы, лишившиеся свойств какого-либо конкретного металла или сплава. Это переработанный лом чёрных и цветных металлов, который, однако, хорошо подходит для изготовления изделий, не требующих от материалов особых свойств. Мы используем более дорогой металл определённой маркировки для того, чтобы последующие покрытия - никель, хром, золото - толщина которых на поверхности изделий составляет всего несколько десятых микрон, имели ровную и гладкую поверхность и давали при лазерной гравировке ровный цвет. Позолоченные детали ручек проходят двойную гальваническую обработку для увеличения стойкости к износу поверхностей, и производятся из золота наивысшей пробы (24K). Глянцевые хромированные детали покрываются тончайшей плёнкой из полиуретана (PU) для предотвращения появления царапин и большей износоустойчивости.

Внутри ручки расположен нажимной механизм, производства одного из крупнейших в мире изготовителей подобных изделий, тайваньского завода «Aquargu». В верхней части механизма расположена пружина, придающая ему большую плавность при нажатии и помогающая производить приятный на слух щелчок. Обе пружины шариковой

ручки «Ростов» изготовлены из нержавеющей стали, в отличие от изделий конкурентов, где пружины делаются из дешёвых сплавов. Наши пружины обеспечивают не только плавность нажатия и аккуратный возврат стержня и механизма в исходное положение, но и служат намного дольше.

Клипсы также производятся из нержавеющей стали, так называемой, пружинной стали, прошедшей специальную термическую обработку, за счёт которой металл приобретает эластичность без потери прочности.

Стержень ручки до 2013 года поставлялся по нашему заказу немецким производителем деталей пишущих инструментов, компанией «Hauser». Начиная с 2013 года ручки комплектуются металлическим стержнем увеличенного объёма, собранным на нашем производстве. Пишущий узел для стержней поставляет швейцарская компания «Premec», мировой лидер технологий в своей области. Мы закупаем технологическую новинку этого производителя - Floating ball® (плавающий шарик), отвечающий стандарту ISO 12757 G2 с шариком из карбида вольфрама (самого твёрдого металла на Земле) и толщиной линии 1,2 мм, а также соответствующие этому механизму чернила (ISO 12757-2). Благодаря этой новинке, писать нашими ручками станет ещё комфортней и приятней.

Длина линии, которую способен начертить этот стержень, не менее пяти километров.

Качество - не абстрактное понятие, а скучное перечисление свойств и возможностей, предоставляемых нам тем или иным продуктом. Тем не менее, изделие, произведённое из качественных материалов и частей, ещё не может называться качественным, если сам процесс его производства (сборки) не отвечает тем же высоким требованиям. Поэтому, прежде чем приступить к такому ответственному делу, мы изучили стандарты качества производств пишущих инструментов и построили производство, исходя из самых жёстких условий этих стандартов. Насколько это у нас получилось - судить вам, уважаемые пользователи. Следует помнить, однако, что шариковая ручка - инструмент для письма, и оценивать его качества можно только используя его по назначению, а не разглядывая картинки и рекламные проспекты, которые часто обещают больше, чем само изделие способно предоставить.

Приобретайте у производителя в Санкт-Петербурге:

“Остров Сокровищ”

т. (812) 318-18-90

info@finndesign.ru

**Зарегистрированный дизайн. №001351134-0003*



КАМНИ, ХРАНЯЩИЕ ВОСПОМИНАНИЯ

МЫ НЕ ЗНАЕМ, правду ли говорят легенды о древних камнях, хранящих память веков. Зато у нас есть силы и возможности воплотить эти легенды в жизнь здесь и сейчас. Технологии дают возможности для воплощения прекрасных идей и проектов. Таких, как линейка флеш-накопителей, внешних дисков, кард-ридеров и разветвителей от «Мастер Медиа». Как в древних легендах: камень хранит информацию, важную для своего владельца. Но это живая, воплощенная в жизнь легенда. Ее можно подарить, или купить для себя.

Не имеет значения, что легенды — лишь художественный вымысел. Они стоят того, чтобы воплотить их в жизнь!

Что такое «память камня»?

В легендах — нечто необъяснимое и мистическое. В реальности — электронные запоминающие устройства от известных производителей в корпусах из натурального обсидиана ручной работы. В числе наших поставщиков:

- Transcend (Тайвань) — ведущий производитель цифровых запоминающих устройств. Славится исключительной надежностью продукции;
- Western Digital (Калифорния, США) — крупнейший в мире производитель компьютерной электроники и комплектующих;
- Seagate (Питтсбург, США) — один из самых именитых производителей устройств хранения данных.

В ассортименте — запоминающие устройства всех актуальных форматов.

Флешки USB 2.0 и USB 3.0 в нескольких дизайнерских исполнениях. Жесткие диски форматов 2,5" (стандартный и более тонкий вариант «Slim» с интерфейсом USB 2.0 и USB 3.0) и 1,8" («Mini»). Кард-ридеры для считывания информации с карт памяти смартфонов и фотоаппаратов, а также USB-разветвители.

- Обсидиан, из которого сделаны корпуса устройств от «Мастер Медиа», обрабатывается вручную, сохраняя неповторимую фактуру натурального камня.
- Отличие в весе от обычного пластика — незначительно. Но — достаточно, чтобы почувствовать благородную тяжесть в руке. Той, которой всегда не хватает дешевым материалам.
- В работе — долговечны и надежны благодаря ювелирной подгонке элементов и отличной электронной «начинке».
- Поставляются запоминающие устройства от «Мастер Медиа» в оригинальных футлярах из цельного красного дерева — африканского махагони, а само устройство укладывается на ложемент из замши.



Кому можно подарить гаджет в обсидиановом корпусе?

Символический подарок для бизнесмена или руководителя предприятия.

Профессия руководителя любого ранга — это в значительной мере работа с информацией. Можно ли лучше оценить ее важность, чем подарить эксклюзивный носитель информации из ценного камня?

Хороший тематический подарок для человека, увлеченного современными технологиями.

Когда адресат подарка — профи, самые современные устройства появляются у него сразу после релиза. Но продукция от «Мастер Медиа» — эксклюзивна. Это больше, чем модный гаджет. Это безусловно больше, чем просто носитель для нескольких гигабайт информации.

Удачный подарок сотрудникам от имени руководства компании.

Эксклюзивные подарочные флеш-накопители и съемные диски, которыми сотрудники будут пользоваться каждый день, способны укрепить корпоративный дух, усилить ощущение причастности к единой команде.

Станьте героем собственной легенды!

В 2013 году «Мастер Медиа» открывает новую страницу в летописи о камнях, которые умеют хранить воспоминания. Флеш-накопители получили новые формы и позолоченные USB-разъемы, а жесткие диски вышли в двух новых форматах: «Mini» (1,8 дюйма) и ультратонкие «Slim» толщиной всего 14 мм! Кроме того, съемные диски от «Мастер Медиа» теперь, как и флешки, комплектуются изящными кожаными чехлами.

Героем этой легенды можете стать вы. Каждый владелец флешки или съемного диска из натурального камня пишет свою легенду. Важная для него информация хранится надежно и неприкосновенно, оберегаемая благородным камнем.

**Компания «Мастер Медиа», Москва,
(495) 988-52-13**

**www.master-media.ru
info@master-media.ru**





**ЗАО МЫТИЩИНСКИЙ ЗАВОД
«ВОЕННЫЙ ЗНАК»**

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

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



Больше эксклюзива!

Компания "ФлэшМастер", лидер по внедрению различных новинок на рынок сувенирной электроники предлагает вашему вниманию новейшие технологии производства USB-накопителей, которая позволяет в разумные сроки и за очень разумные деньги создавать уникальные по детализации корпуса из мягкого высококачественного материала. Данная технология применима и к другим видам изделий, требующих тончайшую проработку формы, таких как сложные 3D логотипы, мини-копии продукции компаний и других сувенирных изделий со сложной детализацией.



Красивой идее — идеальную реализацию!

Добро пожаловать к нам!

Группа компаний "ФлэшМастер"
www.flashmasterltd.ru
тел./факс +7 495 660-31-43
тел. +7 495 510-71-67
e-mail: info@flashmasterltd.ru



Компания ЭКОТЕЛЬ
производит полотенца с логотипом на собственном оборудовании



тел.: (495) 796-9539 ecotel21@inbox.ru
www.ecotel21.ru

**ЛЮБАЯ
РЕКЛАМА
НА ПОЛОТЕНЦАХ**

**ГИБКИЕ
СИСТЕМЫ
СКИДОК
ДЛЯ
РЕКЛАМНЫХ
АГЕНСТВ**



www.polotence.net
www.maxra.ru
atrium-1@mail.ru
atrium04@inbox.ru (499)317-35-81, 317-35-77

ПРЕДЛАГАЕМ ОЗНАКОМИТЬСЯ С НОВЕЙШИМИ МОДЕЛЯМИ 2013 ГОДА
USB НАКОПИТЕЛЕЙ ПОД НАНЕСЕНИЕ ЛОГОТИПА



Уникальная модель с поворотно-выдвижным механизмом. Постепенное выдвижение коннектора по мере поворота корпуса. Абсолютно гладкий, глянцевый корпус идеален для нанесения логотипа методом тампопечати или полноцветной запечатки на принтере.

- Интерфейс 2.0
- Скорость воспроизведения: чтение ± 30 Мб/с, запись ± 10 Мб/с
- Объем памяти накопителей 2Гб - 4Гб - 8Гб - 16Гб - 32Гб - 64Гб
- Гарантия на USB накопители 24 месяца.

+7 495 646 09 08





— СЕРГЕЙ КНЯЗЕВ —

основатель и генеральный продюсер группы компаний «КнязевЪ».

В нее входят: PR-агентство, Event-агентство по организации корпоративных праздников и деловых событий, Свадебное агентство, Агентство частных VIP праздников, интернет портал Event-Forum.ru, Авторская школа для event-менеджеров. Образование: первое - историк, второе - психолог

Три способа бездарно потратить деньги на PR

ИСТОРИЯ О ТОМ, КАК МЕНЕДЖЕРЫ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ КОРПОРАЦИЙ РАСПЫЛЯЮТ НА ВЕТЕР ОГРОМНЫЕ СРЕДСТВА ВЛАДЕЛЬЦЕВ ЭТИХ КОРПОРАЦИЙ.

И ТАК, зададимся вопросом: каким в российском бизнесе видят event (событие)?

Да ничего особенного, видят его, как и везде, в двух ипостасях:

- event в PR сфере видят как удобный и экономичный инструмент для продвижения на рынок брендов, продукции или услуг,
- event во внутренней жизни компаний видят как удобный инструмент для мотивации сотрудников на активный труд.

Иными словами, если российскому бизнесу нужно улучшить продажи, устраивается красивое шоу для целевой аудитории – PR-акция. А если нужно улучшить эффективность труда сотрудников, устраивается шоу для всего коллектива – корпоративный праздник.

В этом мы русские ничем не отличаемся от представителей бизнеса любой другой страны. Но только в этом, а вот в подходах к организации ивентов (так теперь стали именовать этот термин в русском языке) мы, как всегда в нашей стране, идем своим **ОСОБЫМ** путем. Он страшно не продуктивен, но это никого не смущает, ибо свой особый путь и предполагает необычные подходы ко всякой деятельности, почему же ивенты должны стать исключением?

В чем же проявляется наш особый подход к организации ивентов?

Давайте разберем в этот раз только особенность PR-событий, где можно выделить 3 основных способа **ОСОБЕННО** бездарно потратить деньги:

СПОСОБ 1

Заключается он в том, чтобы поручить подобрать поставщика PR-услуг менеджерам ОТДЕЛА ЗАКУПОК.

Замечательная идея проводить подбор всяких поставщиков через систему тендеров, дабы избежать коррупции и нехороших альянсов между поставщиками услуг и менеджерами корпораций, привела к тому, что ОТДЕЛЫ ЗАКУПОК усилили коррупцию в разы и довели систему откатов до великолепно отлаженного механизма.

Нет, конечно, и раньше случалось, что некоторые менеджеры отделов маркетинга и рекламы крупных и средних корпораций пытались распределять заказы на проведение PR-акций между агентствами путем поучения скромной компенсации. Однако эти менеджеры несли ответственность за конечный результат любой PR-акции и потому в первую очередь интересовались креативом предложенного продукта, думали об эффективности,

выстраивали цепочку между уже проведенными PR-акциями и теми, что будут устраиваться в ближайшем или отдаленном будущем. Совсем другое дело менеджеры отделов закупок, коим не приходится нести ответственность за конечный результат, зато очень легко отчитываться за проведение тендеров, в коих побеждают самые «экономные» поставщики.

Хозяйственники взялись за тендеры со свойственной им хозяйской хваткой и сразу отсеяли наиболее профессиональные event-агентства, которые не смогли пройти порог тендерных отборов по экономическим показателям. Если в PR-агентстве работают специалисты высокого уровня с соответствующими их уровню зарплатами, этому агентству не светит победить в тендере даже с суперэффективной идеей PR-акции.

Среди агентств, где нет в штате опытных, думающих специалистов, хозяйственники отделов закупок быстро вычислили те агентства, которые готовы дать солидный откат ради вождя заказ и таковым вручили «ключи» от победы в тендерах.

Теперь деньги тратятся корпорациями на PR-акции в не меньших количествах, нежели раньше, в период ДО ТЕНДЕРОВ, однако, нынче значительная их часть оседает в карманах менеджеров отделов закупок, а осталь-

ные деньги с минимальной эффективностью осваиваются слабенкими PR-агентствами.

ВЫВОД: Чем дольше будет существовать система проведения тендеров и их проведением будут заниматься хозяйственники отделов закупок, тем больше будет потрачено денег бездарно.

СПОСОБ 2

Заключается он в отторжении креативных идей PR-акций. Ужасающий поток серых, невыразительных PR-событий уже несколько лет уносит в «PR-канализацию» огромные средства различных компаний и банков, крупных и средних корпораций.

Причин этому явлению две:

1. Одна находится в головах маркетологов и рекламистов, работающих в офисах корпораций и банков. Маркетологи и рекламисты отторгают любые смелые, креативные решения PR-агентств потому, что они боятся «как бы чего не вышло». Чем креативнее идея, тем сложнее механизм отчетности. О том, что им нужно отчитываться за потраченные деньги эти специалисты очень хорошо помнят и выбирают шаблонные PR-акции потому, что за них легко отчитаться. Таким образом, корпорации, коим жизненно необходимы креативные, а значит эффективные PR-события, получают весьма слабенький продукт.

2. Другая находится в головах уже упомянутых выше менеджеров отделов закупок. Причина отторжения креативных PR-акций этими тружениками компаний и банков в том, что они привыкли устраивать тендеры для поставки таких продуктов, которые имеют четкие свойства, например: писчая бумага, офисная мебель, моющие средства для уборки офисных помещений и т.п. Хозяйственники четко и просто отбирают поставщиков туалетной бумаги или авторучек, но встают в ступор, когда нужно отобрать поставщиков творческого продукта, т.е. тех, кто будет устраивать событие для некой целевой аудитории, чтобы стимулировать эту аудиторию на активные покупки. Таким образом, крупные и средние корпорации, тратят немалые средства на услуги тех поставщиков (event-агентств), которые принесли

их хозяйственникам простые, а чаще примитивные идеи, которые может осмыслить даже их неискушенный мозг.

ВЫВОД: Чем дольше будет существовать система двойного отсева настоящих креативных и эффективных идей PR-акций в головах маркетологов и хозяйственников, тем больше корпорации будут бездарно тратить деньги на свой PR.

СПОСОБ 3

Заключается этот способ в том, что бы вообще не тратить рекламные бюджеты на один из самых эффективных и экономичных инструментов решения маркетинговых и рекламных задач – на PR-акции.

Проблема здесь кроется в том, что многие владельцы и руководители крупных и средних корпораций не бьют тревогу, когда в планируемых бюджетах на рекламу, вообще отсутствуют расходы на PR. Ну, отсутствуют и ладно, значит, наверное, наши маркетологи и рекламисты считают, что обойдемся без PR-акций.

Увы, это говорить лишь о том, что для продвижения на рынок товаров или услуг будут использоваться лишь традиционные рекламные инструменты: теле реклама, реклама в СМИ или наружная реклама. А вот инструмент под названием PR, который позволяет быстро и эффективно, а главное экономично, решать задачи продвижения, использоваться не будет. Иными словами, такой подход можно сравнить с гонками на Формуле 1, где все автомобили оснащены традиционными опциями и лишь самые продвинутые гонщики оснащают свои автомобили дополнительной опцией, позволяющей увеличить шансы на победу. Когда корпорации отказываются от использования PR-акций, они уподобляются тем гонщикам, которые пытаются победить без дополнительной опции.

Вывод: Чем дольше корпорации и банки отказываются от PR-событий, тем меньше оставляют себе шансов получить на рынке конкурентное преимущество и больше тратят, чтобы добиться желаемого эффекта обычными способами.

ОБЩЕЕ РЕЗЮМЕ ТАКОВО:

Event вовсе не является чем-то уникально новым или особенным в рыночных процессах ибо используется

уже на протяжении веков многими поколениями бизнесменов и грамотных руководителей. Еще в древнем Египте купцы устраивали яркие представления (PR-акции) на рыночных площадях, дабы привлечь большее число покупателей (увеличить целевую аудиторию) и обеспечить её лояльность, стимулировать покупательский спрос. Еще в древнем Риме парламент и цезарь строили Колизей и амфитеатры, в коих устраивали яркие гладиаторские бои и театральные зрелища (корпоративные праздники), ибо свято соблюдали формулу «Хлеба и Зрелищ», чтобы обеспечить лояльность тех, кто в поте лица трудился во имя величия Рима. В наши дни сотни тысяч корпораций во всем мире используют ультрасовременные технологии для организации PR-событий, как мощных инструментов в конкурентной борьбе на рынке. Тысячи корпораций используют корпоративные праздники в качестве тонких инструментов для мотивации сотрудников на ударный труд. И это не случайно, т.к. уже давно владельцы бизнеса оценили эффективность этих предельно экономичных инструментов.

Но только в России, почему-то, умудряются либо вовсе не использовать PR и корпоративы, игнорируя успешный мировой опыт, либо использовать, но с ужасающим перерасходом, с бездарным распылением огромных средств.

P.S. Формат статьи не позволяет мне раскрыть еще одну тему, которая схожа с той, что вынесена в заголовок. Я бы с готовностью раскрыл читателям «ТРИ СПОСОБА БЕЗДАРНО ПОТРАТИТЬ ДЕНЬГИ НА КОРПОРАТИВ», но, возможно уже в другой раз, если пожелает редакция замечательного журнала «Лидер МАРШ».

Сергей Князев





— ЕЛЕНА ИВАНОВА —

кандидат психологических наук, руководитель Службы конфликтологического консультирования и медиации, доцент кафедры конфликтологии философского факультета СПбГУ.

ЧТО МЫ ПОЛУЧАЕМ В БИЗНЕСЕ?

ПРОДОЛЖЕНИЕ. НАЧАЛО СМ. «ЛИДЕР МАНП» . - № 29. – С. 42-45

МНЕ ОЧЕНЬ НРАВИТСЯ высказывание Чарльза Каррасса о том, что в бизнесе мы получаем не то, чего заслуживаем, а то, о чем договорились. В нем я вижу как минимум два принципиально важных аспекта. Я постоянно сталкиваюсь с ними как медиатор или ассистент клиентов, помогающий им в переговорах. Первый аспект говорит о том, что именно от мастерства партнеров по переговорам зависит то, чем это взаимодействие для них закончится как в бизнесе, так и в других сферах. Второй аспект подчеркивает важность «справедливости» распределения благ для сторон конфликта. По моему опыту, борьба за справедливость часто радикально перевешивает в нашей стране основную цель предпринимательства – «извлечение прибыли».

Наши бизнесмены, продолжающие славные традиции «страны героев», бьются за великую ценность справедливости гораздо более упорно, чем за какие-то жалкие миллионы. Каждый считает, что «я должен иметь то, что заслуживаю», а точнее – «другой должен мне дать то, что я заслуживаю». То, что я заслужил – мое по определению.

История человечества многократно доказала преимущество стороны, ведущей войну на своей территории, справедливой войны. Беда в том, что справедливость каждый понимает по своему, а отстоять ее для каждого – дело чести. Две справедливые войны сразу оказываются особенно отчаянными, а иногда и кровопролитными. Как недавно сказал нам один из бизнесменов, находясь на грани катастрофы: «Если я уступлю, я перестану себя уважать». К счастью, нам как медиаторам удалось помочь клиенту найти способ, позволивший ему не потерять ни бизнес, ни самоуважение.

Значимость второго аспекта часто искажает и понимание первого, в результате чего идея мастерства переговоров сужается искусства силового подавления или искусного манипулирования. «Научите нас манипулировать другими!» – самый популярный запрос на бизнес-тренингах. «Ум, честь и совесть нашей эпохи» с гордостью и энтузиазмом используются для того, чтобы лишить «плохого» оппонента несправедливо захваченных ресурсов.

В современных условиях участникам переговоров очень часто приходится сталкиваться с ситуацией, когда один или каждый из партнеров пытается удовлетворить собственные интересы за счёт другого партнера, вопреки его собственным намерениям и без учёта его интересов. Взаимодействие такого типа, называемое переговорами с позиции силы, жёсткими, переговорами принуждения – очень распространённая форма ведения обсуждения проблем в бизнесе, политике, административных и межличностных ситуациях.

Конечно, само по себе участие в переговорах лучше, чем варварское силовое воздействие вплоть до физического, экономического или морального уничтожения конкурента. В переговорах можно говорить, скорее, о психологическом воздействии, которое многими авторами обозначается термином «прессинг» в отличие от непосредственного физического, или материального, воздействия. Поэтому переговоры вовсе не обязательно предполагают отсутствие применения насилия со всеми вытекающими из этого последствиями. Юридическое решение ситуации также приводит к результатам типа «выигрыш-проигрыш», если одному из оппонентов повезет,

или «проигрыш-проигрыш», если не повезет обоим. Правда, второй вариант нередко воспринимается как выигрыш, если враг проиграл больше. Например, если оба бизнесмена в результате долгого ожесточенного конфликта обанкротились, то выигравшим считает себя изначально более бедный.

Работая с конфликтом, медиаторы считают первоначальные тенденции в поведении сторон и выявляют стоящие за ними интересы и опасения. Отрабатывая эмоциональные блоки и помогая сторонам сформировать более объективное общее видение происходящего, медиаторы переориентируют их с противостояния в направлении поиска неучтенных ресурсов, дающих возможности большего учета интересов друг друга. Это составляет основу достижения реалистичного, удовлетворяющего обе стороны соглашения, обеспечивающего прочное разрешение проблемы.

Естественным образом возникает вопрос: если все так просто и логично, почему же сами стороны не используют эти возможности и переживают все неблагоприятные последствия сорванных переговоров или не удовлетворяющих их договоренностей?

Проблема в том, что сторонам, вовлеченным в конфликтное взаимодействие, крайне сложно пройти по этому пути самостоятельно. Они испытывают влияние многообразных коммуникативных искажений, которые не позволяют участникам переговоров видеть происходящее объективно, не говоря уже о способности понять и проанализировать точку зрения партнера.

Приверженность к использованию принуждения в той или иной форме в переговорах усугубляется действи-

ем неосознаваемой психологической защиты, приводящей к двойным стандартам в оценке партнёра и самооценке поведения в переговорах, способствующей эскалации давления и манипулирования. Чрезвычайно типичной является ситуация, когда один из партнёров искренне возмущается неконструктивным поведением другого в переговорах, не замечая, что сам беззастенчиво давит на него и манипулирует им, считая, что сам является образцом этичности и сотрудничества.

Примером сложностей, которые встают перед участниками переговоров, может стать следующий случай (естественно, трансформированный в целях сохранения конфиденциальности).

Нестор Иванович 3 года арендовал половину здания, владельцем которого являлась Антонина Петровна. На этих площадях у него располагается издательство, оборудование и все необходимые службы. У партнёров были хорошие отношения, арендатора устраивало помещение, местоположение, арендная плата и т.п. Он планировал оставаться в этом здании еще как минимум несколько лет. Нестор Иванович исправно платил за аренду, а Антонина Петровна по устной договоренности не повышала арендную плату. Каждый год договор аренды возобновлялся, чтобы минимизировать налоги. Чтобы обеспечить бесперебойную работу издательского оборудования, Нестор Иванович произвел дорогостоящий ремонт с заменой электропроводки и других электроприборов во всем здании, так как невозможно было сделать это только в его половине.

Неожиданно к договору очередного перезаключения договора Антонина Петровна потребовала повышения арендной платы почти в полтора раза. Это возмутило Нестора Ивановича до глубины души. По его пониманию, была договоренность о стабильных условиях аренды на 5 лет. В остром разговоре Нестор Иванович попытался призвать Антонину Петровну к порядочности, вспомнить про его вложения, тем более, что если бы не ремонт, арендуемые площади стоили бы гораздо меньше. Однако Антонина Петровна не только не захотела «в ножки поклониться» Нестору Ивановичу за бескорыстную инициативу, как он ей предложил. Напротив, она заявила, что никак не ожидали такой наглости со стороны Нестора Ивановича. Она

и так в течение трех лет не повышала плату просто их хорошего отношения к нему. Как можно требовать возмещения за ремонт, который он сделал по собственному желанию, никто его не просил, он был нужен ему самому. Антонина Петровна предложила Нестору Ивановичу сказать ей спасибо, что она этот ремонт разрешила и терпела грязь и неудобства. Нынешняя арендная плата ниже средней в сходных условиях. То, что она предложила – совсем не верхний предел, это очень даже побожески! Никакими документами обеспечения не подтверждены. Не нравятся – пусть ищет себе другое место.

В начале медиации стороны кипели праведным гневом, когда рассказывали свое видение ситуации. Нестор Иванович сказал, что готов демонтировать все, что возможно, кондиционеры и проч. Посмотрим, за какую плату тогда Антонина Петровна сдаст свои помещения! Его особенно возмущало, что Антонина Петровна поставила его перед фактом в последний момент. Он полагал, что она рассчитывает переить его, как мальчика, к стене, понимая трудности при срочном демонтаже оборудования, сворачивания бизнеса и переезде. Но ей это не удастся, гордо заявил Нестор Иванович.

Антонина Петровна недоумевала, что Нестор Иванович реагирует на ее совершенно справедливое требование так неуравновешенно. В отличие от него, когда она известила о повышении стоимости площадей всех арендаторов, большинство из них спокойно согласились платить больше. Они как нормальные люди прекрасно поняли объективные законы рынка. Все его доводы и шантаж – детский разговор. А у нее серьезный бизнес, это ее недвижимость, и не ему решать, сколько она должна стоить!

В ходе работы со сторонами в совместной сессии и в отдельных конфиденциальных беседах с ними медиатору удалось помочь сторонам понять друг друга и оценить объективные последствия разрыва деловых отношений между ними. В разговоре с Антониной Петровной медиатор предположил, что для изменения размера арендной платы была какая-то существенная причина. Она призналась, что ей срочно нужна крупная сумма денег для того, чтобы отправить сына учиться в Лондон, что было их давней мечтой. Сейчас есть замечательная возможность. Если не внести плату за обучение в течение 2 месяцев, то она

вырастет вдвое. А поскольку Антонина Петровна воспитывает сына одна, такие траты для нее проблематичны. Кредит в данный момент она взять не может. В ответ на вопрос медиатора Антонина Петровна сказала, что опасается сказать о своих потребностях Нестору Ивановичу, так как он, как мужчина, посчитает это не деловым аргументом, а женской слабостью, тем более, сейчас, когда отношения так обострились.

Антонина Петровна понимала, что весь ее план рухнет, если Нестор Иванович не захочет остаться. Найти такого крупного арендатора, как Нестор Иванович, или нескольких более мелких на занимаемые им площади – вопрос непростой, требует времени, так что существенные финансовые потери будут неизбежны. Более того, конкретные подсчеты вместе с медиатором показали, что даже если Нестор Иванович останется и примет повышенные арендной платы, то денег все равно не хватит. Антонина Петровна, осознав с помощью медиатора, что для Нестора Ивановича очень важно уважение и справедливость, решила рискнуть и сообщить ему о своих затруднениях и попросить помощи в их преодолении, пойдя ему в вопросе об оплате ремонта и отсрочке увеличения стоимости аренды навстречу.

Нестор Иванович в индивидуальной беседе с медиатором признался, что переезд их такого удачного по расположению и приспособленного места в данный момент для него – почти катастрофа. Это приведет к потере заказчиков, срыву контрактов, не говоря уже о необходимости поиска нового места, демонтажа и установки оборудования с неизбежными потерями и т.д. Конечно, эти потери во много раз превысят требуемое увеличение расходов на аренду. Нестор Иванович сказал, что его дело идет хорошо, деньги в настоящий момент есть, но он считает, что потакать наглým необоснованным требованиям нельзя. Это дело принципа. Если бы Антонина Петровна заранее, месяцев за шесть, предупредила о необходимости коррекции суммы в связи с подорожанием на рынке, у него было бы время для нормального выбора, без давления, принять эти условия или уйти. Кто даст гарантию, что Антонине Петровне не взбредет в голову удвоить плату через два месяца или придумать что-то еще?

В последующей совместной сессии в ответ на информацию Антони-



ны Петровны Нестор Иванович с достоинством выразил готовность помочь. Время от времени в ходе обсуждения возникали осложнения, эмоциональные всплески, угрожавшие достижению соглашения, но с помощью медиатора сторонам удавалось их преодолевать. Они договорились о том, что Нестор Иванович одновременно выплатит необходимую Антонине Петровне сумму в счет будущей арендной платы, которая не будет повышаться полгода. Антонина Петровна признала полезность проведенного Нестором Ивановичем ремонта электрооборудования. Большая часть стоимости ремонта была учтена как авансовый платеж за занимаемые Нестором Ивановичем площади. Партнеры конкретно договорились о периоде, в течение которого новый размер арендной платы не будет изменен, графике распределения выплат и ряде других вопросов.

Соглашение было выполнено, стороны сохранили партнерские и человеческие отношения.

Приведенный выше случай может служить иллюстрацией влияния многих типичных коммуникативных искажений, возникающих у сторон конфликта, на ход переговоров. Вовлеченность в конфликт приводит к тому, что восприятие, мышление, целеполагание, поведение участников конфликтов подвергается значительному искажению. Более того, эти искажения, как правило, не осознаются самими участниками конфликта. Напротив, наблюдение ими аналогичных неблагоприятных изменений в других в оппонентах приводит к еще большему возрастанию враждебности за счет ощущения нечестности и несправедливости противоположной стороны. Очень часто без помощи медиатора собрать полноценное, чистое представление о ситуации, преодолев описанные выше искажения, оказывается практически невозможно. Это не позволяет сторонам принимать по-настоящему выгодное для себя решение.

Узкий подход к пониманию причин, обстоятельств, мотивов поведения в конфликте широко распространен, и при обострении ситуации он особенно усугубляется. Каждый из участников конфликта, как правило, предпочитает, чтобы с ним самим договаривались «по-хорошему», с учетом

его личных особенностей и разнообразных потребностей. Если каждому в группе людей задать вопрос, чего ему не хватает в конфликтной ситуации, то самый типичным ответом будет - твердости. А на вопрос, чего хотелось бы от других, обычно отвечают - больше мягкости, гибкости.

У каждой из сторон в конфликте область, которая выделяется в зону особого внимания, может быть своей, отличающейся от того, что становится доминантой для другой стороны. Остальные аспекты затушеваются, делаются несущественными. Чаще всего именно так и происходит, поэтому видение ситуации сторонами оказывается совершенно различным, и у оппонентов не обнаруживается ничего общего между собой.

Восприятие и мышление в конфликте искажаются следующим образом:

Растет избирательность восприятия, четко воспринимаются только «полезные», приятные факты, говорящие о собственной правоте, благородстве и т.д. В отношении неприятных фактов происходит противоположное искажение, они либо не замечаются, либо оцениваются как незначимые. Правилom является то, что у сторон, находящихся в конфликте, так же, как у влюбленных, резко сужается видение мира, сосредотачиваясь на определенной личности и ряде связанных с ней аспектов, причем под очень субъективным углом зрения. Мы наблюдаем здесь еще одно подтверждение классической идеи о том, что от любви до ненависти один шаг. Аффективный заряд антилюбви приводит к тому, что точка зрения каждой из сторон превращается в застывшую «мертвую точку», с которой невозможно сдвинуться.

Делается акцент на угрозу. Все неблагоприятные или оцениваемые как неблагоприятные факты о враждебных действиях другой стороны и складывающейся ситуации преувеличиваются. Данные, говорящие о добрых намерениях и конструктивных усилиях другой стороны игнорируются.

Происходит несоразмерное увеличение раздражающих свойств оппонента, остальные качества его личности, напротив, уменьшаются.

Нарушается восприятие причинности во времени. Развивается так называемая «когнитивная близоруч-

кость», в результате чего утрачивается способность проследить будущие последствия собственных поступков.

Нарушается восприятие времени. В воспоминаниях искажается последовательность событий. Возникает стойкое впечатление, что «он первый начал», «именно он вынуждает меня предпринимать такие шаги» и т.д. Становится важным доказать, что виноват другой, моя реакция справедлива, а нарушение восприятия последовательности помогает реализовать это намерение.

Происходит упрощение, уплощение восприятия и мышления. Сложные вещи и ситуации воспринимаются слишком упрощенно. Враждебный мир, оппонент и его окружение, его поступки видятся в черно-белом цвете, оттенки, нюансы пропадают. Вернее, усилия оппонента видятся в черном цвете, а собственные действия - белоснежно чистыми. Если в нормальном состоянии человек способен воспринимать мир, видя в нем разные краски и оттенки, то теперь он превращается в черно-белый, а то и попросту черный. Часто, находясь в конфликтной ситуации, мы не только отделяем своего дьявола-искусителя от себя, но и помещаем его внутрь своего оппонента, отчего тот сам превращается в дьявола. Ну а мы сами? Мы претендуем на роль праведников.

Происходит фиксация на определенных установках, сформированных на неполноценных данных восприятия и ложной интерпретации, через которые впоследствии фильтруются все события, усугубляя субъективность понимания происходящего.

Происходит следующее искажение чувств, эмоций:

Растет чувствительность, ранимость. Легко возникают обиды по самым незначительным поводам. Легко возбуждается ощущение несправедливости и желание отомстить, взять реванш.

Растет неуверенность. Человек испытывает недостаток безопасности и пытается обрести ее, часто используя для этого самый лучший способ защиты — нападение, агрессию.

Растет недоверие. Любая неопределенная информация трактуется как отрицательная, самые благие намерения оппонента трактуются в лучшем случае как хитрость.

Парадоксально растет нечувствительность. Тогда как собственная



ранимость возрастает, возникает эмоциональная тупость в отношении переживаний, проблем и человеческих проявлений оппонента.

Растет поляризация положительных и отрицательных качеств. Естественно, все положительные качества приписываются себе, а конфликтный партнер, оппонент становится антиподом, носителем исключительно отрицательных качеств, против которого просто грех не бороться. В конфликте, особенно, если он сильно затрагивает эмоционально, очень легко происходит превращение наших оппонентов, противников из «тварей божьих» в просто тварей.

Усиливается изоляция. Участники конфликта обрастают панцирем, они изолируются друг от друга все больше и больше, их чувства становятся друг для друга непонятными. Люди становятся зависимыми от собственного настроения и теряют свободу воли.

Еще одна область, которая подвергается значительному искажению, - это

способность к формулированию целей и конструктивным действиям.

Усугубляется односторонность. Суженное видение ситуации порождает узкую постановку цели и рост категоричности и радикальности намерений.

Происходит застытие позиций и заикливание на каких-либо вопросах, связанных с конфликтом.

Развивается фанатизм. Победа над противником видится как единственно возможная и благородная цель.

Углубляется воздействие конфликта. Все больше затрагиваются глубокие, бессознательные уровни личности.

Искажению подвергается и поведение участников конфликта.

Происходит обеднение поведенческого репертуара, действия приобретают односторонность.

Огрубление поступков. Человек позволяет себе такие действия и высказывания, которых в нормальной ситуации не допускает.

Иррационализация поведения. Все чаще участники конфликта начинают «сначала делать, а потом думать».

Возникает несоответствие результатов действий исходным намерениям участников. Последствия оказываются гораздо более жесткими и вредными для противоположной стороны или вообще иными, чем предполагалось. В результате наблюдается неприятие ответственности за непреднамеренные

последствия по типу: «а что я такого сказал», «нормальный человек и внимания не обратил бы на это», «ну кто ж знал, что он повесится».

«Демонизация». Поскольку результаты часто не совпадают с осознанными намерениями, то они часто и вовсе не замечаются, возникают так называемые «демонические зоны», где события развиваются стихийно, словно бы без всякого участия самого человека, вовлеченного в конфликт. Естественно, таким образом, это видится только с его стороны.

Медиатор помогает в конфликте выявить влияние фильтров, через которые мы процеживаем получаемую информацию, в результате чего она может подвергаться сокращению и искажению

“Люди не дураки.”- любила говорить одна из моих коллег, и я совершенно согласна с этой гениальной в своей простоте мыслью. Откуда же тогда все эти стрессы, бессонные ночи, сердечные приступы и другие досадные спутники конфликтов? Почему многие вынуждены поступаться своими интересами, если искренне хотят договориться “по-хорошему”? Что нам мешает понять свои интересы и интересы партнера? О многих причинах мы уже говорили. Здесь и установки, и сужение сознания в конфликте, и эмоциональная вовлеченность, одержимость сиюминутным желанием, и так далее. Здесь, конечно, и незнание различия между интересами и позициями и плохое знание себя или партнера.

К сожалению, очень часто сложность состоит в том, что для урегулирования конфликта необходимо работать именно с истинными интересами сторон, которые для этого сначала надо осознать или узнать.

Людам часто хочется того, что на самом-то деле не совпадает с их истинными интересами или даже противоречит им. Наверное, вам знакома ситуация, когда вы добивались чего-либо с большим упорством, принося для этого многочисленные жертвы, “тратя нервы”. Но когда вы получали то, чего хотели, то разочарованно обнаруживали, что это совсем не то, что нам на самом деле надо, и недоумевали, что же теперь с этим делать.

Расшифровка позиций и распознавание стоящих за ними интересов - это одно из самых важных умений,

которое необходимо для успешного разрешения конфликтов и ведения переговоров.

Медиатор помогает сторонам понять, что они чувствуют, и соответственно, чего они хотят. Процедура медиации позволяет так использовать это знание, чтобы не получить от партнера по переговорам “по самому большому месту”.

Меня до сих пор вот уже больше 20 лет каждый раз поражает и вдохновляет продолжать работу в области конфликта волшебное превращение унылого или враждебного тупика в тоннель со многими ответвлениями, в конце каждого из которых виден свет. Остается только выбрать наилучший выход, рассчитав его длину, качество дорожного покрытия, расходы по его прохождению, требуемые ресурсы, направление хода и, конечно же, пункт прибытия. А потом договориться о координатах усилий с бывшим противником, а ныне партнером и двигаться к желанной цели.

Доброго пути!

Служба конфликтологического консультирования и медиации.

Фонд развития конфликтологии

Санкт-Петербург,

Менделеевская Линия, д.5

+7(812) 993-76-92, по рабочим дням

с 10 до 18.00

elenaiv1@mail.ru

<http://mediationhelp.spbu.ru>





— АЛЕКСАНДР ГАСПАРОВ —

Генеральный директор ООО «Агентство Гармония», www.agprint.ru

ВСЛЕД ЗА ВНУТРЕННИМ ГОЛОСОМ

ТОЛЬКО ОТБАРАБАНИЛИ НОВОГОДНИЕ ЗАКАЗЫ, ОТДЫШАЛИСЬ, РАЗОСЛАЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО 23 ФЕВРАЛЯ И 8 МАРТА, ТОЛЬКО НАБРАЛИ ВОЗДУХ, ЧТОБ ГРОМКО И ЧЕТКО ОТВЕЧАТЬ ПО ТЕЛЕФОНУ : «ДА, ЕСТЬ! ДА МОЖЕМ! ДА, УСПЕЕМ....», КАК ЧТО-ТО ВНУТРИ СЖАЛОСЬ И ПОПРОСИЛО ОСТАНОВИТЬСЯ. «СЛУШАЙ, НЕ ПОДВОДИ МЕНЯ», — ПОПРОСИЛ Я СВОЁ ВНУТРЕННЕЕ Я. МОЁ Я ОТВЕЧАТЬ НЕ ХОТЕЛО...

ВНУТРЕННИЙ голос подсказывал, что пора расставить приоритеты, расслабиться, подумать о том, что в данный момент для тебя важнее. Наверное, это не ответы на часто пустые запросы, выдуманные и несуществующие в природе, но в воображении заказчика - сувениры! Это приходящая и уходящая работа, вежливые отказы от кулера и питьевой воды для офиса, объяснения, что тебе не нужна заправка картриджей и бухгалтерские программы... И тут я решил всё бросить и, и с супругой уехать в Индию на месяц, посвятив себя медитации и расслаблению от Москвы.

Коллеги по цеху немедленно осудили такое легкомыслие; как так, теряешь заказы, жизнь проходит мимо, 8 марта — святое, нужно быть на месте, не развиваешь фирму и т.д. Но душа зовет и через неделю я был вне досягаемости интернета, мобильной связи, далеко от московской офисной суеты. Был в Гималаях, наедине с природой и своим духом. Тем, кто никогда не был в Индии, страна может представляться экзотической и местами опасной. Мы же чувствовали себя как дома. Люди, ближе к Гималаям очень отзывчивые, с чувством собственного достоинства и неторопливые, очень вкусная еда и конечно, потрясающая природа.

Город Шимла, где на горе находится храм Шри Ханумана, потряс нас огромным количеством обезьян, бегающих в поисках нерадивого туриста, чтоб завладеть его очками, либо кепкой, а потом поменяться с ним на орешки. Бизнес.... Никого не напоминает? :-)

Совсем другие ощущения от столицы. Дели развивается и европеизируется.

Индийцы перестают ходить в национальной одежде, как и у нас, ими всё больше и больше движет материализм и привлекают западные ценности.

Как подсказала поездка, первый посыл или спонтанное желание бывает самым правильным. Внутренний голос не ошибся, ничего я не потерял, а приобрел огромный опыт духовного роста. От многих я часто слышу, что Индия бедная страна, люди голодают и т.п. А кто-нибудь задался вопросом счастливы ли они, радуются ли жизни? Земля Индии действительно уникальна. Она расслабляет, очищает, балансирует тех, кому это необходимо.

Иногда хочется донести до всех: «Люди, успокойтесь, не прожигайте жизнь, как в последний день! Если бы в нас

пробудилось самодостаточность, чувства меры, благожелательность к сослуживцам, ушла бы соревновательность во всем, думаю, что в большинстве случаев наладилась бы позитивная рабочая обстановка, да и с партнерами не возникало бы сложностей.

В какую компанию ни попадешь, везде нервность, суета, спешка зачем-то абстрактным, а после работы всех как ветром выдувает из родных офисов. Это потому, что нам прививается ложные ценности, отсюда — псевдо-коллективность, искусственная гордость за коллектив (непонятно на чем всё зиждется).

А хотелось бы, чтоб всё было проще, откровеннее, душевнее и без лишнего пафоса, тем более что люди то всё ХОРОШИЕ

А хороший человек должен быть счастлив!!!



Монумент богу Хануману на горе



Забастовка коммунистов в Гималаях

Город в Гималаях (Шимла)



Огромного размера цветы



Так готовят индийские лепешки



кругом обезьяны



Игрушечный поезд времен колониальной Англии



Парк у президентского дворца



Традиционные сувениры из бронзы



— СУВЕНИРНАЯ КУХНЯ —



ГАСПАРОВ АЛЕКСАНДР,
генеральный директор ООО «Агентство Гармония»,
Москва, www.agprint.ru



ВАЛЕРИЯ ПОДЪЯБЛОНСКАЯ,
директор по рекламе и PR компании «АртБазар»,
Москва, www.ebazaar.ru

ВСЕМ, ВСЕМ, ВСЕМ! Учитесь вкусно готовить и вкусно есть то, что вам нравится или... мучайтесь в фастфуде. Подглядел в семье индийских йогов. Показалось вкусным, решил поделиться с читателями и коллегами:

— ЧИКЕН КАРИ —

Курица тушенная с помидорами, особенно понравится любителям различных специй (не путайте с жутко-острыми блюдами, у нас всё в меру)

Необходимые продукты:

- Средняя курица (желательно не замороженная)
- 4 средних головки лука;
- 4 средних головки чеснока;
- 4 больших помидора;
- 500 мл простокваши;
- 1/3 стакана растительного масла, лучше всего рапсового;
- Специи: кориандр, корица, куркума, кариандр, соль, тмин, кардамон, имбирь, черный и красный перец;

Способ приготовления:

Курицу помыть и очистить от потрохов, от кожи и порезать на не большие куски. Лук, чеснок помыть и провернуть в мясорубке. Так же поступить и с помидорами.

Раскалить масло в казане, закинуть туда кусочки курицы, подсолить и хорошенько обжарить. Затем бросить туда все специи, хорошо всё помешать и добавить провернутый лук с чесноком. Тщательно обжарить. После этого положить помидоры и продолжать жарить до тех пор, пока не увидите, что из помидор испарилась вся влага. Затем залить все простоквашей, хорошо помешать и, накрыв крышкой, тушить до готовности.

Блюдо подается отдельно в миске, посыпанное пряной смесью и различной зеленью к отварному рису.

Все приправы можно купить на Сретенке в магазине ИНДИЙСКИЕ СПЕЦИИ. Приятного аппетита!

ЗДРАВСТВУЙТЕ, уважаемые читатели журнала «Лидер»! Хочу поделиться с вами рецептом одного из моих любимых блюд. Рецепт достаточно прост: главное не пережарить куриную грудку, тогда она получается вкусной и нежной под хрустящей корочкой пармезана!!! Приятного аппетита!!!

— КУРИНАЯ ГРУДКА — ФАРШИРОВАННАЯ ШПИНАТОМ ЗАПЕЧЕННАЯ С СЫРОМ ПАРМЕЗАН.

Необходимые продукты:

- Куриная грудка 1 шт
- Шпинат 50 гр.
- Лук репчатый 20 гр
- Белое вино 150 гр
- Сыр Пармезан 70гр
- Ризотто 100 гр
- Соль, черный перец.
- Базилик зеленый 3гр

Способ приготовления:

1. Куриную грудку зачистить посолить и поперчить, сделав внутри карман.

2. Шпинат помыть и почистить, припустить в небольшой сковороде в белом вине с репчатым луком не более 3-4 минут. После чего остудить.

3. Куриную грудку зафаршировать шпинатом и обжарить на сковороде с двух сторон не более 5 минут. Посыпать сверху сыром Пармезан и запекать в духовке до полной готовности.

4. Ризотто приготовить в небольшом сотейнике, в течение 20 минут постоянно помешивая и добавляя небольшое количество воды. Соль и перец добавить по вкусу.

5. В центр круглой тарелки выложить Ризотто.

Приготовленную куриную грудку разрезать на три части и разложить веером на Ризотто.

Украсить зеленым базиликом.





ФАБРИКА-КУХНЯ «ДОМОБЕД»

8 (901) 523-70-37

dialant2@bk.ru, www.domobed.ru
Обеды с доставкой в офис по Москве
и Московской области 130 руб



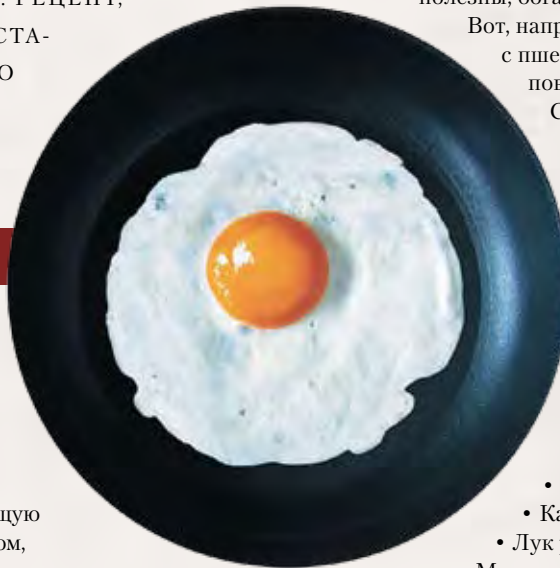
ЛЕО КОСТЫЛЕВ,
Президент МАПП, [www. iapp.ru](http://www.iapp.ru)

ПОСТ ПОДХОДИТ К КОНЦУ И КАЖДЫЙ, КТО ЕГО СОБЛЮДАЛ УЖЕ, НАВЕРНЯКА, ПРЕДСТАВЛЯЕТ СЕБЕ ТЕ БЛЮДА, КОТОРЫЕ БУДЕТ, ЕСТЬ ПОСЛЕ ЕГО ОКОНЧАНИЯ. РЕЦЕПТ, КОТОРЫЙ Я ХОЧУ ПРЕДСТАВИТЬ – ЭТО ДОСТАТОЧНО ЛЁГКОЕ БЛЮДО ДЛЯ ПЕРВЫХ ДНЕЙ РАЗГОВЕ-НИИ.

– ЯИЧНИЦА –

Способ приготовления:

Нарезать дольками 2 томата, 1 солёный огурец и 1 сардельку (я использую финские «Wilhelm» с чили, в них много мяса, мало жира и они остренькие). Мясную составляющую можно заменить другим продуктом, например, колбаской Chorizo. Нарезанные изделия обжарить в оливковом масле. Содержимое сковородки нужно обязательно 2-3 раза подбросить, чтобы томаты раскисались и превратились в жидкую массу. 4 яйца разбить в чашку и взболтать. Слегка посолить (если мясо не очень солёное), а затем влить на сковородку. Раздавить 2-3 (по вкусу) зубчика чеснока, мелко порезать его и посыпать яичницу, пока яйца ещё достаточно жидкие. За минуту до готовности засыпать яичницу мелко нарезанным свежим кориандром. Блюдом можно наслаждаться и вдвоём, если, конечно, захочется делиться.



ОЛЬГА ГРИШИНА,
дизайнер «СКЕЙЛ-сувениры», Санкт-Петербург,
www.scale-gifts.ru

В России сейчас очень популярна кухня разных народов мира: японская, китайская, итальянская. Как мне кажется, русскую кухню явно недооценивают наши рестораторы. Особенно не в почете крупы, а ведь они невероятно полезны, богаты витаминами, микроэлементами.

Вот, например, очень полезный и простой суп с пшеном. Раньше супы с пшеном варили повсеместно на юге России и на Украине. Сейчас эта крупа редкость на столе у хозяек. А я очень люблю такой вот легкий супчик. Это вкус моего детства, так как бабушка часто готовила нам суп с пшеном.

– СУП С ПШЕНОМ –

Необходимые продукты:

- Вода или куриный бульон (кому как нравится) 1,5 л
- Капуста брокколи по вкусу
- Пшено 3-4 столовые ложки
- Картофель 1-2 шт.
- Лук репчатый 1 шт.
- Морковь 1 шт.
- Лавровый лист 2 шт., зелень, соль, перец черный молотый

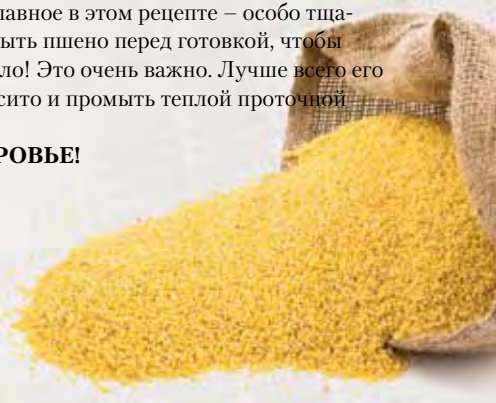
Способ приготовления:

Довести до кипения 1,5 литра воды (или куриного бульона), добавить пшено и варить 15 минут.

Добавить картофель. Добавить соль и перец по вкусу, затем капусту брокколи (крупно порезанную), морковь (потереть на крупной терке), лук, лавровый лист, и варить до готовности.

Самое главное в этом рецепте – особо тщательно промыть пшено перед готовкой, чтобы оно не горчило! Это очень важно. Лучше всего его поместить в сито и промыть теплой проточной водой.

НА ЗДОРОВЬЕ!





Международная Ассоциация Презентационной Продукции (МАПП)

International Association of Promotional Products (IAPP)

некоммерческая ассоциация рекламно-сувенирных фирм

Сувенирный портал

www.iapp.ru



Новости отрасли

Сотрудничество

Журналы

Выставки

Каталог компаний

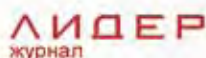
Контакты

Журнал
ПРОФЕССИОНАЛ РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНОГО БИЗНЕСА
www.profi.iapp.ru

Журнал для конечных заказчиков бизнес-сувениров
ЛИДЕР МАПП
www.leader.iapp.ru

Классификатор сувенирной продукции и рекламных услуг
КЛАССИКИ МАПП
www.class.iapp.ru

RUSSIAN PROMOTIONAL MARKET REVIEW
www.rpm.iapp.ru



mos —  Москва, Россия / Moscow, Russia
spb —  Санкт-Петербург, Россия / Saint-Petersburg, Russia
vps —  Верхняя Пышма, Россия / Verkhnyaya Pyshma, Russia
csp —  Чистополь, Россия / Chistopol, Russia
hel —  Хельсинки, Финляндия / Helsinki, Finland

A-B

АВТООСВЕЖИТЕЛИ AIR-FRESHENERS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnur.ru
mos www.zomer.ru

АВТОСУВЕНИРЫ CAR ACCESSORIES



Удерживающий коврик Gecko
на приборную панель автомобиля с
возможностью нанесения логотипа.

- Большой ассортимент в наличии на
складе в Москве
- Уникальная технология нанесения
логотипа в Москве

Тел. +7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

АКСЕССУАРЫ для мобильных телефонов

MOBILE PHONE ACCESSORIES



mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

АЛКОГОЛЬ КОРПОРАТИВНЫЙ

ALCOHOL CORPORATE
spb www.kamni-viski.ru

АЛЬБОМЫ FOLDERS

mos www.agprint.ru
mos www.antonioveronesi.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

АНТИСТРЕССЫ ANTISTRESSES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru

БЕЙДЖИ BADGE

mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mtgr.ru
spb www.ptgo-sever.ru

БЕЙСБОЛКИ BASEBALL CAPS



mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.bastiongifts.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
mos www.suvmedia.ru

**БЕЛЬЕ НИЖНЕЕ
С ПРАЗДНИЧНОЙ
СИМВОЛИКОЙ**
PERSONALISED UNDERWEAR
spb www.ptgo-sever.ru
mos www.saad.ru

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, ОРИГИНАЛЬНЫЕ ORIGINAL BUSINESS-SOUVENIRS



mos www.2kkorzina.ru
mos www.aero-pak.ru
812 www.ages-collection.ru
mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
spb www.dommod.spb.ru
mos www.econ-press.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.nashasemia.ru
mos www.profsuvenir.ru
spb www.ptgo-sever.ru
spb www.scale-gifts.ru

БИРДЕКЕЛИ ORIGINAL BUSINESS-SOUVENIRS



mos www.agprint.ru

БЛОКИ для ЗАПИСЕЙ NOTE PADS СМ. КУБАРИКИ с ЛОГОТИПОМ

БЛОКИ для ЗАМЕТОК САМОКЛЕЯЩИЕСЯ

NOTE PADS
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru

hel www.leondirect.net
mos www.rondo-print.ru



БЛОКНОТЫ BLOCK-NOTES



mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
mos www.antonioveronesi.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.r-plastic.com
mos www.rondo-print.ru

БРЕЛОКИ KEY-HOLDERS



mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.allsam.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
mos www.present-group.ru
mos www.suvmedia.ru

ВИЗИТНИЦЫ VISITING CARD FOLDERS

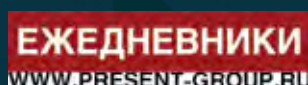
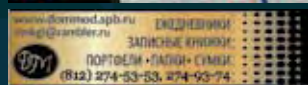
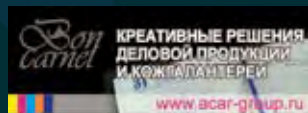
mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.antonioveronesi.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
mos www.print.airdisplay.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.suvmedia.ru



ВИННЫЕ И КУРИТЕЛЬНЫЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

WINE AND SMOKING ACCESSORIES
spb www.2kkorzina.ru
mos www.agprint.ru
spb www.kamni-viski.ru

ЕЖЕДНЕВНИКИ DIARIES



mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.suvmedia.ru
mos www.usb2b.ru

ЗАЖИГАЛКИ LIGHTERS



mos www.agprint.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.econ-press.ru
mos www.evra-reklama.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.suvmedia.ru

ЗНАЧКИ PINS



mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mtgr.ru

ЗОНТЫ UMBRELLAS



mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.present-group.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnur.ru
mos www.zomer.ru

ИГРУШКИ TOYS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ИГРЫ НАСТОЛЬНЫЕ BOARD GAMES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КАЛЕНДАРИ НАСТЕННЫЕ WALL CALENDARS

mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
495 www.econ-press.ru
mos www.evra-reklama.ru
mos www.giftsaquarell.ru

КАЛЕНДАРИ НАСТОЛЬНЫЕ DESKTOP CALENDARS

mos www.agprint.ru
495 www.econ-press.ru
mos www.r-plastic.com
mos www.rondo-print.ru

КАЛЬКУЛЯТОРЫ CALCULATORS

mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КАНЦЕЛЯРИЯ ДЛЯ ОФИСА STATIONERY

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КАРАНДАШИ PENCILS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КАРТЫ ИГРАЛЬНЫЕ PLAYING CARDS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КАТАЛОГИ CATALOGUES

mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru

КЕРАМИКА CERAMICS

СМ. СУВЕНИРЫ ИЗ КЕРАМИКИ SOUVENIRS FROM CERAMICS

КЛИПСЫ ДЛЯ ДЕНЕГ MONEY HOLDERS

mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КЛЮЧНИЦЫ

KEY WALLETS
mos www.agprint.ru
mos www.acar-group.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.stanum.org

КНИГИ ОТЗЫВОВ, ТЕЛЕФОННЫЕ КНИГИ

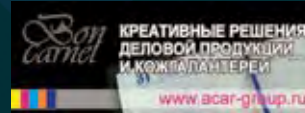
GUEST & PHONE BOOKS
mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

КНИГИ ПОДАРОЧНЫЕ GIFTS BOOKS

mos www.agprint.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net



КНИЖКИ ЗАПИСНЫЕ PHONE-BOOKS

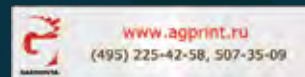
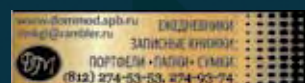


mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

КОВРИКИ ДЛЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ «МЫШЕК», ПРОИЗВОДСТВО

MOUSE PADS MANUFACTURING
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

КОЖГАЛАНТЕРЕЯ LEATHER PRODUCTS



КОРЗИНЫ BASKETS



КОШЕЛЬКИ PURSES

mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

КРУЖКИ MUGS

mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru
spb www.scale-gifts.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnur.ru
mos www.zomer.ru

КУБАРИКИ С ЛОГОТИПОМ KUBARIKI WITH A LOGO



mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.rondo-print.ru

КУБКИ TROPHIES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

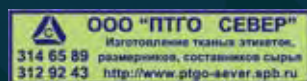
КУРТКИ, ВЕТРОВКИ

JACKETS, WIND-BREAKERS

mos www.agprint.ru
mos www.di-promo.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

ЛЕНТА ДЛЯ БЕЙДЖА

BADGE STRAP



mos www.agprint.ru
spb www.ptgo-sever.ru

МАГНИТЫ СУВЕНИРНЫЕ

MAGNETS



mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.rondo-print.ru

МОНЕТНИЦЫ



495 www.noex.ru
495 www.promo.noex.ru
495 www.grafixprint.ru

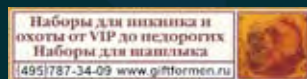
«МЫШКИ» КОМПЬЮТЕРНЫЕ, РУЧНАЯ РОСПИСЬ

HAND-CRAFTED COMPUTER MICE

mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

НАБОРЫ ДЛЯ ПИКНИКА

PICNIC SETS



mos www.agprint.ru
mos www.elitegift.ru

НАГРАДЫ, МЕДАЛИ

AWARDS, MEDALS



mos www.agprint.ru
mos www.allsam.ru

mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.scale-gifts.ru

НОВОГОДНИЕ СУВЕНИРЫ

CHRISTMAS SOUVENIRS

mos www.2kkozina.ru
mos www.adline-gifts.ru
812 www.ages-collection.ru
mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.r-plastic.com
spb www.scale-gifts.ru

НОЖИ

KNIVES

mos www.agprint.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru

НОЖНИЦЫ

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ОДЕЖДА ДЛЯ ПРОМО-АКЦИЙ

PROMO-TEXTILES



mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru

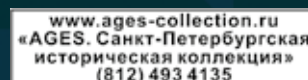
ОРГАНАЙЗЕРЫ НАСТОЛЬНЫЕ

ORGANIZERS DESKTOP

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ОЛОВЯННЫЕ СУВЕНИРЫ

TIN SOUVENIRS



ОТКРЫТКИ

POSTCARDS

mos www.agprint.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mtgr.ru

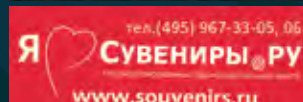
ПАЗЛЫ

PUZZLE

mos www.agprint.ru

ПАКЕТЫ БУМАЖНЫЕ ЛАМИНИРОВАННЫЕ

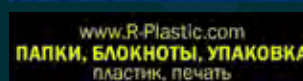
LAMINATED PAPER BAGS



mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.suvmedia.ru
mos www.zomer.ru

ПАКЕТЫ ПП, ПЭ

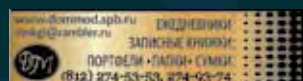
PLASTIC BAGS



mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

ПАПКИ

DOCUMENT FOLDERS



mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

mos www.present-group.ru
mos www.r-plastic.com
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

ПЕПЕЛЬНИЦЫ

ASH-TRAYS

mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.souvenirs.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

ПЛАНИНГИ

DESKTOP CALENDARS

mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.acar-group.ru
mos www.antonioveronesi.ru
spb www.dommod.spb.ru
495 www.econ-press.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.rondo-print.ru

ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТЫ

PLASTIC CARDS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ПЛАСТИКОВЫЕ СУВЕНИРЫ

PLASTICS SOUVENIRS

CM. СУВЕНИРЫ ИЗ ПЛАСТИКА

SOUVENIRS FROM PLASTICS

ПЛЕДЫ

PLAIDS



mos www.adline-gifts.ru
mos www.agprint.ru
spb www.mirtex.info

ПОДАРКИ,

ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ

GIFTS, WHOLESALE DELIVERIES

mos www.2kkozina.ru

ПОДАРКИ,

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

GIFTS, RETAIL TRADE

mos www.2kkozina.ru

ПОДСТАВКИ ДЛЯ ПИСЬМЕННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ

PEN HOLDERS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

ПОДСТАВКИ ПОД КРУЖКИ

COASTERS

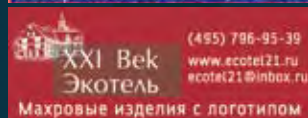
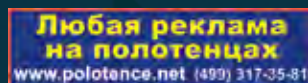
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

mos www.r-plastic.com
mos www.rondo-print.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

ПОДСТАКАННИКИ GLASS HOLDER



ПОЛОТЕНЦА, БАМНЫЕ ХАЛАТЫ TOWERS, BATHROBES



mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.ecotel21.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.nashasemia.ru
mos www.polotence.net
mos www.saad.ru

ПОРТМОНЕ WALLETS

mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ПОРТФЕЛИ ИЗ КОЖЗАМЕНТЕЛЯ SYNTHETIC MATERIAL BRIEF CASES

mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru
mos www.usb2b.ru

ПОРТФЕЛИ ИЗ КОЖИ LEATHER BRIEF CASES

mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru

ПОРТФОЛИО PORTFOLIOS

mos www.agprint.ru
mos www.komo.ru

ПОСУДА TABLEWARE

mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru

mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru
mos www.suvmedia.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.zomer.ru

РАМКА НОМЕРНОГО ЗНАКА CAR-PLATE FRAMES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

РУБАШКИ-ПОЛО POOLO-SHIRTS



spb www.adjutant.ru
mos www.agprint.ru
mos www.di-promo.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru



РУЧКИ ШАРИКОВЫЕ BALL-POINT PENS

mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.print.airdisplay.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.suvmedia.ru
mos www.usb2b.ru



РУЧКИ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ EXCLUSIVE PENS

mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net

РЮКЗАКИ RUCKSACKS

mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.usb2b.ru

СВЕТООТРАЖАТЕЛИ LIGHTS-REFLECTIVE GOODS

mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru

СВЕТОСУВЕНИРЫ LIGHTS

mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СВЕЧИ СУВЕНИРНЫЕ CANDLES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СКАТЕРТИ TABLE CLOTH



mos www.di-promo.ru
spb www.scatertry.ru

СКОТЧ, ЛЕНТЫ САМОКЛЕЯЩИЕСЯ ДЛЯ УПАКОВКИ SCOTCH TAPES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СПИЧКИ MATCHES

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СТАНЦИИ ПОГОДНЫЕ WEATHER STATION



mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СУВЕНИРЫ ИЗ КЕРАМИКИ SOUVENIRS FROM CERAMICS

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СУВЕНИРЫ ИЗ ПЛАСТИКА PLASTICS SOUVENIRS



mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
mos www.profsuvenir.ru
mos www.r-plastic.com

СУВЕНИРЫ ИЗ СТЕКЛА GLASS SOUVENIRS

mos www.agprint.ru
mos www.ay-company.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

**СУВЕНИРЫ
СТЕРЕО-ВАРИО**
STEREO-VARIO SOUVENIRS
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СУМКИ ДЛЯ НОУТБУКОВ
FOLDERS FOR NOTEBOOK-
COMPUTERS
mos www.adline-gifts.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

СУМКИ ИЗ КОЖИ
LEATHER BAGS
mos www.acar-group.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
spb www.dommod.spb.ru
mos www.erebusgroup.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

СУМКИ ИЗ ТЕКСТИЛЯ
TEXTILE BAGS
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.di-promo.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.present-group.ru
mos www.usb2b.ru

ТОЛСТОВКИ
SWEATSHIRTS



mos www.aero-pak.ru
mos www.argus-tekstil.ru
spb www.bastiongifts.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.evra-reklama.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru

**УПАКОВКА ПОДАРОЧНАЯ
И АТРИБУТЫ К НЕЙ**
GIFT'S BOXES
mos www.2kkorzina.ru
mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.shnurz.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.zomer.ru

ФАРФОР
PORCELAIN
mos www.agprint.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ФЛАГИ И ФЛАЖКИ
FLAGS AND TABLEFLAGS

www.flags.spb.ru fdl@rol.ru

mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.nashasemia.ru

ФЛЯЖКИ
FLASKS
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
mos www.yourteamate.com

ФОНАРИ
TORCHES
mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru

ФОТОАЛЬБОМЫ
PHOTO ALBUMS

mos www.agprint.ru
mos www.antonioveronesi.ru
mos www.beautyphotosun.ru
mos www.elitegift.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.komo.ru
hel www.leondirect.net

ФОТОРАМКИ
PHOTO FRAME
mos www.agprint.ru
mos www.beautyphotosun.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net
495 www.usb2b.ru

ФУТБОЛКИ
T-SHIRTS

SAAD www.saad.ru
Футболки (495) 978-78-42
Бейсболки 585-66-71

ADLINE-Gifts
(495) 955-29-23 www.adline-gifts.ru

Euro Business Gifts тел: 8 499 878 0627
e-mail: eurobiz@mail.ru



mos www.adline-gifts.ru
mos www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.di-promo.ru
mos www.giftsaquarell.ru
spb www.mirtex.info
mos www.nashasemia.ru
mos www.saad.ru
spb www.scale-gifts.ru
spb www.suvmedia.ru
mos www.yourteamate.com

ЧАЙ
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ
PERSONALIZED TEA
mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

MEERA OVERSEAS (499) 389 26 02
факс: 389 88 36
meera@ropnet.ru
www.yourteamate.com
Подарочный чай, документные сумки

ЧАСЫ
WATCHES
495 www.aero-pak.ru
mos www.agprint.ru
csp www.chronorus.ru
mos www.elitegift.ru
spb www.finndesign.ru
mos www.giftsaquarell.ru
hel www.leondirect.net
mos www.present-group.ru
spb www.scale-gifts.ru
mos www.shnurz.ru
mos www.vostok-time.ru
mos www.zomer.ru



**ШАРФЫ, ГАЛСТУКИ,
ПЛАТКИ**
TIES AND SCARFS
mos www.agprint.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.di-promo.ru
hel www.leondirect.net
spb www.mirtex.info
spb www.finndesign.ru
mos www.yourteamate.com

ШАРЫ ВОЗДУШНЫЕ
BALLOONS
mos www.agprint.ru
mos www.evra-reklama.ru
spb www.finndesign.ru

**ШОКОЛАД, ЛЕДЕНЦЫ
С ФИРМЕННОЙ
СИМВОЛИКОЙ**
PROMO-SWEETS



mos www.agprint.ru
spb www.finndesign.ru
hel www.leondirect.net

ЭМБЛЕМЫ НАСТОЛЬНЫЕ
DESKTOP SOUVENIRS
mos www.agprint.ru
mos www.dorum.ru
spb www.finndesign.ru
spb www.mtgr.ru
hel www.leondirect.net

**ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
С КОРПОРАТИВНОЙ
СИМВОЛИКОЙ**
JEWELRY ITEMS WITH CORPORATE
SYMBOLS
mos www.agprint.ru

USB - АКСЕССУАРЫ
USB ACCESSORIES

Euro Business Gifts тел: 8 499 878 0627
e-mail: eurobiz@mail.ru

Э-В

mos www.3venta.ru
mos www.adline-gifts.ru
mos www.agprint.ru
mos www.master-media.ru
mos www.present-group.ru
mos www.flashmasterltd.ru
mos www.usb2b.ru

3venta
A Desire for Novelty

FLASH
накопители
IT-сувениры

+7(495) 64 999 20
http://3venta.com



sales@3venta.com



Удерживающий коврик Gecko на приборную панель автомобиля с возможностью нанесения логотипа.

- Большой ассортимент в наличии на складе в Москве
- Уникальная технология нанесения логотипа в Москве

Тел. +7 495 646 09 08



www.usb2b.ru
info@ledd.su

www.digifts.ru

USB



www.digifts.ru

ООО "ФлэшМастер"
флешки на любой вкус
+7 (495) 510-71-67

VIP-ПОДАРКИ

VIP GIFTS

mos www.acar-group.ru
mos www.agprint.ru
mos www.antonioveronesi.ru
mos www.argus-tekstil.ru
mos www.ay-company.ru
mos www.chronorus.ru
mos www.giftsaquarell.ru
mos www.komo.ru
mos www.master-media.ru
spb www.mtgr.ru
spb www.mychoco.ru
spb www.scale-gifts.ru
mos www.service-technologies.ru
mos www.souvenirs.ru
mos www.flashmasterltd.ru
csp www.vostok-time.ru

Оптом и в розницу (495)
787-34-09
787-34-08

РУССКИЙ ЭЛИТНЫЙ ПОДАРОК
www.elitegift.ru

www.1gifts.biz
(812) 3181891

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ, ПОДАРКИ СО СКЛАДА

Bay Garnel

КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ
ДЕЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ
И КОЖАЛАНТЕРИИ

www.acar-group.ru

MEZA www.meza.ru



USB флэш карты со склада и по индивидуальному дизайну.

(495) 258-25-64

АЛФАВИТНЫЙ КЛАССИФИКАТОР РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

АУДИО- И ВИДЕОРОЛИКИ, ИЗГОТОВЛЕНИЕ

PRODUCING OF AUDIO AND VIDEO FILMS

495 www.agprint.ru

ВИТРИННЫЕ ЗНАКИ ИЗ НЕОНА

BIG SHOW SIGNS OF NEON

495 www.agprint.ru

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

EXHIBITION BUSINESS

495 www.agprint.ru

495 www.present-group.ru

ВЫШИВКА НА ИЗДЕЛИЯХ

EMBROIDERY

495 www.aero-pak.ru

495 www.agprint.ru

495 www.di-promo.ru

A-H

495 www.dianacompany.ru
495 www.ecotel21.ru
495 www.giftsaquarell.ru
499 www.polotence.net
812 www.ptgo-sever.ru

ООО "Наша семья"

ВЫШИВКА (495) 225-96-76
www.nashasemia.ru

Диана

машинная
вышивка
лазерная
гравировка
шелкография

http://www.deana.ru
tel. (495) 661-39-38



ГРАВИРОВКА ЛАЗЕРНАЯ

LASER ENGRAVING

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



www.finndesign.ru

495 www.aero-pak.ru

495 www.agprint.ru

495 www.dianacompany.ru

495 www.giftsaquarell.ru

495 www.profsuvenir.ru

ГРАВИРОВКА МЕХАНИЧЕСКАЯ

MECHANICAL ENGRAVING

РЕКЛАМНЫЕ НАНЕСЕНИЯ



www.finndesign.ru

495 www.aero-pak.ru

495 www.giftsaquarell.ru

ДЕКОЛИРОВАНИЕ

DECALS

495 www.aero-pak.ru

495 www.agprint.ru

495 www.ay-company.ru
495 www.giftsaquarell.ru
495 www.shnurz.ru
495 www.zomer.ru

ДИЗАЙН DESIGN

495 www.agprint.ru

812 www.animapress.ru

812 www.mtgr.ru

ДИЗАЙН ВЫСТАВОЧНЫЙ

EXHIBITION DESIGN

495 www.agprint.ru

КЛИШЕ, ИЗГОТОВЛЕНИЕ

PRODUCING OF CLISHE

495 www.agprint.ru

КОНВЕРТЫ (ПЕЧАТЬ НА КОНВЕРТАХ)

ENVELOPES

495 www.agprint.ru

495 www.r-plastic.com

КОРОбКИ ПОДАРОЧНЫЕ, ПРОИЗВОДСТВО ОТ 1-Й ШТУКИ

GIFT BOX PRODUCING

495 www.agprint.ru

КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ

495 www.agprint.ru

ЛАМИНИРОВАНИЕ

LAMINATION

495 www.agprint.ru

ЛОГОТИПЫ ИЗ НЕОНА

LOGOS OF NEON

495 www.agprint.ru

МОБИЛЬНЫЕ ВЫСТАВОЧ- НЫЕ СИСТЕМЫ

MOBILE SHOW SYSTEMS

495 www.agprint.ru

МУЛЬТИМЕДИЯ

MULTIMEDIA

495 www.agprint.ru

НАКЛЕЙКИ МЕТОДОМ ШЕЛКОГРАФИИ

LABELS METHOD OF SILK-SCREEN

PRINTING

495 www.agprint.ru

812 www.ay-company.ru

495 www.evra-reklama.ru

НАКЛЕЙКИ ПОЛНОЦВЕТ- НЫЕ, ПРОИЗВОДСТВО

STICKER PRINTING

495 www.agprint.ru

812 www.animapress.ru

812 www.mtgr.ru

НАНЕСЕНИЕ МЕТОДОМ ФЛЕКСОПЕЧАТИ

495 www.agprint.ru

495 www.evra-reklama.ru

НАНЕСЕНИЕ МНОГОЦВЕТ- НОГО СТОЙКОГО ИЗБРА- ЖЕНИЯ НА МЕТАЛЛЕ

PRINTING OF POLYCHROMATIC

PERMANENT PICTURE ON METAL

www.mtgr.ru

ПОЛНОЦВЕТНАЯ МЕТАЛЛОГРАФИЯ
+7 812 326-05-60

495 www.agprint.ru
812 www.mtgr.ru

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ РАБОТЫ BINDING

495 www.econ-press.ru
495 www.komo.ru

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ PERSONALIZE

495 www.agprint.ru
495 www.evra-reklama.ru

ПЕСНИ ИМИДЖЕВЫЕ, КОРПОРАТИВНЫЕ ГИМНЫ CORPORATIVE SONGS, HYMNS

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ FC PRINTING FC

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ НА ВОЗДУШНЫХ ШАРАХ PRINTING ON BALOONS

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ НА ПЛАСТИКЕ PRINTING ON PLASTIC

495 www.agprint.ru
812 www.bastiongifts.ru

ПЕЧАТЬ НА ПОДАРОЧНЫХ ЛЕНТАХ, КОРОБКАХ PRINTING ON GIFT RIBBONS AND FANCY BOXES

495 www.agprint.ru
812 www.bastiongifts.ru

ПЕЧАТЬ НА СТЕКЛЕ PRINTING ON GLASS

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ НА ТКАНИ, СВЕТООТРАЖАЮЩАЯ LIGHT-REFLECTING PRINTING ON FABRICS

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ НА ФОЛЬГИРОВАН- НЫХ ШАРАХ PRINTING ON FOIL BALOON

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ ЦИФРОВАЯ, ПОЛНОЦВЕТНАЯ PRINTING OF DIGITAL, FULL-COLOR

495 www.agprint.ru

ПЕЧАТЬ ШИРОКОФОРМАТНАЯ LARGE-FORMAT PRINTING

495 www.agprint.ru

ПЛОТТЕРЫ РЕЖУЩИЕ PLOTTERS CUTTING

495 www.agprint.ru

ПОЛИГРАФИЯ — ВСЕ ВИДЫ УСЛУГ PRINTING SERVICE

495 www.agprint.ru

ПОСТПЕЧАТНАЯ ОБРАБОТКА POST-PRINTING PROCESSING

495 www.agprint.ru

ПРАЗДНИКИ, ПРЕЗЕНТА- ЦИИ, СЕМИНАРЫ, КОНФЕРЕНЦИИ

FESTIVALS, PRESENTATIONS,
SEMINARS AND CONFERENCES
495 www.agprint.ru

РА ПОЛНОГО ЦИКЛА

ADVERTISING AGENCY
495 www.agprint.ru
812 www.scale-gifts.ru
812 www.mtgr.ru
495 www.r-plastic.com

РЕКЛАМА В БИЗНЕС- ЦЕНТРАХ, РАЗМЕЩЕНИЕ ADVERTIZING IN BUSINESS CENTERS, PLACEMENT

495 www.agprint.ru

РЕКЛАМА НА ОСТАНОВКАХ

495 www.agprint.ru

РЕКЛАМА НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАН- НОМ ТРАНСПОРТЕ ADVERTIZING ON SPECIALIZED TRANSPORT

495 www.agprint.ru

РЕКЛАМА НАРУЖНАЯ OUTDOOR ADVERTISING



495 www.agprint.ru
812 www.mtgr.ru

РЕКЛАМА НЕОНОВАЯ NEON ADVERTIZING

495 www.agprint.ru

РЕКЛАМА СВЕТОВАЯ ADVERTIZING LIGHT

495 www.agprint.ru

РИЗОГРАФИЯ RISOGRAPHY

495 www.agprint.ru

РУЧНЫЕ РАБОТЫ HANDWORKS

495 www.2kkorzina.ru
495 www.agprint.ru

СЛЕПОЕ ТИСНЕНИЕ, КОНГРЕВНОЕ BLIND STAMPING, KONGREVNYY

495 www.aero-pak.ru
495 www.agprint.ru
495 www.antonioveronesi.ru
495 www.giftsaquarell.ru
495 www.shnurz.ru
495 www.profsuvenir.ru
495 www.zomer.ru

СТЕНДЫ ВЫСТАВОЧНЫЕ, ПРОИЗВОДСТВО

SHOW SYSTEMS INDUSTRY
495 www.agprint.ru

СУБЛИМАЦИЯ SUBLIMATION

495 www.agprint.ru
812 www.scale-gifts.ru

ТАБЛИЧКИ, УКАЗАТЕЛИ, СТЕНДЫ

PLATES, INDEXES, STANDS
495 www.agprint.ru
495 www.r-plastic.com

ТАМПОПЕЧАТЬ TAMPO PRINTING

495 www.aero-pak.ru
495 www.agprint.ru
495 www.giftsaquarell.ru
ТЕРМОТРАНСФЕР
THERMO-TRANSFER
495 www.agprint.ru

ТИПОГРАФИЯ PRINTING HOUSE



495 www.acar-group.ru
495 www.agprint.ru
812 www.animapress.ru

ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ FOIL STAMPING

495 www.aero-pak.ru
495 www.agprint.ru
495 www.antonioveronesi.ru
495 www.econ-press.ru
495 www.giftsaquarell.ru
495 www.labeltex.ru

ТРИКОТАЖ, ПРОИЗВОД- СТВО

TEXTILE INDUSTRY
495 www.agprint.ru
495 www.di-promo.ru
812 www.mirtex.info
495 www.saad.ru

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, РАЗРАБОТКА

DEVELOPMENT OF FIRM STYL
495 www.agprint.ru
495 www.di-promo.ru
495 www.profsuvenir.ru

ФЛЕКСОПЕЧАТЬ FLEXOGRAPHIC

495 www.agprint.ru
495 www.evra-reklama.ru

ФОТОУСЛУГИ PHOTOGRAPHERS

495 www.agprint.ru

ШЕЛКОГРАФИЯ SILK-SCREEN PRINTING

495 www.aero-pak.ru
495 www.agprint.ru
495 www.argus-tekstil.ru
495 www.ay-company.ru
495 www.dianacompany.ru
495 www.giftsaquarell.ru
812 www.mirtex.info

ЭТИКЕТКА БУМАЖНАЯ LABEL PAPER

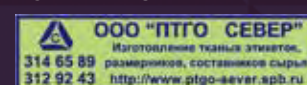


495 www.agprint.ru
495 www.apli.ru

ЭТИКЕТКА ОБЪЕМНАЯ, ПО- ЛИМЕРНАЯ

3D RESING DOMED LABELS
495 www.agprint.ru
495 www.suvmedia.ru

ЭТИКЕТКИ ТКАНЫЕ WOVEN LABELS



495 www.agprint.ru
812 www.ptgo-sever.ru
ВТЛ-РЕКЛАМА
BTL
495 www.2kkorzina.ru

Р.О.С. МАТЕРИАЛЫ P.O.S. FILES

495 www.agprint.ru

VIP КАРТЫ (ПРОИЗВОДСТВО)

VIP CARD (PRODUCTION)
495 www.agprint.ru

WEB - УСЛУГИ WEB-SERVICE

495 www.agprint.ru



9-Я НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ РЫНКА КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ РОССИИ

«ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА» 2013

12 МАРТА 2013 ГОДА В ИЗЫСКАННОМ ЗАЛЕ РЕСТОРАНА «ФЬЮЖН» В ТВК «КРОКУС СИТИ МОЛЛ» ПРОШЛА ТОРЖЕСТВЕННАЯ ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ ЛАУРЕАТОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИЕЙ «ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА».



Генеральным спонсором проекта премии «Золотая скрепка» выступила компания «Мапед Рус»

В очередной раз посещаемость церемонии побила рекорды прошлых лет. Более 150 представителей крупнейших компаний, как «старожилов», так и «новичков» канцелярско-офисной индустрии собрались, чтобы узнать имена победителей премии «Золотая Скрепка» по итогам работы 2012 года.

В этом году церемония прошла в новом формате, соответствующая концепции весенних выставочных мероприятий в стиле «КИНОСКРЕПКА».

Атмосферу праздника в зале создавали голливудские черно-белые кинокартины на сцене и ролики старых фильмов на экране. Стилистику вечера поддерживало оригинальное оформление с использованием киноплёнок. Приятно удивили гостей дорогими подарками генеральный спонсор премии компания «Мапед Рус» и оригинальными сумочками с экологичными канцтоварами спонсор премии компания «Базис».

В 2013 году премия «Золотая скрепка» вручена в 9-ый раз, объявлены номинанты в 7 номинациях и 17 наград получили лидеры рынка канцелярских и офисных товаров:



Номинация №1

— Бренд года —

- Бюрократ (компания ООО «Бюрократ»)
- Faber Castell (ООО «Фабер-Кастелл Анадолю»)

Номинация №2

— Маркетинговый проект года — (повторное голосование)

- Проект «Лига Пластик» (ООО «Бюрократ»)

Номинация №3

— Национальный продукт года —

- Продукция под брендом Post-it (ЗАО «ЗМ Россия»)
- Циркули с системой фиксации штанг Stop System (ООО «МАПЕД РУС»)
 - ТМ Jovi (ООО «Арт Базар»)
- Пластиковые папки Бюрократ (ООО «Бюрократ»)
 - Уничтожители документов (ООО «Феллоуз»)
 - Хатбер-М (бренд Angry Birds)
- линия креатива от бренда UHU (ООО «Смистар»)

Номинация №4

— Прорыв года —

- ЗАО Управляющая компания «GROSSHAUS»
 - ООО «Глобен»
- Иностранная компания ЗАО «БИК СНГ» BIC

Номинация №5

— Социально значимая инициатива года —

- ООО «Компания КАНЦБЮРО» («КанЦирК - детям»)

Номинация №6

— Розничная сеть года — (повторное голосование)

- Управляющая компания ЗАО «GROSSHAUS»

Номинация №7

— Компания года —

- ООО «Авантрейд»
- Группа Компаний «Самсон»

ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ 18-Й МЕЖДУНАРОДНОЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ
ВЫСТАВКИ КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

«СКРЕПКА ЭКСПО»,

КОТОРАЯ СОСТОЯЛАСЬ 12-14 МАРТА 2013 Г. В МВЦ «КРОКУС ЭКСПО».



Выставка успешно реализована выставочной компанией ООО «Скрепка Экспо Проект» при поддержке Ассоциации Производителей и Поставщиков Канцелярских и Офисных товаров России, Международного Выставочного Центра «Крокус Экспо», под патронатом Московской Торгово-Промышленной Палаты (МТПП) и Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

Организаторы выставки благодарят партнёров за поддержку - генерального спонсора выставки компанию «STAEDTLER», спонсора выставки компанию ООО «Фабер-Кастелл Анадолю», спонсора выставки компанию ООО «Мапед Рус».

Выставка «Скрепка Экспо» - масштабное мероприятие, за три дня экспозицию посетили более 9 000 специалистов из России и других стран.

В выставке приняли участие 237 компаний, из них 189 - компании из разных регионов Российской Федерации. В этом году увеличилось число иностранных компаний-участников из стран Беларусь, Украины, Германии, Китая, Индии, Японии, Франции, Италии, Израиль, Тайвань, Турция. Рост числа иностранных участников по сравнению с весенней выставкой «Скрепка Экспо» в 2012 г., составил 35%.

Ключевыми событиями деловой программы 18-й международной выставки канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо» стали бизнес-проекты «Профессиональный отраслевой АРТ – салон» и «Центр закупок товаров для офиса».

В мероприятии приняли участие 12 компаний-производителей и дистрибуторов товаров для художников из Бельгии, Чехии, Австрии, России, Италии, Германии.

13 марта в рамках выставки «Скрепка Экспо» состоялось не менее активное и эффективное мероприятие - «Центр закупок товаров для офиса». В этот же день, 13 марта, в соседнем конференц-зале успешно проходила 7-я международная конференция Академии книжного бизнеса по теме «Позиционирование книжного магазина для современного покупателя».

14 марта, заключительный день выставки «Скрепка Экспо», было ознаменовано зрелищным событием – конкурс среди красавиц канцелярско-офисной индустрии «Мисс КанцДива», организаторами которого выступил генеральный информационный партнёр выставки портал «Сегмент.ру», в партнерстве с АПКОР. Красавицы со всех концов России собрались, чтобы побороться за титул самой красивой, талантливой и креативной. Итоги конкурса следующие: сотрудница компании «Оскол-пласт» Олеся Фомина по решению жюри признана одновременно самой красивой и креативной, а самой талантливой участницей - менеджер проекта ООО «Скрепка Экспо Проект» Екатерина Севрюкова. Все финалистки стали обладательницами плееров, а победительницы - планшетных компьютеров от официального дистрибьютора ведущих мировых производителей портативной электронной техники BLADE. Олеся Фоминой и Екатерине Севрюковой будут вручены бесплатные приглашения на церемонию вручения премии «Золотая Скрепка». АПКОР учредила специальный приз «За самую обаятельную улыбку» - планшетный компьютер Соколовой Наталье Леонидовне ООО «КАНЦЛЕР», Пусть эта прекрасная девушка ещё долго озаряет канцелярский мир своим позитивом и красотой.

Благодарим каждого за участие в выставке «Скрепка Экспо» и надеемся, что итогами станут реальные контракты, новые проекты, перспективные идеи и в целом повышение эффективности бизнеса!

Ждем Вас на XIX Международной специализированной выставке канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо» с 10 по 12 сентября 2013 года в МВЦ «Крокус Экспо», павильон №2, зал №9.

Дирекция Международной специализированной выставки канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо»

Тел./факс: (495) 648-91-38, (495) 789-93-80;

<http://www.apkor.ru>, e-mail: expo@apkor.ru



СКРЕПКАЭКСПО

SKREPKAEXPO



ДРАЙВЕРЫ
УСПЕХА

ОФИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

XIX

МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА **КАНЦЕЛЯРСКИХ
И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ**
«СКРЕПКА ЭКСПО. ОСЕНЬ 2013»

ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ:

10 – 12 СЕНТЯБРЯ

2013

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ: МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО», ПАВИЛЬОН №2, ЗАЛ №9 (2 ЭТАЖ)

+7 (495) 648 91 38

+7 (495) 789 93 80

expo@apkor.ru

www.skrepkaexpo.ru

skype: skrepkaexpo

ЖДЕМ ВАШИХ ЗАЯВОК

Новость про ламинаторы Fusion



Компания Acco Brands представляет новую серию офисных ламинаторов GBC Fusion!

Ламинаторы GBC Fusion – это новое слово в ламинировании документов:

Они быстро нагреваются (от 1 до 5 минут в зависимости от модели)

Очень быстро ламинируют документы (скорость ламинирования от 300 до 1200 мм в минуту)

Имеют удобные направляющие для ровной подачи документа в

кармане для ламинирования во избежание неровной загрузки, а также лоток для остывания заламинированного документа

Они снабжены автоматическим реверсом в случае возникновения замятия (не все модели)

А модели Fusion 5000 и Fusion 5000L самостоятельно определяют плотность кармана и устанавливают оптимальные настройки для ламинирования любого документа в кармане любой плотности!

Предлагаем Вам как можно быстрее ознакомиться с ассортиментом новых ламинаторов GBC Fusion у дистрибуторов компании Acco Brands!

Acco Brands, Москва

Новости DURABLE

«Продукция DURABLE – это не канцтовары, это готовые информационно-презентационные решения для бизнеса» - говорит Изабелла Мангасарян, директор представительства DURABLE в России. Именно такой подход практикуется в компании вот уже более пяти лет.

Точечная работа с узко сегментированными направлениями бизнеса позволяет по новому раскрыть и презентовать продукцию целевой аудитории и, как показывает практика, многие клиенты никогда не думали о товарах DURABLE в том ключе, в каком они могут эффективно использоваться их в своем бизнесе.

Выставка «Индустрия Гостеприимства и развлечений», прошедшая в Сочи с 03 по 06 апреля, стала еще одной из площадок для поиска новых клиентов. Дисплейные системы SHERPA, настенные таблички для маркировки помещений, пиктограммы, бэйджи, информационные подставки и рамки MAGAFRAME - представляют большой интерес для отелей и многих строящихся олимпийских объектов, где вопрос информационного оснащения и маркировки помещений стоит не на последнем месте. Олимпиада привлечет в регион много иностранных гостей, поэтому информация должна быть на нескольких языках, она должна быть доступно и наглядно размещена на достойном уровне. Новой товарной категорией, представленной на выставке, стали металлические пепельницы, подставки для зонтиков и корзины для бумаг из перфорированного металла.

DURABLE, Москва



Компания «Европапир» стала официальным поставщиком экобумаги Федерального экопроекта «Зеленая Россия»

В рамках Года охраны окружающей среды компания «Европапир» стала официальным поставщиком экобумаги Федерального экопроекта «Зеленая Россия».

Некоммерческий неправительственный Федеральный экопроект «Зеленая Россия», учрежденный фондом «Всемирная Флора Фауна» при участии эколого-ответственных компаний России в 2013 году — в Год охраны окружающей среды запустили беспрецедентную, постоянно действующую природоохранную кампанию «Сохраним природное наследие России!».

В 2013 году для национальных парков и заповедников России — участников природоохранной кампании, будут безвозмездно напечатаны благотворительные экосертификаты посещения ООПТ* физическими и юридическими лицами, которые позволят напрямую привлекать донорские средства для оказания практической помощи ООПТ*.

Все благотворительные экосертификаты будут напечатаны на FSC бумаге, происходящей из лесов, где соблюдаются высокие международные требования по экологии, а также учитываются интересы работников, населения и коренных народов. Официальным поставщиком экобумаги стала компания «Европапир». В 2010 году компания сертифицировалась по стандарту FSC. Главная цель лесной сертификации — гарантировать устойчивое управление лесными запасами. Компания Европапир внимательно следит за тем, чтобы каждый шаг, от транспортировки древесины из леса на фабрику до поставки конечного продукта покупателю, соответствовал требованиям сертификационного стандарта.

Экосертификат можно будет приобрести на территориях заповедников и национальных парков, а также заказать по «Почте России», через интернет ресурсы участников и организаторов, оплачивая напрямую благотворительный природоохранный взнос. Они станут прекрасным подарком и сувениром, которые украсят любой домашний или корпоративный офис.

Европапир, Москва

ЗНАКОВЫЕ ПЕРЕМЕНЫ

РЕДАКЦИЯ НАШЕГО ЖУРНАЛА ПОЛУЧИЛА ИНФОРМАЦИЮ, СОГЛАСНО КОТОРОЙ КОМПАНИЮ «А-ВЕРС» (ТМ BRUNNEN В РФ) В БЛИЖАЙШИЕ ДНИ ПОКИДАЕТ ОДИН ИЗ ТОР-МЕНЕДЖЕРОВ, НЕРАЗРЫВНО АССОЦИИРУЮЩИЙСЯ С BRUNNEN, ЗА ДОЛГИЕ ГОДЫ ПРАКТИЧЕСКИ СТАВШИЙ ЛИЦОМ БРЭНДА В РОССИИ, А ИМЕННО РУКОВОДИТЕЛЬ ОПТОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ АНДРЕЙ ИЛЬИН. МЫ РЕШИЛИ СВЯЗАТЬСЯ НЕПОСРЕДСТВЕННО С АНДРЕЕМ И ПРОКОММЕНТИРОВАТЬ ЭТУ НЕВЕРОЯТНУЮ НОВОСТЬ:



— Добрый день Андрей, это правда?

— Добрый день Галина, да это действительно, правда, с мая 2013 года я не работаю в компании.

— А с чем это связано? Ведь Вы работали в компании довольно долгое время?

— В компании я отработал в общей сложности чуть более 10 лет, придя в начале 2003 года на позицию менеджера отдела продаж. Следующая должность — координатор региональных продаж, потом координатор дилерской сети и, наконец, руководитель оптового направления. Я принимал участие в создании ежегодных каталогов компании, работал над выставочной активностью, проводил обучения, конференции и многие другие мероприятия в РФ и Германии. При моём участии с «0» было создано оптовое направление компании, ежегодно демонстрирующее динамичный рост. И масса других не менее интересных проектов. Ну и естественно тесное общение с партнёрами по всей России. А с чем это связано? — Просто со сменой работы. Ничего личного.

— А как восприняли Ваше желание покинуть компанию коллеги и администрация вашей компании? Ведь с Вашим уходом у компании могут возникнуть трудности в дальнейшем?

— Коллеги — да, наверное немного обиделись на меня, особенно мой отдел, но в целом отнеслись с пониманием. По поводу администрации могу сказать одно — я ухожу корректно, поэтому дирекция Компании А-Верс выполняет передо мной все свои обязательства, а я свои симметрично. Соответствующие договорённости между нами достигнуты. По поводу трудностей — я лишь часть команды, поэтому с моим

уходом, уверен, у компании в плане продаж или маркетинга трудностей возникнуть не должно. Конкурентов просьба не беспокоиться!

— Не жаль уходить?

— Конечно жаль, особенно того положения, которое давала наша продукция, а именно балансирование между рекламно-сувенирным рынком и канцелярским. Жаль расставаться с партнёрами, с коллегами... Но нужно двигаться дальше.

— Ну и самый интересный вопрос — ваше новое место работы, если не секрет?

— Нет, не секрет. Канцелярской общественности я и дальше буду мозолить глаза, правда, уже в должности Менеджера по Развитию Бизнеса представительства ТМ DURABLE (Германия) в России. И уже с начала мая. Я всегда с удовольствием общался с Сергеем Игнатьевым-старшим — многолетним руководителем представительства, покидающем компанию в этом году. С нынешней главой представительства Изабеллой Мангасарян я знаком с 2005 года, когда мы провели первую совместную конференцию во Владивостоке. Да и дальше мы шли параллельными курсами — это и совместные конференции и проект brand1roadshow, да и Компания А-Верс является одним из дилеров Durable в России. Проблем возникнуть не должно.

— Ну что же, от души желаем Вам Андрей успехов в новой должности, и заключительный вопрос — я знаю, что на рынке у Вас есть неформальное прозвище — Мистер Brunnen, так вас называют даже конкуренты, так вот вопрос — как с ним быть?

— Ну, во-первых, спасибо за пожелания, постараюсь и в новой компании радовать Вас позитивными новостями. А с прозвищем, сам не знаю, кому бы его передать?

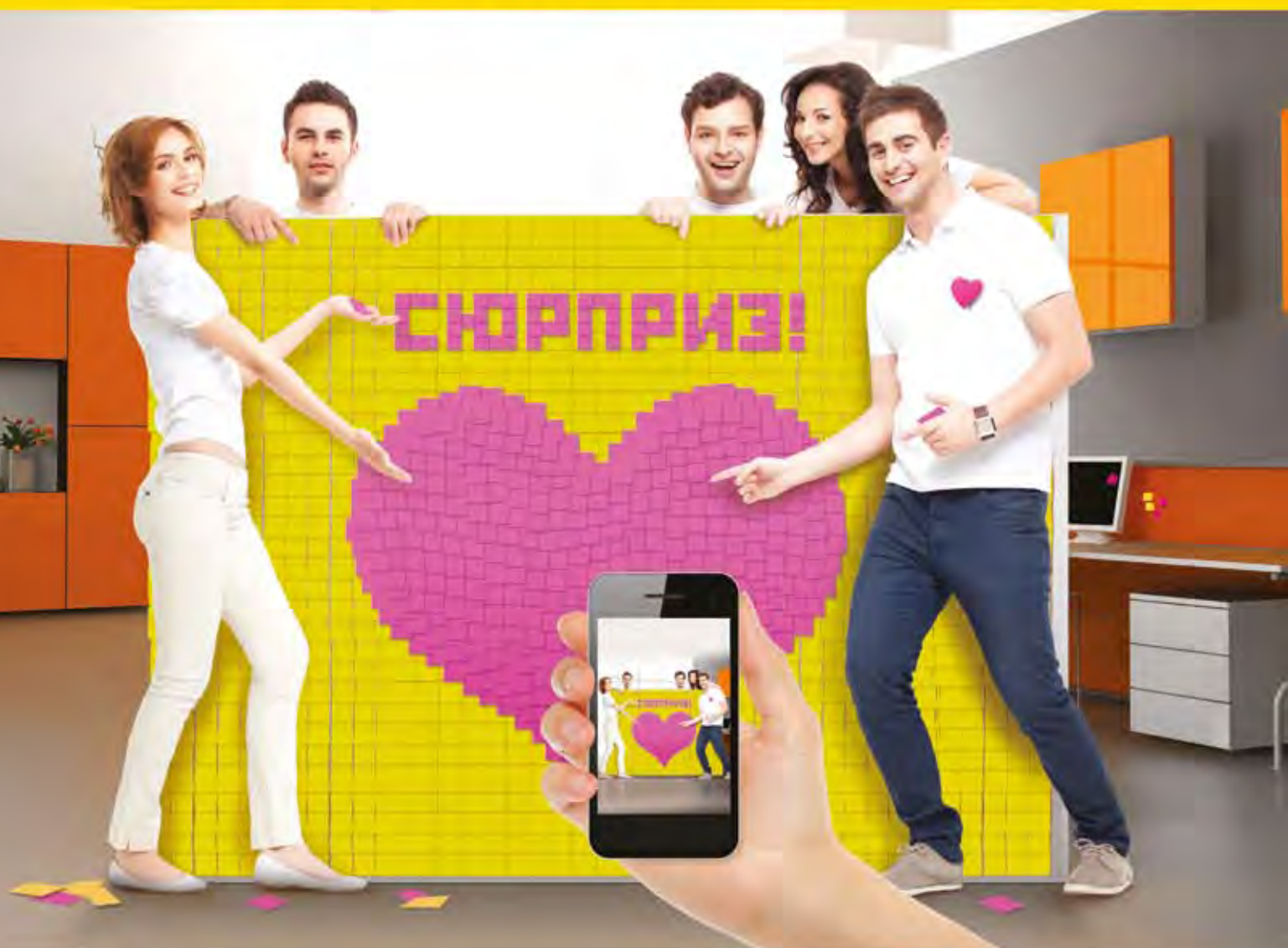
МАПП, редакция журнала «Лидер МАПП» благодарит Андрея Ильина за предоставленную информацию.





УЧАСТВУЙ В КОНКУРСЕ!

Удиви друзей яркими идеями Post-it®!



1 Создай арт-объект из стикеров Post-it®

2 Сделай фото/видео и размести на <http://vk.com/postitru> В

... и выигрывай призы!



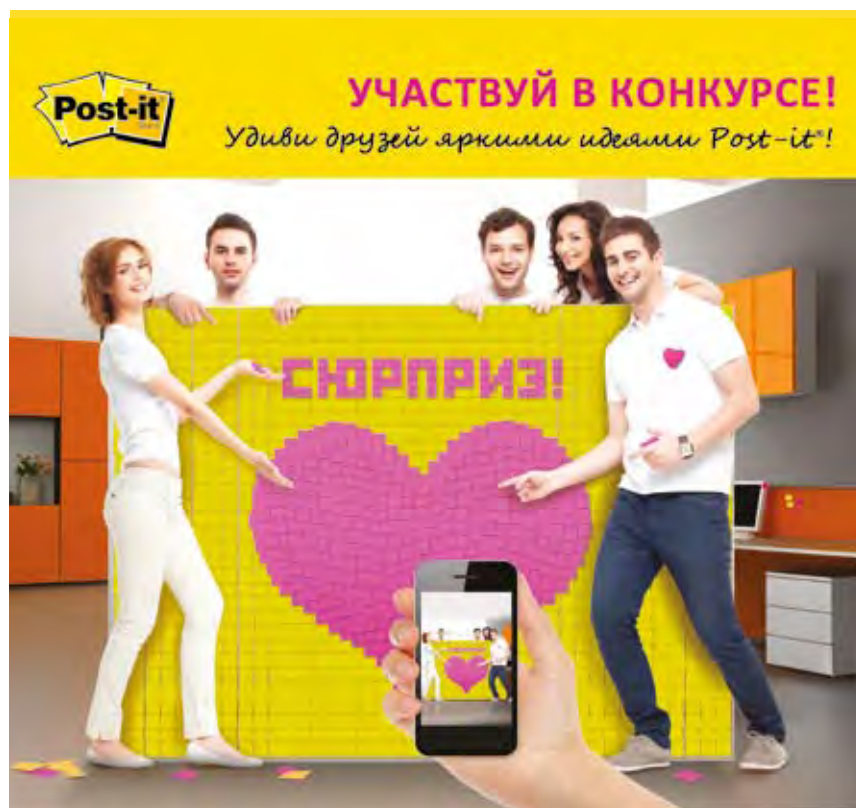
Сроки проведения акции 1 февраля - 31 мая 2013 года.
Подробности об участии, количестве призов и правилах конкурса ищи на сайте www.post-it.ru и <http://vk.com/postitru>

Организатор конкурса ЗАО «3М Россия»

3M

ВСТРЕЧАЙ ВЕСНУ С ЯРКИМИ ИДЕЯМИ POST-IT®!

КОМПАНИЯ ЗМ ОБЪЯВИЛА О СТАРТЕ КОНКУРСА «УДИВИ ДРУЗЕЙ С
ЯРКИМИ ИДЕЯМИ POST-IT®» НА САМЫЙ КРЕАТИВНЫЙ АРТ-ОБЪЕКТ



1 ФЕВРАЛЯ 2013 ГОДА стартовал Всероссийский конкурс «Удиви друзей яркими идеями Post-it®» на лучшие арт-объекты и поделки, созданные с использованием клейких листочков или закладок Post-it®.

По итогам конкурса будет разыграно 4 ноутбука MacBook Air, 17 смартфонов iPhone и 300 подарочных сертификатов от он-лайн магазина OZON.

Условия конкурса «Удиви друзей с яркими идеями Post-it®» просты — чтобы стать участником конкурса, необходимо в период с 1 февраля по

31 мая 2013 придумать оригинальное применение клейким листочкам или закладкам Post-it®, сделать фотографию или снять видеоролик, а затем выложить то, что получилось, на страничку конкурса ВКонтакте www.vk.com/postitru.

Каждый месяц жюри конкурса выбирают самый креативный и нестандартный арт-объект, который получит один из 4 ноутбуков, оклеенных дизайнерской пленкой ЗМ.

Каждую неделю путем голосования посетителей сайта конкурса будет раз-

ыгрываться приз зрительских симпатий: участник, чей арт-объект наберет большее количество голосов (лайков), получит один из 17 смартфонов.

Участники конкурса, чьи работы будут особо отмечены членами жюри, получат один из электронных подарочных сертификатов номинальной стоимостью 500 рублей для покупок в он-лайн маркетплейсе OZON.



Первый месяц конкурса, полный талантливых работ и надежд участников, уже принес удачу и призы победителям.

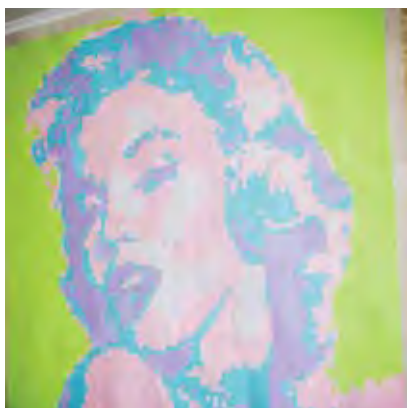
Открыла сезон побед **Катерина Онацкая**, студентка ПМГМУ им. И.М.Сеченова. Двухминутный ролик «Разукрась мир!» начинается в черном цвете, демонстрируя «серые» будни девушки. Однако героиня видео решает все взять в свои руки и самой изменить свою жизнь, сделать каждый свой день ярким и солнечным. И с помощью палитры цветных клейких листочков Post-it® ей это успешно удалось!

Уже в первую неделю конкурса было прислано около 100 фоторабот и 1 видеоролик.

Второй победитель конкурса **Сергей Чумутов** использовал для создания своего панно более 1000 разноцветных клейких листочков Post-it® и победил! А смартфон Apple iPhone уехал к Сергею в Санкт-Петербург. «Темой недели был День Святого Валентина, поэтому я решил изобразить двух целующихся влюбленных», — говорит Сергей.

Всего за вторую неделю конкурса было прислано более 30 фоторабот. Участники максимально использовали возможности клейких блокнотов, ограничиваясь только своей фантазией и воображением. Конкурсанты оклеивали разноцветной россыпью листочков окна, стены, автомобили, оставляли сообщения родным, призывали весну и лето, делали объемные цветы и сердечки, посвящая свои творения дорогим людям в честь дня всех влюбленных.

Третья победительница — **Татьяна Дайнеко** из Москвы, выложила панно в виде портрета Мерлин Монро в стиле пиксельной графики. Картина голливудской кинодивы, выполненная из разноцветных стикеров Post-it®,



теперь украшает офис московской дизайнерской компании.

«Моя работа на 100% сделана ТОЛЬКО из листочков Post-it®. Даже гелевая ручка не понадобилась для прорисовки деталей», — говорит Татьяна Дайнеко, которая стала владелицей нового iPhone модного белого цвета.

Татьяна использовала целый ассортимент разноцветных листочков Post-it® — и большие квадратные, и маленькие прямоугольные, но в основном квадратные 76x76 мм разных оттенков. Ее работа получила много положительных отзывов и комментариев от посетителей странички конкурса в социальных сетях.



ПОБЕДИТЕЛЕМ МЕСЯЦА БЕЗОГОВОРЧНО ПРИЗНАН **ЕВГЕНИЙ НЕЧАЕВ** И ЕГО ВИДЕОРОЛИК О ЛЮБВИ В СТИЛЕ «STOP-MOTION»

Победителем четвертой недели конкурса, использовав яркость и клейкость стикеров Post-it® для создания букета цветов, стал **Василий Кириченко**.

Победителем месяца безоговорочно признан **Евгений Нечаев** и его видеоролик о любви в стиле «stop-motion».

Победители определяются на еженедельной основе, причем выбор лучших работ осуществляется только между новыми заявками. Так что шансы выиграть свой приз остаются у каждого — независимо от того, когда участник решит включиться в конкурс.

Конкурс продлится до 31 мая 2013 года. Подробная информация и условия конкурса на сайте www.vk.com/postitru или на www.post-it.ru

Акции и конкурсы от бренда Post-it® традиционно привлекают огромное количество участников, желающих

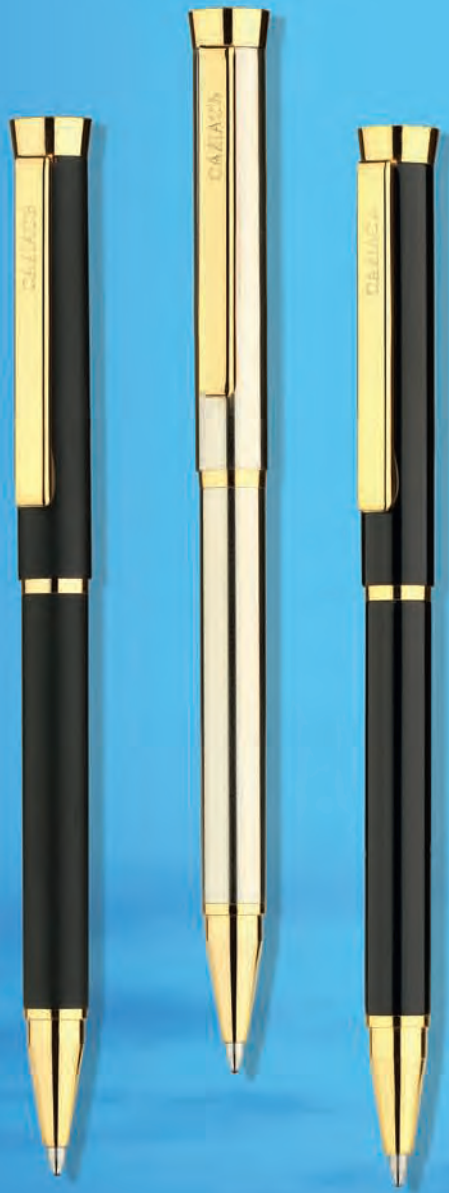
окунуться в мир творчества с известным мировым брендом канцелярской продукции. Известно, что клейкие листочки Post-it® подходят не только для работы, организации своего дня или напоминания о чем-то важном — с помощью ярких разноцветных стикеров можно выразить свои эмоции, поздравить близкого человека или сделать сюрприз, создавая необычные аппликации, арт-объекты и панно. Дизайнеры и архитекторы с удовольствием используют листочки в своей работе, а международные дизайн-студии и арт-бюро активно сотрудничают с брендом. Например, в прошлом году бренд Post-it® стал партнером международного студенческого конкурса дизайна Post-it Awards.

ЗМ Россия
Москва, +7 (495) 784 7474
(многоканальный)





САЛІАСЬ
РОССИЯ



Подарки ручной работы из серебра

с уникальными
гербовыми декорами



Столовое
серебро



Сувениры



Мемориальные
изделия



Украшения

Закрытое акционерное общество
"Великоустюгский завод "Северная чернь"

- Производство изделий из серебра
- Широкий выбор готовых подарков
- Изготовление по индивидуальному заказу


**СЕВЕРНАЯ
ЧЕРНЬ**

Россия, г.Великий Устюг, ул. А.Угловского, д.1

Тел. (81738) 2 27 07, 2 59 12

E-mail: office@sevchern.ru

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН
WWW.SEVCHERN.RU