



10 лет мы производим пакеты.
За это время накоплен огромный опыт и выполнено много интересных заказов. Изысканность исполнения, четкость каждой линии, безупречность печати — главное преимущество продукции от «КРО».
Вместе с клиентом мы создаем будущий пакет. Главное, чтобы наша совместная работа приносила радость. Радость подарка.
Я очень люблю свою работу. Каждый день к нам обращаются люди, которым нужны бумажные пакеты для упаковки подарков и сувениров.
Ведь это так важно — красивая упаковка.
Я приглашаю Вас ближе познакомиться с нашей компанией. Заказывайте новый каталог «Бумажные пакеты», приезжайте в гости.
Мы всегда готовы встретиться с Вами и вместе создать ВАШ ПАКЕТ!

Генеральный директор компании «КРО-рекламные сувениры»
ШЕСТОПАЛОВА НАТАЛИЯ НИКОЛАЕВНА



Цифровые фоторамки



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

ГАДЖЕТЫ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА!

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



USB-накопители



www.digifts.ru

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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finnndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru



TOTUS MUNDUS AGIT HISTRIONEM



«Время идей прошло, наступило
время фактов и поступков».
М.А. Бакунин

«Весь мир — театр», — восклицает персонаж не самой популярной комедии Шекспира. Красиво сказано! Но дальше старина Билл засеменял, замельчил и почти растаял на фоне такого грандиозного начала. И вправду, мир — театр, и чем дальше, тем он больше театр абсурда.

Десять лет назад, впервые посмотрев «Матрицу», я был удивлён изощрённостью идеи в основе сценария. Сейчас, через десять лет, «матрица» кажется почти реальностью, и гораздо больше удивляет теперь, что тогда мысль эта казалась такой неудобоваримой! «Миром спектакля» назвал современное общество французский мыслитель Ги Дебор. И мы действительно живём в театре, где на сцене экономической жизни разворачиваются события, разыгрываемые актёрами-правителями, а мы, зрители, допущены лишь наблюдать эти события и по знаку кого-то вовремя аплодировать происходящему на сцене. «Беспредельное накопление образов даёт зрителю ощущение того, что все позволено, но в то же время внушает уверенность, что ничего не возможно. На все смотрите, но ничего не трогайте. Современный мир становится музеем, где главным охранником служит сама пассивность посетителей», — так выражает это Дебор.

Главное достижение современной рыночной экономики — полная отоваризация жизни. Постепенное наступление рыночной философии победило все остальные формы мысли и существования. Если ещё в Средние века у людей существовала альтернатива, то в наше время, нам отведена лишь маленькая роль одного из товаров ассортимента этой жизни. В товар превращено всё, что только можно себе представить. Вера и религия из морального кодекса превратились в товар, продаваемый церковью. Однако, в условиях перепроизводства товаров, религия оказалась в Европе товаром не самым популярным, и поэтому его продаётся всё меньше. Аудитории ток-шоу и поп-концертов уже никогда не смогут сравниться по популярности с церковью. Ни один представитель христи-

анского Бога на Земле никогда не уйдёт по равной цене с хорошим хоккеистом или популярным певцом.

Что уж говорить о политических партиях? Позимствовал у церкви способ влияния на массы через идеи, к сегодняшнему дню не найдётся ни одной партии, которая бы продолжала идеологическую работу. В партии вступают и выходят из них не по причине идейных соображений или схожести точек зрения, но лишь для приобретения больших возможностей для продвижения в политике. Кому нужны идеи? Идеи умерли. На их место пришёл товар.

В семидесятые годы творческие работники спорили о роли телевидения. Является ли телевизор источником информации или частью искусства. Больше никто не спорит, ибо современное телевидение не является ни тем, ни другим. Оно стало временной заставкой на период антрактов актёров «театра жизни». «Фабрикой грёз» назвал себя Голливуд в начале двадцатого века, «фабрикой иллюзий» должно наречь себя телевидение.

Но если идеи нет, то нет и идеалов. Почти одновременно с Бакуниным, Ницше написал о смерти Богов. Идеалы сменили идолы, ибо в товарном обществе могут существовать только они. Почитание сменилось поклонением, уважение заменила покорность. Единственным мериллом ценности стали деньги, как эквивалент товара.

Был ли у России иной выход? Крах коммунистических идеалов, возврат к рыночной экономике — это лишь мелкие ступеньки одной и той же длинной лестницы. И если Россия оступилась на одной ступеньке на 80 лет, то это не значит, что она шла другим путём. Просто в театре, под названием Россия, поставили новые декорации и сменили одних актёров другими. Для зрительного зала ничего не менялось. Плата за билет на представление оставалась прежней все годы — одна жизнь за одно сиденье.



The author of this article reflects on a new stage in the history of Russia. He is witnessing ideals dying and money becoming the measure of everything. As an equivalent of goods, money enslaves the society. The market philosophy conquers all other forms of thought, the ideas passed away and the consumption came to replace them.



ЛИДЕР Z бизнес-сувениры

- ОТ РЕДАКЦИИ**
- 4** TOTUS MUNDUS AGIT HISTRIONEM
- 6** **НОВОСТИ**
- ТЕНДЕНЦИИ**
- 10** Оттенки сувенирного рынка
- 13** Подарки, которые нас удивили
- 14** Президентские сувениры
- 15** **ВЫСТАВКИ**
- ГОВОРЯТ ПРОФЕССИОНАЛЫ**
- 16** Несколько слов об оптимальном подарке
- 18** 2 года! Полет нормальный!
- 19** Давайте знакомиться!
- КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ**
- 20** Агрессивный игрок на рынке рекламного текстиля
- 22** Клиенту всегда удобно
- 23** Предпраздничные дни
- ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ**
- 24** Подарки, дары, сувениры... Путеводитель по «умным» и «функциональным» подаркам!
- 26** Новогодний тренд 2007-2008
- 29** Время, проведенное с умом
- VIP-ПОДАРКИ**
- 32** А затем можно и поохотиться
- 33** Русские калейдоскопы
- 34** Такой разный фарфор
- 35** Красота, тепло, краски и форма
- 37** Классификатор сувенирной продукции



10



16

ЛИДЕР Z офисная канцелярия

- 2** **НОВОСТИ**
- ТЕНДЕНЦИИ**
- 4** ВЕЧЕРА НА ХУТОРЕ БЛИЗ... ИМАТРЫ



18

ЛИДЕР Z №5 март

Президент МАПП:
Лео Костылев
info@finndesign.ru

Редактор журнала:
Александра Сойту
info@iapp-spb.org

Художественный редактор:
Алексей Чачин
schachin@mail.ru

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Михаил Вишнеvский

Сотрудники МАПП:
Алла Алейникова,
Галина Дроздова,
Татьяна Улисова,
Валерия Сергееvко,
Ольга Устимчук

Дизайн, верстка:
«ГОСПОДИН ПЕЧАТНИК»
Нина Шашихина
Александр Шашихин

Web-дизайн, фото:
Василий Тюленев
supercell@mail.ru

Адрес редакции: 192007, Россия,
С-Петербург, ул. Днепропетровская, 65
Тел. +7 (812) 766-09-66, 766-68-90
Факс +7 (812) 766-09-77
E-mail: info@iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка по собственной базе данных, на имя руководителя фирмы – конечно-го заказчика рекламно-сувенирной и канцелярской продукции.

Журнал в розничную продажу не поступает. Подписка оформляется через редакцию.

Информационная поддержка:
Радио «Эхо Москвы»
Печать: Типография «Цвет-Принт»
Роменская, 10. Тел.: (812) 336-45-68
Уст. тираж : 10000 экз.
Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-4881 от 13 декабря 2000 г



28

Подарок в русских традициях

«Русский элитный подарок» представляет коллекцию эксклюзивных подарочных подстаканников из латуни, изготовленных методом художественного литья с прорисовкой мельчайших деталей сюжета. В коллекции представлены подстаканники различных тематик: патриотической («Гербовый Орел», «Георгий Победоносец», «Держава»), охотничьей (с сюжетами охоты на волка, кабана, медведя, лося, лань, глухаря), деревенской («У самовара», «Гармонист»), сказочной (с сюжетами из сказок Пушкина, Бажова, Ершова). Также в наличии имеются подстаканники, которые можно считать чисто женским подарком, — «Весенний», «Летний», «Букет», — с изображениями цветов, бабочек и стрекоз. Возможно изготовление подстаканников с символикой или сюжетом заказчика.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике «VIP-подарки, Наборы для пикника».

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

ООО «Агентство Гармония» продолжает работу над фильмом

Научное судно «Академик Федоров» с участниками Международной антарктической экспедиции приступило ко 2 этапу работы. Вместе с учеными на борту находится профессиональная съемочная группа ООО «Агентство Гармония» в составе режиссера-оператора Сергея Володина и оператора Ирины Маликовой. Сейчас они занимаются тестированием видеокамеры Panasonic и фотокамеры Nikon D200 с различными объективами в условиях экстремально низких температур и съемкой событий, происходящих на корабле. Итогом всей работы станет организация выставки и выпуск фильма «Антарктида. Загадочный мир», который будет транслироваться по телеканалам России и других стран. ООО «Агентство Гармония» приглашает заинтересованных рекламодателей принять участие в проекте. Организаторы выражают благодарность представительству компании «Nikon» в России за предоставленную фототехнику.



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

ООО «Агентство Гармония», г. Москва

Цифровая печать для смелых дизайнерских решений

ООО «Луми-Лайн» предлагает новейший метод нанесения полноцветного изображения на текстиль — цифровая печать. Клиенты компании могут заказать полноцветное изображение от 1 штуки на готовых промо-изделиях. «Луми Лайн» печатает на детской одежде, футболках, сумках, вязаных шапках и свитерах, джинсах, а также в край изделия, на карманах и швах. Возможности оборудования компании помогут дизайнерам и модельерам создать неповторимый образ изделия: репродукции картин, календари из ткани, подушки с Вашим дизайном или логотипом станут незабываемым подарком коллегам и друзьям. Познакомиться с образцами печати и оборудованием можно в офисе компании «Луми-Лайн».



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

«Луми-Лайн» г. Москва

В РПК «Елена» оптимизировали производство офсетной печати

Рекламно-производственная компания «Елена» в декабре 2007 года ввела в эксплуатацию новую единицу оборудования. Офсетная шестисекционная машина Heidelberg SPEED MASTER SM 52-6H позволяет печатать на формате бумаги А3+. В дополнение к ней запущен новый резальный станок Polar-78. Нововведения позволили компании оптимизировать срок печати и максимально эффективно решать всевозможные задачи клиента.



Контактную информацию о фирме Альфа-сувенир.ру, которая является подразделением РПК «Елена», Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Нанесение методом тампопечати».

РПК «Елена», г. Москва

Рекламная компания «Аврора» расставляет акценты

Рекламная компания «Аврора» объявляет об окончании проведения ребрендинга. Изменения коснулись не только фирменного стиля компании, так же в течение 2007 года значительно расширен круг поставщиков из стран юго-восточной Азии и Европы, за счет чего планируется значительно обновить ассортимент поставляемой рекламной продукции. Основной акцент будет сделан на поставку hi-tech сувениров и нестандартных рекламных носителей, при этом сроки поставки продукции под заказ не будут превышать десяти рабочих дней.



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

Рекламная Компания Аврора, г. Санкт-Петербург

Компания «Арион» меняет офис

Рекламно-производственная компания «Арион» информирует своих настоящих и потенциальных клиентов о переезде в новый офис. Несмотря на смену адреса, «Арион» продолжает также качественно делать свою работу. По-прежнему действует швейный цех и круглосуточное производство по нанесению логотипов, что позволяет удовлетворить самые высокие требования заказчиков в сжатые сроки и без потери качества. Неизменным остается и кредо компании: «Успех нашего клиента — это наш успех».

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

Рекламно-производственная компания «Арион», г. Москва



Креативная упаковка с новыми возможностями от «ДПС Медиа»

Компания «ДПС Медиа» запустила новую линию по УФ-лакированию. Благодаря этой технологии стало возможно производство неповторимой и индивидуальной упаковки. Специальный глиттерный лак или выборочный УФ-лак сделает упаковку или открытку клиента яркой и неповторимой. Послепечатные возможности новой линии уже по достоинству оценены в новогодних поздравлениях и подарках 2008 года.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Полиграфия — все виды услуг».

ООО «ДПС медиа», г. Москва

Ценные бумаги стали подарками

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



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

РА «Фабула» г. Москва

Каталог компании «Giftman» стал больше

Каталог компании «Giftman» расширился до 3000 позиций. В первую очередь в нем представлены предметы декорирования интерьера: аромалампы, аромамасла, благовония, предметы фэн-шуй, кальяны, картины, вазы и многое другое.

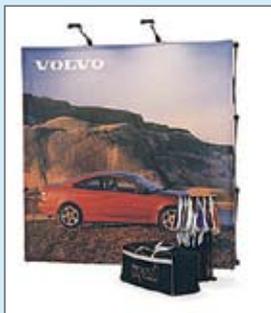


В преддверии праздников 23 Февраля и 8 Марта, «Giftman» предлагает новинки: изделия из керамики, статуэтки из полистоуна и свечи.

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

Компания Гифтман, г. Москва

Компания «GreenLux» представляет уникальную мобильную конструкцию



Петербургская компания «GreenLUX» предлагает уникальную конструкцию: Expand MedicFabric — это единственная конструкция, которую не надо монтировать, а достаточно просто вынуть из сумки и развернуть. Expand MedicFabric состоит из раскладывающейся алюминиевой решетки и не имеет отделяемых элементов. Изображение на немнущейся ткани прикреплено при помощи велкрооточка. Благодаря этому, сборка и разборка конструкции занимает менее минуты. Дополнительно предлагается практичная транспортировочная сумка на колесах. Конструкцию можно заказать в компании «Green LUX». Теперь, для удобства клиентов, в компании работает отдел доставки продукции.

Компания «GreenLUX», г. Санкт-Петербург

Оборудование для персонализации сувенирной продукции по доступной цене от «ДжейЭнн»!

Группа компаний JN начала поставлять на российский рынок настольный лазерный гравер модель JNSA-9060S для производства сувенирной продукции. Гравер имеет небольшие габаритные размеры, что позволяет использовать его даже на небольшом столе. Размер рабочего стола 300x400 мм, пределы регулировки по вертикали вручную — 280мм, авто — 350мм. Скорость гравировки 5-800мм/с, скорость резки 3-200мм/с, предел хода головки до 8мм, минимальный размер элемента 1мм. Предназначен для гравировки и резки по дереву, пластику, резине, стеклу, окрашенным и неокрашенным металлам, фарфору, кости, кожаной одежде, граниту, синтетическим кристаллам и т.д. Возможно использование при изготовлении кожаной одежды: выкройка, нанесение маркировки и декоративных украшений на кожаную продукцию.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Широкоформатная печать».

Группа Компаний «ДжейЭнн», г. Санкт-Петербург

Мужчинам — шапки, женщинам — рукавички



Тем, кто хочет порадовать своих сотрудников в канун весенних праздников, готова помочь компания ООО «НеваЛинна». Фирма начала новое производство банных шапок для мужчин с нанесением фирменной символики предприятия и печать на кружках. Для женщин предлагается в подарок махровые полотенца с их именами, кухонные фартуки, прихватки и рукавички с нанесением логотипа.

Компания «НеваЛинна», г. Санкт-Петербург

Новая услуга — флексопечать!

Типография «Эпиграф» ввела в строй узкоролунную четырехкрасочную флексографическую машину для производства самоклеящихся этикеток. Максимальное поле запечатки и высечки — 295x125 мм. Еще одно новое предложение «Эпиграфа» — полиэтиленовые пакеты с нанесением шелкографии. Все подробности на сайте типографии.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках «Нанесение методом флексопечати» и «Полиграфия — все виды услуг».

Типография «ЭПИГРАФ», г. Санкт-Петербург

**ТИПОГРАФИЯ
ЭПИГРАФ**

Весна — время для праздников

Компания «НЕОивент» предлагает свежие решения по организации корпоративных мероприятий. «Международная Дамская Вечеринка» — оригинальный формат празднования 8 Марта — одного из самых романтических и тёплых праздников. К открытию навигации приурочен праздник «Весеннее пробуждение» — путешествия на теплоходах с весёлой развлекательной программой по сказочному и завораживающему Санкт-Петербургу. Сотрудники компании «НЕОивент» — молодые, обаятельные, жизнерадостные профессионалы ивент-менеджмента. В их силах организовать праздники, конференции, семинары и выставки. Цены компании — доступные и гибкие.

ООО «НЕОивент», г. Санкт-Петербург



Новинка российского рынка — монетница из стекла!

Компания НОЭКС приступила к поставкам на российский рынок монетниц из стекла. По технологии производства монетницы подразделяются на два типа: из формированного и гнутого стекла. В формированном стекле рекламным носителем выступает полиграфическая вставка (мелованная глянцевая бумага плотностью 200 г/м²). Форма таких монетниц: круг (арт. 086), прямоугольник (арт. 087) и квадрат (арт. 088).



Рекламный носитель в конструкции из изогнутого стекла — самоклеящаяся зеркальная наклейка (прозрачная плёнка ORACAL), прикрепленная к нижней части стекла. Для таких монетниц используется стекло толщиной от 3 до 10 мм. Одно из преимуществ стеклянных монетниц в том, что, кроме элегантного и престижного вида, они устойчивы к царапинам.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубриках «Стерео-варио реклама», «POS-материалы».

Компания НОЭКС, г. Москва

Нестандартные идеи и оригинальные решения



Компания «Пири Медиа» представляет эксклюзивный рекламный носитель — Автоскроллер. Скроллерный механизм прокручивает до семи слайдов с каждой стороны и оснащен подсветкой. Имеет полноценный грузовой отсек, который может быть использован по усмотрению рекламодателя и который дает Автоскроллеру право перемещаться по всему городу без ограничений по любому выбранному рекламодателем маршруту.

«Пири Медиа», г. Москва

ПроБюро: к Пасхе готовы!

27 апреля Россия будет отмечать Пасху, но готовиться к празднику надо уже сейчас. Компания «ПроБюро» начинает продажу пасхальной продукции «HERLITZ» по специальным ценам! В предложение входит упаковочная бумага, подарочные пакеты и бумажные салфетки — всё с жизнерадостными весенними рисунками. Традиционно символами Пасхи становится всё, что выражает свет, жизнь и радость. Пасхальная линия «HERLITZ» выпускается специально к празднику и полностью отвечает традициям.

«ПроБюро» позволяет совместить приятное с полезным: купить искусно декорированную подарочную атрибутику высокого качества!

«ПроБюро», г. Москва



Компания «PromolineGroup» собрала коллекцию VIP-подарков

Компания «PromolineGroup» предлагает вниманию новое направление — сувенирная продукция VIP-класса со склада в Москве. Все представленные позиции отображены в каталогах: «Carven», «Cerruti», «Smalto», «Charles Jourdan», «Jean-Louis Scherrer», «Ungaro». Кроме этого, если необходимого продукта нет на складе в Москве, компания предлагает доставку напрямую из Европы любой продукции каталога в требуемых количествах. Новое предложение для партнеров компании — скидка на весь ассортимент 30% и бесплатная доставка по Москве.

«PromolineGroup», г. Москва



«Особых подарков» стало больше

Компания «Особые подарки» расширяет свой ассортимент. В марте на рынок выходит новый бюджетный каталог Promotion Tops, который можно будет заказать, обратившись в компанию с запросом. Заказчики сувенирной продукции найдут в каталогах компании огромный выбор востребованных бизнес-подарков.

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

Компания «Особые подарки», г. Санкт-Петербург

Новые коллекции готовой подарочной упаковки

К праздникам 23 Февраля и 8 Марта Интернет-магазин «Дарите Красиво.РУ» предлагает новые коллекции готовой подарочной упаковки. Вы можете выбрать интересные тубусы собственного производства, пакеты, коробки, мешочки, ленты, банты и многое другое.

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

Компания Правила Успеха, г. Москва



Оригинальные сувениры нового сезона от компании «Синий лен»



Компания «Синий лен» предлагает в новом сезоне оригинальную текстильно-сувенирную продукцию, а также сувениры из дерева, ёмкости для напитков, глиняные изделия. Кроме этого, клиент компании может выбрать продукцию из ассортимента льняных тканей и различных изделий из них. «Синий лен» разработает дизайн и изготовит по заказу клиента оригинальное столовое и постельное белье, национальную одежду для промоушн-акций, банные аксессуары и различную текстильную упаковку с применением машинной вышивки.

Контактную информацию нашей компании Вы можете узнать в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Бизнес-сувениры оригинальные».

ООО «Синий лен», г. Москва

Магнит притягивает новые производственные компании



Производственная компания «Экон-Пресс» увеличила мощности по производству рекламных магнитов. Теперь мы предлагаем корпоративным клиентам в дополнение к уже существующим услугам, таким как оперативная полиграфия, изготовление пакетов и коробок, рекламной и сувенирной продукции, дополнительный вид услуг — изготовление рекламных магнитов, что позволит нашим заказчикам с большой отдачей заявить о своей продукции и услугах.

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

ООО «Экон-Пресс», г. Москва

Ацтекский календарь — новый оригинальный подарок

Скульптор Игорь Селезнёв предлагает новый оригинальный сувенир — авторскую копию ацтекского календаря. Репродукция имеет в диаметре 90 сантиметров (оригинал — более 3 метров). Материалы, которые используются для создания календаря — гипс и тонировка.

Календарь, предназначенный для исчисления дней, месяцев и лет, представляет собой историю мира согласно космологии ацтеков. В центре изображено Солнце, окруженное символами движения и еще четырьмя солнцами, символизирующими четыре эры, предшествующие миру ацтеков: эры Тигра, Воды, Ветра и Огненного Дождя.



Творческая мастерская Игоря Селезнёва
 tataset@yandex.ru
 г. Москва

Новые возможности типографии «Софит»

Рекламно-полиграфический центр «Софит» расширяет парк оборудования: добавился каландровый рулонный термопресс Corona 1700DST (ширина печати 1,6м).

С его помощью можно изготавливать одежду, флаги, перетяжки, декорации, элементы интерьера и многое другое. Главное преимущество: устойчивость изображения приравнивается к сроку эксплуатации самого изделия.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Широкоформатная печать».

Рекламно-полиграфический центр «Софит», г. Санкт-Петербург

Королевская упаковка для шампанского

Московская рекламно-производственная компания «ТРЭЙН плюс» разработала и приступила к производству подарочной VIP-упаковки для шампанского.

По мнению ведущего дизайнера компании Елены Михайленко, лучшим названием для этой упаковки будет «Королева».

Упаковка «Королева» выполнена из бархата и парчи. Нанесение логотипов и дизайнов осуществляются современными технологиями. Особенно эффектно логотипы из золота и серебра. Шампанское в VIP-упаковке «Королева» — достойный подарок женщине, именно он подчеркнет её высокий статус и очарование.



Рекламно-производственная компания «ТРЭЙН плюс», г. Москва
 www.trainplus.ru

Расписной галстук — новый уникальный подарок

Член Союза художников России Вера Васькова представляет новую творческую разработку — сувениры для презентации. К ним относятся: шелковые галстуки ручной работы и с авторской росписью, шелковые платки с видами Москвы, городов и округов.

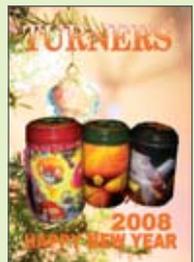
Автор также предлагает выполнить художественные работы на заданные темы.

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

Художник Вера Васькова, г. Москва



Чай как оригинальный бизнес-сувенир



Компания «Meera Overseas» — поставщик высококачественных сортов чая из Китая, Индии и Шри-Ланки представляет новинку на рынке бизнес-сувенирной продукции — чай фасованный, в подарочной упаковке из фарфора и жести. Компания выполнит любой корпоративный заказ на эту продукцию.

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

Компания «MEERA OVERSEAS», г. Москва

«X-Line» предлагает еще больше текстиля

Швейный цех компании «X-Line» расширил парк оборудования и ассортимент производимой продукции. Наряду с промо-одеждой и майками, компания предлагает пошив сумок, подушек, ковровых дорожек, уличных зонтов и многое другое. На всю продукцию выполняется полноцветная печать сублимационным способом, что делает изображение абсолютно устойчивым к стирке, ультрафиолету, механическим нагрузкам и наиболее оптимальным для использования на улице.



«X-Line», г. Москва

Рекламщики узнают больше о текстиле

Компания «ЛеонДирект» в рамках выставки «Дизайн и реклама» организуют семинар, посвященный рекламно-текстильной продукции марок Hanes и Stedman. Семинар проведут ведущие специалисты рекламно-сувенирной отрасли: Президент МАПП Лео Костылев и менеджер по продажам в



Восточной Европе марок Hanes и Stedman Игорь Башков. Мероприятие состоится 5 марта, в Центральном доме художников (г. Москва), время проведения с 16:00 до 18:00, начало в 16:00. Принять участие в семинаре может любой желающий.

Напомним, что 14 выставка рекламной индустрии «Дизайн и реклама» пройдет в Москве с 4 по 7 марта 2008 года.

«ЛеонДирект», г. Москва

МАПП меняет адрес

В марте этого года офис Международной ассоциации презентационной продукции (МАПП) переезжает в новое здание. Смена адреса обусловлена ростом организации и расширением штата сотрудников. Теперь деятельность по продвижению рекламно-сувенирных фирм, а также издание журналов «Лидер МАПП» и «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса» будет осуществляться по адресу: Большой Сампсониевский проспект, дом 60 (станция метро Выборгская).



Международная ассоциация презентационной продукции, г. Санкт-Петербург

ОТТЕНКИ СУВЕНИРНОГО РЫНКА

Автор: Александр Лёвкин

В среднем фирма тратит 5-10 % своего рекламного бюджета на покупку бизнес-сувениров. Сумма может быть и не очень большая, но спектр выбора самих сувениров практически безграничен. Журнал «Лидер» выяснил, на какие именно бизнес-сувениры были израсходованы эти самые 5-10 % в 2007 году.

Мы провели два опроса — количественный и качественный. В первом случае обзвонили 50 фирм и спросили сотрудников, непосредственно отвечающих за покупку сувениров, какие сувениры использовались в прошлом году для презентации фирмы, какие — в качестве корпоративного подарка для сотрудников и какие — в качестве VIP-подарка. Во втором, мы более обстоятельно поговорили с поставщиками сувенирной продукции о том, какие позиции в их каталогах были наиболее востребованы.

Результат не стал неожиданностью. Как и прогнозировали аналитики, рынок постепенно растет и развивается, бизнес-сувениры всё четче формируют этикет делового общения и всё

более действенны в качестве инструмента рекламы и носителя корпоративного стиля.

«Ручки, канцелярия, ежедневники»

Как и в любой области, в сувенирной тоже есть свои предпочтения. И это, конечно, ручки — краеугольный камень, на котором стоит и развивается рынок бизнес-сувениров. Практически каждая из опрошенных фирм использовала ручки. Они и носитель корпоративного стиля, и хороший раздаточный материал на выставках и промо-акциях, а некоторые модели — отличный VIP-подарок для особенно дорогих сердцу партнеров и клиентов. Благодаря многолетней практике использования, функциональности, относительно недорогой себестоимости и широкому полю для нанесения, они стали символом сувенирной отрасли. Это подтверждают 17% опрошенных нами респондентов.

Наравне с ручками, существенную долю рынка занимают другие офисные аксессуары — ежедневники, блокноты, визитницы, календари и другие маленькие, но очень нужные вещицы. Те, кто принимает подобные подарки (а это практически каждый первый), испытывают к ним двойственное отношение — вроде уже и оскомину набили, но и без них никуда. Поэтому ждут к новому году и в первых числах сентября офисные работники заветные ручки и ежедневники. Эти предметы уже стали основой современного российского бизнес-этикета. Впрочем, в Европе они таковыми являются уже на протяжении многих десятков лет, там канцелярия давно и прочно занимает лидирующие позиции в качестве корпоративного подарка и презентационного сувенира. Крупнейшая европейская сувенирная выставка PSI сверху донизу заполнена разнообразной канцелярией. И в этом, если подумать, нет ничего плохого. Другое дело, что даже «банальную» канцелярию надо дарить не абы как, ткнув в первую попавшуюся позицию в каталоге, а держа в голове цели подарка и учитывая позиционирование фирмы. Желательно также, если позволяет бюджет, вместе с канцелярией дарить сопутствующий оригинальный подарок, пусть даже элементар-

ный символ нового года. «В прошлом году на промо-акциях мы дарили качественные ручки марки Prodir с нашим логотипом. Причем подбирали специально темно-бордовые, чтобы подходили под цвет вина. Среди других призов были сопутствующие нашей продукции сувениры — штопоры, бокалы, салфетки и так далее», — делится опытом директор отдела рекламы и маркетинга производителя вин компании «Дионис Групп» Лариса Бондарчук.

Это же относится к ежедневникам. Конечно, нет ничего плохого в том, что вы дарите не очень дорогие ежедневники сотрудникам, а с обложкой из натуральной кожи своим VIP-клиентам. Но в любом случае надо соблюдать некоторые правила: подобрать нужный цвет, не обольщаться на широкое пространство для нанесения (скромного логотипа достаточно), не дарить его в мае. Интересную тенденцию подметили в «Центре Ежедневников», относящихся к рекламной группе «АВС»: в прошлом году предпочтение было отдано более дешевым ежедневникам из кожзаменителя, хотя раньше был спрос на натуральный материал. И, что интересно, со складов буквально смели ежедневники с синей обложкой и голубыми страницами. В другой компании рассказали, что спросом пользовались ежедневники в мягкой обложке на полускрытой спирали. Они немного дороже своих собратьев в твердом переплете, которые, по мнению компании, стали пользоваться несколько меньшим спросом. Исходя из вышеказанного, совершенно точно можно сказать только одно — рынку уже мало одних классических ежедневников, и сюда хочется добавить «изюминку».

«Текстиль и посуда»

Эти две позиции, хоть и набрали скромные 5 и 7% соответственно, играют важную роль в корпоративной жизни. Особенно текстиль — довольно распространенный подарок внутри фирм. Не говоря уже о том, что это первая вещь, которую заказывают для промо-акций, но только в качестве одежды для промоутеров. Сотрудникам же предпочитают дарить бейсболки и футболки с длинным рукавом.



Повышение спроса на текстиль, как и на многие другие подарки, происходит ближе к весне. Администратор Интернет-магазина «Подарок» Андрей Ничиков отметил: «В зимний сезон часто поступают заказы на «что-то теплое»: от фирменных текстильных комплектов (шапка, перчатки, шарф) до валенок». В качестве VIP-подарка текстиль не получил широкого распространения. Исключения составляют только, пожалуй, пледы.

Что касается персонализации, то текстиль предоставляет здесь широкие возможности. При желании, можно скромно и элегантно выполнить логотип на кармашке рубашки-поло, или применить жаккардовое плетение (рисунок вплетается непосредственно в ткань), а можно придумать креативную футболку. Лично видел у приятеля футболку с кроссвордом на спине, которую он получил на презентации одной IT-компании. Не стоит говорить, что каждый встречный с интересом разгадывал несложный кроссворд, тем самым не только запоминал логотип, но и понимал, чем занимается фирма. Кроме того, такая вовлеченность — дополнительный пункт лояльности у потенциального клиента.

Сфера применения посуды схожа с текстилем — промо-акции и корпоративные подарки. Здесь предпочтению отдают удобным для размещения логотипа кружкам. Менее популярные бокалы чаще дарят женщинам, а VIP-клиентам — винные наборы или фондю. «Мы всем коллективом подарили своему директору набор хороших кастрюль», — рассказал один респондент.

«Алкоголь и сладости»

По-хорошему, этому разделу стоило бы уделить больше внимания, возможно, посвятить целый номер (что мы и постараемся сделать в ближайшем будущем). В классификации оригинальных подарков алкоголь и сладости так же популярны, как ручки и ежедневники — в традиционных. И в этом нет ничего удивительного — бутылка шампанского и коробка конфет такой же практичный и всегда востребованный подарок. Став уже классическим, причем давно и не только в бизнес-среде, но и в повседневной жизни, алкоголь уверенно набирает обороты и в скором времени займет лидирующие позиции среди популярных подарков. Тем более в нашей, извечно хмельной стране. По скромным подсчетам, в прошлом году его подарили две большие цистерны и одну маленькую бочку. «Мы тоже получили в дар много алкоголя и конфет, — вспоминает коммерческий директор рекламного агентства «Акцент» Татьяна Панцyreва. — Хочу отметить, что в этом году было особенно популярно



Популярные бизнес-сувениры 2007

- 1 — Ручки (17%)
- 2 — Не используют (13%)
- 3 — Календарь (10%)
- 4 — Кожа (8%)
- 5 — Эксклюзив (8%)
- 6 — Посуда (7%)
- 7 — Сладости (7%)
- 8 — Алкоголь (7%)
- 9 — Текстиль (5%)
- 10 — другое (своя продукция, USB, часы, упаковка, деньги, игрушки)

дарить шампанское и весь прочий алкоголь с фирменной этикеткой». Упаковка — очень важный момент, если вы вручаете своим партнерам алкоголь или конфеты. Ибо съедобный подарок не предназначен для долгого хранения. Беглый взгляд на этикетку с логотипом — максимум на что можно рассчитывать. Поэтому постарайтесь сразу удивить получателя подарка чем-то необычным, тогда и память о нем проживет существенно дольше. Помимо скромного бантика и логотипа на этикетке, можно подобрать интересный футляр в виде Деда Мороза, если подарок делается на Новый год, или камуфляжного тубуса — для защитников Отечества. Но и этими мерами полет фантазии ограничивать не надо. Чем он выше, тем лучше ваш подарок выполнит свою функцию — напоминать о своем дарителе снова и снова. Но рекламный креатив всегда находится в рамках определенных целей и задач. Поэтому надо заранее подумать, как фирма будет представлена на подарке. Среди вариантов: информацию можно интересно разместить на самой упаковке, либо вложить маленькую открытку с поздравлением.

«Эксклюзив»

Важность «неординарности» подарка особенно четко понимают 8% наших респондентов, попавших в раздел «эксклюзив». Сюда входят как совсем экзотические наборы, типа японского саке вместе с японским символом нового года и открыткой из Страны Восходящего Солнца, так и, например, канделябр на 7 свечей. Конечно, в основном такие подарки делаются в классе VIP. «Мы стараемся узнать об увлечениях наших партнеров и преподнести соответствующие подарки. В прошлом году дарили компас человеку, который интересуется морской тематикой», — рассказывает менед-

жер по маркетингу и рекламе компании «Lintec» Людмила Белозерская. И именно у таких подарков большой шанс занять нишу в сердце вашего партнера. Кроме того, чуть меньше года назад в отраслевой прессе была заметка, где эксперты отмечали увеличение спроса на дорогую новгородную продукцию и повышение интереса к оригинальным и эксклюзивным подаркам.

Нанесение логотипа на VIP-подарок должно быть предельно осторожным. Иногда оно ограничивается просто информацией на упаковке или вложенной визиткой, но если вы решили «забрендировать» сам подарок, постарайтесь сделать это красиво —





лучше всего подойдет лазерная гравировка. Приветствуются дарственные надписи: «От фирмы X компании Y. В знак взаимовыгодно сотрудничества». На текстиле, где лазерная гравировка невозможна, свой логотип можно добавить технологией жаккардового плетения или приделать аккуратный кожаный шильд с тиснением.

«Разное»

Самый значительный процент составили категории подарков, которые не преодолели 5% барьер. Это подарки из ассортимента собственной продукции, денежные премии, подарочные сертификаты, упаковка (пакеты, конверты), часы, игрушки. Наиболее интересна, в рамках этой статьи, другая позиция раздела «разное» — USB-устройства.

Через USB-порт к компьютеру сейчас можно подключить что угодно — от вентилятора до аромалампы. Инженерная мысль разработчиков каждый сезон подкидывает сувенирному рынку новые гаджеты. Однако наибольшей популярностью продолжают пользоваться так называемые «флешки». Всегда нужный и практичный подарок, этот электронный носитель информации можно, пожалуй, отнести к разряду канцелярской продукции (у нас в редакции даже возник небольшой спор по этому поводу). Их дарят в таком количестве, что теперь вместо удивления они кладутся рядом с ручками в ящик «просто полезных вещей». Правда, границы оригинальности здесь шире — можно, например, подарить флешку с кодовым замком. Но сверхоригинальных новинок почему-то побаиваются. По словам Андрея Ничикова, крупные заказчики предпочитают проверенные вещи, новинки покупают в единичных экземплярах, им необходимо время, чтобы освоиться на полках «сувенирщиков». «Ручка со встроенной флеш-картой раскупалась только в прошлом году, хотя появилась еще в 2006. На новинки 2007 — персональная сирена-сигнализация и фонарь-мегафон — спроса не было», — подытожил Андрей Ничиков.

Среди достоинств гаджетов отметим, что за достаточно небольшую цену можно приобрести весьма оригинальный подарок, которым будут пользоваться и в офисе, и дома. При этом у большинства USB-устройств, в том числе и у флешки, широкое поле для персонализации.

Тенденции

Рынок сувенирной отрасли меняется вместе с российским бизнесом. «Сувенирку» вообще можно назвать зеркалом отечественного бизнеса — требуются качественные подарки, значит и предпринимательская деятельность стала

качественней. Есть понимание, почему именно этот сувенир нужен, тогда и с финансовыми вложениями вопросов не возникнет.

«Если раньше тенденция сводилась к ежедневникам и визитницам, то сейчас выбирают более интересные и, что немаловажно, практичные VIP-подарки. Клиенты спрашивают наборы для пикника, скакалку с шагомером, устройство, чтобы не заснуть в машине, плед, термос с кружкой. Но особенно мне запомнился столик, ножка которого представляла два поставленных друг на друга колеса и со стеклянной крышкой, в которую были вмонтированы часы с неоновой подсветкой», — говорит заместитель директора рекламного агентства «Рекламир» Наталья Парусова. Зарождающуюся смену приоритетов также отметила менеджер компании «Ренессанс-Колледж» Светлана Яковлева: «Лидерские позиции среди бизнес-сувениров и подарков продолжают удерживать канцелярские и офисные принадлежности. Одновременно все большую популярность приобретают гаджеты и подарки для отдыха. Компании понимают, что более эффективно

дарить предметы, которые партнеры будут использовать дома, на отдыхе, в путешествиях — это наборы для пикников и барбекю, пледы и многое другое. Эта группа товаров показывает наибольшие темпы роста».

Перспективы у сувенирной отрасли действительно благоприятные. Это не только ведет к увеличению прибыли поставщиков и производителей сувениров, но и говорит о здоровье всего российского бизнеса в целом. Стремление не к сиюминутной прибыли, но построению долгосрочных отношений и с клиентами, и с покупателями и, конечно, с сотрудниками предприятий. Именно это — одна из важнейших функций бизнес-сувенира и к этому, хочется верить, стремится российский бизнес.

Последняя цифра в этой статье — 13% опрошенных, которые не используют бизнес-сувениры в своей работе. Но сюда также входит процент опрошенных, которые в ближайшем времени планируют впервые заказать для своей компании партию ручек или брелоков, а на 8 Марта поздравить своих сотрудниц цветами и бокалом шампанского.



This article is an analytical research based on two surveys conducted by the IAPP. It tells about new tendencies in the sphere of business presents and souvenirs. Stationary and diaries remain to be on leading positions in terms of their popularity. Presents made of textile as well as alcohol and sweets give way to presents related to rest and leisure which are coming into fashion. The industry of USB gadgets has good prospects.





дарков выделялась коробка дорогих конфет, сделанных на заказ и упакованных в виде больничного чемоданчика. Нашей компании, как производителю медицинского оборудования, такой подарок очень в тему».

Система интеграции «Lintec», менеджер по маркетингу и рекламе Людмила Белозерская: «Нашу компанию завалили подарками. Ничего особо не запомнилось, кроме пледа. Хороший такой плед специальный, для пикников».

Рекламное агентство «Акцент», коммерческий директор Татьяна Панцырева: «В этом году особенно популярно было дарить шампанское и прочий алкоголь с фирменной этикеткой. Но мне понравился набор елочных игрушек от «Эхо Москвы» и небольшая вышитая наволочка для диванных подушек».

Рекламное агентство «Рекла-МИР», заместитель директора Наталья Парусова: «Из новогодних подарков мне очень понравился необычный календарь-трансформер по принципу кубика Рубика. Сложно рассказать, как он функционирует, это надо видеть. Отмечу также эффектную открытку с гравировкой на зеркальном пластике и ювелирную мышь — символ нового года».

Рекламное агентство «Спорт-Реклама», коммерческий директор Хаким Оксана: «Получила в дар глиняную крысу на лыжах и с шарфом на шее. Очень прикольно!».

Рекламное агентство «Лохнесское чудовище», директор Владимир Никифоров: «Мои сотрудники сделали для меня из керамики модель автомобиля «Победа».

Компания «Ренессанс Колледж», Светлана Яковлева: «Подарки — это наш бизнес. Тем приятней получить подарок, который откладывается в памяти. Мне запомнилась необычная рамка для фотографий в форме куба, с четырех сторон которого можно было разместить четыре разные фотографии. С удовольствием поставила фоторамку у себя на столе и периодически меняю в ней фотографии».

Компания «Lexx Group», директор по маркетингу и рекламе компании LEXX Group Юлия Сапожникова: «Мне лично были подарены несколько открыток с очень хорошими текстами. Они действительно запали в душу и запомнились. Думаю, что прошло время дорогих, именно материальных подарков».

ПОДАРКИ, КОТОРЫЕ НАС УДИВИЛИ

Автор: Александр Лёвкин

Каждый в прошлом году получил массу подарков: на День рождения, 23 Февраля/8 Марта и, конечно, на Новый год. Какие-то из них будут полезны, другие не очень, про третьи мы благополучно забудем. Но наверняка у каждого есть один-два подарка, которые особенно приятны по тем или иным причинам — удивили своей оригинальностью, красотой или необычным подходом.

Журнал «Лидер» решил опросить представителей различных компаний, в том числе участников сувенирного рынка, и узнал, какие подарки в 2007 году им особенно запомнились.

Торговая компания «Алвис Плюс», менеджер Антон Сиянов: «Если говорить о дарах, преподнесенных нам, то особенно запомнился текст открытки от волшебников из «Мира рекламы», попросивших у Деда Мороза Новогоднюю Сказку лично для каждого из нас и пообещавших, что Чудеса обязательно будут».

«Группа Дионис», руководитель отдела рекламы и связей с общественностью Лариса Бондарчук: «Понравилась специально изготовленная дизайнерская открытка. А еще был интересный подарок от одного рекламного агентства — три скотча с надписями «Идея», «Выполнение», «Результат». Вообще рекламные агентства и дизайнерские студии преподносят самые креативные подарки».

Группа компаний «Троль», главный специалист отдела маркетинга Никита Новиков: «На общем фоне по-

The «Leader» magazine has questioned the representatives of different companies to find out which presents were most memorable in 2007. The answers of the respondents show that the most memorable presents are creative ones which are either originally made or wrapped. The rat, the symbol of this year, became a popular present. The times of expensive presents are going away. This is proved by practically all answers of representatives of companies who participated in the survey.





ПРЕЗИДЕНТСКИЕ СУВЕНИРЫ

Автор: Александр Лёвкин

2 марта состоялись выборы Президента России. Несомненно, это значимое для страны событие коснется и сувенирной отрасли. Памятуя о всевозможных барельефах, значках и бюстах с изображением вождей Советского Союза и популярности портретов Путина, мы предположили, что избрание нового президента наверняка всколыхнёт производителей сувениров и натолкнет их на новые идеи. Ждать ли нам в будущем году сувениров с изображением нового президента или нет, рассказали эксперты нашего журнала.

Елена Волкова, вице-президент компании «Олимпинт».



— *Следует ли ждать всплеска интереса к сувенирам с изображением нового президента со стороны конечных заказчиков?*

Не думаю, что будет большой всплеск интереса к таким сувенирам. Возможно потому, что страна вряд ли получит еще одного харизматичного лидера. Наша компания, работая в сувенирной отрасли, ставку на политические сувениры не делает.

— *Какими могут быть сувениры с изображением нового президента?*

Раз я считаю, что всплеска не будет, то и предсказать, какие это могут быть сувениры, не берусь. Просто не задумывалась над этим.

— *Для чего нужны и какова сфера использования таких сувениров?*

На мой взгляд, исключительно в номенклатурных предприятиях, различных ГУПах и МУПах. По аналогии с советским временем, когда в каждом подобном кабинете висел портрет Ленина.

Лео Костылев, президент МАПП.

— *С чем связана популярность сувениров с изображением президента?*

Тенденции

С российской неуёмной страстью к лизоблюдству и подхалимажу. Идолопоклонство всех и вся вообще очень характерно для неразвитых обществ, каким и является российский социум.

— *Какие компании, по Вашему мнению, в основном покупают такие сувениры?*

Государственные по форме собственности, администрации городов и сёл, сельскохозяйственные компании и образования, фирмы, в которых генеральные директора «из бывших», так называемые «красные директора».

— *Вам, как человеку много путешествующему, известны еще страны, где используют сувениры с президентом?*

Да, в странах с похожим уровнем развития. В Африке, на Востоке... В Казахстане, как все знают, можно даже дарить копии памятника книге, написанной президентом Назарбаевым. Человек, если его не сдерживать, может дійти в своём маразме до глубочайших поступков!

Юрий Стаханов, генеральный директор Lexx Group.

— *Будет ли ваша компания заниматься бизнес-сувенирами с изображением нового президента?*

Не думаю. Заказчиков, с которыми работает наша компания, скорее всего не заинтересуют такие сувениры. Они нужны компаниям ранга «Газпром». Им было бы логично в знак лояльности раздавать что-то с изображением президента.

— *Какими могут быть сувениры с изображением президента?*

Помимо стандартных портретов и фотографий в рамках, очень эффективно изобразить президента лазерной гравировкой на стекле или сделать вышивку. Тут много простора для народных и авторских сувениров — фигурки, статуэтки. Если вспомнить историю, президента можно изобразить на гобеленах, панно, настенных коврах.

— *Сколько в среднем должен стоить такой сувенир?*

Если футболка, то недорого. Цена ручной работы границ не имеет. К тому же, в зависимости от мастерства исполнения и судьбы президента, какой-нибудь ковер в будущем может продаваться с аукционов.



Our journalist asked the experts in the sphere of business presents to comment on changes expected on the Russian market of souvenirs in connection with the presidential elections on March 2. According to their forecast, there is no special boom in demand for presents with portraits of the new head of state. In their opinion, such souvenirs can be interesting for representatives of administrative and law-enforcement bodies. The prices may vary just as the form of the souvenirs – from T-shirts and photo frames to wall carpets.



Крупнейшая в Восточной Европе
Международная Специализированная Выставка

ПОДАРКИ 2008

Международные Специализированные Салоны:

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



ВСЬ МИР ПОДАРКОВ ЗА 4 ДНЯ



ПОДАРКИ. ВЕСНА 2008

24 - 27 марта 2008

Россия, Москва, Центральный
Выставочный Зал «МАНЕЖ»,
Манежная площадь, д. 1



ПОДАРКИ. ОСЕНЬ 2008

23 - 26 сентября 2008

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

ООО «Подарки Экспо»

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



НЕСКОЛЬКО СЛОВ ОБ ОПТИМАЛЬНОМ ПОДАРКЕ

Автор: Александр Лёвкин

Сувенирная отрасль — кладезь всевозможных оригинальных подарков. Это может быть современный гаджет, например, флешка, или, скажем, часы с необычным механизмом. А иногда что-то давно известное, но ранее не используемое в качестве корпоративного подарка. Пледы пользуются уже много веков, но лишь недавно заказчики оценили их в качестве бизнес-сувенира. Вполне естественно, потому что плед обладает внушительным набором характеристик и качеств, необходимых оптимальному подарку. О них в своем интервью рассказал директор компании «Vladi Softpresent».

Меня давно интересует вопрос: чем плед отличается от одеяла? В чем его особенность?

— Считаю, что такое сравнение неуместно. Одеялом, в основном, укрываются во время сна. А под пледом можно не только спать, в него можно укутаться, сидя перед камином, брать с собой на природу, в машину. Кроме того, плед более легкий и декоративный.

Расскажите, пожалуйста, историю пледа и традиции, которые с ним связаны...

— Ответ сложно будет вписать в рамки интервью, поэтому расскажу вкратце. Плед происходит из Шотландии. Его прямой предок — тартан, который до начала XVII века носился как накидка через левое плечо. Тартан легко было узнать по характерному клетчатому рисунку, более известному в России, как «шотландка». Этот рисунок — демонстрация принадлежности к определенному роду или клану. Легко можно было узнать друга или врага. Существуют и общие, национальные тартаны, которые могут носить все. Кроме того, были модификации тартанов-пледов для охоты, парадные и так далее. В этом они перекликаются с основами корпоративной политики современных компаний — руководители также стараются выделить своих сотрудников фирменным зажимом для галстука, бейджем, визиткой.

Расскажите об особенностях технологии изготовления пледа...

— К сожалению, технология изготовления тартанов по образцу 12 века уже утеряна. Сегодня пледы делаются на станках. Из шерсти разных цветов изготавливается пряжа, из которой делают ткань. Затем её обрабатывают в специальном растворе для придания мягкости. После этого ворсовыми валиками, внешне они похожи на расчески, ткань начесывается — ворсуется. В заключении на пледе закручивают бахрому.

Есть еще одна, более сложная технология изготовления — жаккардовое плетение. В отличие от стандартного чередования продольных и поперечных нитей, в жаккарде более сложное плетение. Это позволяет «вплести» изображение, например, логотип компании, прямо в структуру пледа, без вышивки и другого нанесения. Смотрится стильно и интересно. Также всегда можно сделать плед в корпоративных цветах клиента.

Существует три вида пледов: шерстяной, акриловый и флисовый. Чем они отличаются друг от друга?

— Флисовый — самый простой из пледов. Изготавливается он очень просто — флисовая ткань обшивается по краям оверлоком. 2-3 года назад в каталогах сувенирных





В чем Вы видите преимущества пледов перед другими бизнес-сувенирами и корпоративными подарками?

— Во-первых, плед, как рекламный носитель, служит очень долго. В идеале, плед может передаваться и по наследству. Во-вторых, плед — это универсальный подарок, его можно дарить и мужчинам и женщинам, к тому же он всегда пригодится. В-третьих, на территории нашей страны, которая находится в холодном умеренном климате, плед будет всегда актуальным подарком. И, как уже говорилось выше, сущность пледа отражает корпоративную политику многих компаний.

Что будет хорошим сопутствующим подарком к пледу?

— Плед, сам по себе, самодостаточный подарок. Но по опыту знаю, что популярно, вместе с пледом дарить свечи и набор для приготовления глинтвейна. Подойдет всё, что связано с теплом, домом, уютом или отдыхом: книга, вино, корзина для пикника.

компаний были только такие пледы. С шерстяным пледом, думаю, вопросов нет — это классический плед из натуральных материалов. Акриловый плед сделан из синтетического заменителя шерсти, но по теплоизоляции несколько не уступает натуральной. Его обычно дарят на промо-акциях, в то время как шерстяной, более дорогой, вручают сотрудникам компании, партнерам и клиентам. Есть еще плед для пикника. Он сделан из двух видов ткани: с одной стороны, влагоотталкивающий материал, с другой — пледовое полотно. Незаменимая вещь в машине!

The souvenir industry is a mine of various original presents. A plaid is one of such presents. In his interview Alexei

Pulyaev, Director of the “Vladi Softpresent” Company, talks about the history of the plaid, the technology of its production and the advantages it has compared to other souvenirs.



КОРПОРАТИВНЫЕ ПЛЕДЫ

на www.plaid.ru

info@plaid.ru

VLADI
SOFTPRESENT

- шерстяные акриловые флисовые пледы
- производство пледов в корпоративных цветах
- жаккардовые пледы
- персонализация
- индивидуальная упаковка
- работа со склада и под заказ

(495) 234-41-56
(495) 589-44-82
INFO@PLAID.RU

2 года! Полет нормальный!

Автор: Александр Лёвкин



Подарки могут быть разными — строгими, оригинальными, яркими, торжественными. Все сходится в одном — подарки сотрудникам, партнёрам и клиентам должны передавать «корпоративный дух», иметь смысл, быть символом фирмы. Мы поговорили с директором компании «Олсам» Натальей Олефиренко, которая уже в течение 2 лет успешно занимается производством значков, медалей, наград и наградных знаков. Продукцию, конечно, не пускают в массовое производство. Ее потребители — компании, заинтересованные в нестандартной рекламно-сувенирной продукции. В своем интервью Н. Олефиренко рассказала, каких результатов может достичь компания, занимающаяся выпуском значков и медалей.

Производство значков, медалей и наградных знаков

Россия, 127018, г. Москва,
Суцёвский вал,
д. 5, стр. 20, 4 этаж, офис 11.
www.allsam.ru, natali@allsam.ru

Как появилась идея создания компании, занимающейся выпуском сувенирных значков и медалей?

— Наша компания возникла достаточно спонтанно. До этого я 8 лет проработала в крупной сувенирной фирме, которая также занималась подобной продукцией, и через некоторое время поняла, что готова открыть свое собственное дело. Прощая работу помогла мне приобрести опыт и познакомиться со многими будущими клиентами.

Насколько увеличилась клиентская база вашей фирмы за два года?

— Сегодня с нами работают около 200 постоянных заказчиков. В первую очередь, это рекламные агентства и не только в Москве, но и в различных регионах России.

Какие позиции в вашем каталоге наиболее популярны?

— В основном это значки и медали к различным юбилеям или просто в качестве сувениров. Не менее популярны брелоки, зажимы для галстуков и запонки. Сезонного спроса на нашу продукцию нет, так как в основном они привязаны к памятным событиям, которые могут быть в любое время года.

Опишите этапы работы с клиентом.

— Самый важный этап в нашей работе — создание макета, дизайн изделия. Не всегда бывает просто понять, что хочет заказчик. Часто клиент говорит лишь свою идею, пожелание или представляет примерный эскиз будущего сувенира. Наша задача, как профессионалов отрасли, — из сырых набросков создать именно тот продукт, который бы устроил заказчика. Поместить логотип или фирменного персонажа на значке таким образом, чтобы он выглядел правильно и интересно. Только после полного согласования макета с заказчиком начинается производство.

Расскажите о вашем самом интересном и необычном заказе.

— Это заказ к 50-летию космодрома «Плесецк». Пожалуй, более комплексного заказа у нас не было. Юбилей серьезный и нужны были не только значки, но и многое другое: знамена и штандарты, сувенирные кружки и тарелки с логотипом космодрома, а также выпела, ручки, зажигалки, часы, пакеты. Но, самое главное, что надо было сделать — это памятник генералу Михаилу Григорьеву — основателю космодрома и города Мирный.

Для выполнения такого заказа привлекались люди со стороны?

— Сам проект памятника, а также все работы по изготовлению и установке вел талантливый скульптор, член Союза художников Бахтияр Мамедов. Вся работа заняла 10 месяцев, и была не только напряженной, но и очень интересной. Например, за гранитом для постамента нам пришлось ехать в Карелию, камень обрабатывали в Санкт-Петербурге, а памятник отливали в Смоленске.

Я и вся моя команда очень ждали окончательную установку памятника и все очень переживали, т.к. это не просто сувенирка к юбилею, а серьезная работа — памятник человеку, которого знали и уважали не только на космодроме, но и в России. Поэтому было очень приятно услышать слова благодарности и от начальника космодрома и от ветеранов. Прodelав такую работу, мы теперь имеем очень ценный опыт. И я могу с уверенностью взять к исполнению подобные работы.

Будут ли вводиться новые линии производства, расширяться ассортиментный ряд?

— Конкуренентов много и чтобы выжить, надо делать что-то новое и интересное.

Так, например, в конце 2007 года мы сдали заказ для оформления здания Московского Метрополитена — два макета орденов высотой 110 см.: орден Ленина и орден Трудового Красного Знамени. Так что работаем мы по принципу: глаза боятся, а руки делают. И, как видите, получается вполне успешно.



In this article Natlya Olefrienko, Director of the Olsam Company, which is engaged in production of badges and medals, shares the secret of her company's success. During 2 years of productive work she managed not only to establish relations with 200 advertising agencies across Russia but also implemented an ambitious project when the "Plisetsk" cosmodrome commissioned the Olsam Company to make a monument to the founder of the cosmodrome.





ДАВАЙТЕ ЗНАКОМИТЬСЯ!

Автор: Александр Лёвкин

Директору компании или руководителю рекламного отдела бывает сложно выбрать фирму, которая бы качественно выполнила заказ на производство бизнес-сувениров. Иногда приходится потратить день или два только на звонки по телефону, прежде чем найдется нужное производство или рекламное агентство. А потом столько же, чтобы выбрать типографию. Конечно, лучше, когда с фирмой-партнером уже налажены долгосрочные отношения.

Московская рекламно-производственная фирма «Волви МС» стремится именно по такому принципу строить свою работу и первой протягивает руку для знакомства со своими потенциальными клиентами. В интервью журналу «Лидер» генеральный директор Ольга Осипова рассказала об истории, выпускаемой продукции и преимуществах своего агентства.

Расскажите, почему вы решили заниматься именно сувенирной деятельностью?

— Компания «Волви» была образована в 1994 г. Изначально задумка была такая: с помощью принтера печатать фотографии на термопереводной бумаге и переносить их на текстиль: футболки, бейсболки. Вскоре стало понятно, что надо ориентироваться на рекламные заказы. Потихоньку стали покупать оборудование, расширять площади, работать с рекламными агентствами и конечными клиентами. В настоящий момент мы располагаем большой производственной базой и работаем как рекламное агентство.

Какие преимущества есть у клиента, который работает с вами?

— Многие клиенты пользуются нашими услугами по разработке и пошиву промо-формы. Мы сами располагаем небольшим швейным производством, а также имеем постоянных партнеров, где можем переработать крупные заказы, постоянно контролируя производство, и лично отвечая за качество продукции. Мы можем предложить клиенту сжатые гарантированные сроки, качество, отгрузку продукции частями, доставку на склад клиента.

Важная составляющая любого сувенира — это его персонализация. Расскажите вкратце, какие виды печати предлагает ваша компания, и к каким сувенирам их лучше применять.

— Нашим клиентам мы можем предложить широкий спектр услуг по нанесению логотипов на любые виды текстильных изделий: прямой трафаретной печатью, трансферами, термопленками, сублимацией. Мы печатаем на пластике, полилите (синтетической бумаге). Наносим изображение на керамическую и стеклянную посуду с обжигом в печи. Изготавливаем флаги, настольные флажки, вымпелы, предлагаем для них различную фурнитуру. Много за-

Говорят профессионалы

казов по нанесению логотипов на зонты и зонты-тенты. В работе используются краски производства Англии, Германии, Италии.

Какой самый интересный заказ за все время работы получила ваша компания?

— Был скорее смешной случай, еще на заре нашей деятельности. Мы договорились поработать на выставке динозавров в Сокольниках. Взяли видеокамеру, компьютер, принтер и т.д. К нам подходили люди, заказывали свои фотографии. Условия в то время были плохие, фотографии приходилось подолгу обрабатывать, народ ждать не хотел. Вдруг подошел очень крупный молодой человек в майке-борцовке с огромной татуировкой на плече. Он попросил сфотографировать его татуировку и напечатать 50 футболок (очевидно, для раздачи «браткам»). Мы, конечно, свернули свою работу, поехали в офис и сделали ему футболки. Это и стало переломным моментом в нашей деятельности — мы перешли от индивидуальных заказов к серийным.

Какие позиции в вашем каталоге пользуются сегодня наибольшим спросом?

— Ассортимент нашего каталога достаточно широк: футболки и бейсболки с логотипами, промо-форма, вымпелы, настольные флажки, флаги, фасадные флаги, коврики для мыши и многое другое. Но последнее время большим спросом пользуются корпоративные шейные платки, шарфы и галстуки, которые мы производим «под ключ». Среди бизнес-сувениров предпочитают ручки, зажигалки, брелоки с нанесением, рекламные магниты.

In this interview the Director-General of the Moscow Advertising and Production Company «Volvi MC» tells about her company's development starting from printing on textile up to becoming an advertising agency. She speaks about services they offer to customers and shares her memories about the company's breaking point when they switched from individual orders to mainstream production.



15 ЛЕТ НА РЫНКЕ
РЕКЛАМНЫХ СУВЕНИРОВ

Фирма «Волви-МС» является крупной рекламно-производственной компанией с собственной производственной базой.

Фирма предлагает вашему вниманию широкий ассортимент продукции, которая поможет вам поддержать имидж и престиж вашей компании, а также сделать вас узнаваемыми среди конкурентов. Мы занимаемся нанесением фирменной символики различными методами: трафаретная печать на текстильных материалах, плоская трафаретная печать, трансферная печать, сублимация и деколирование.



Мы наносим фирменную символику на:

- футболки, толстовки, рабочую одежду;
- бейсболки, козырьки;
- бумажные и полиэтиленовые пакеты;
- крой зонтов и готовые зонты;
- стеклянную и керамическую посуду.

Мы производим:

- флаги уличные, растяжки, флажки настольные, вымпелы, флаги баннерные;
- промоформу, фартуки, прихватки, шейные платки, шарфики, галстуки, банданы;
- коврики для мыши, подставки под тарелки, костеры;
- бумажные пакеты и кубы с салфетками.

Tel: (495) 674-62-19, 319-81-95, 743-37-87 e-mail: info@volvi-ms.ru www.volvi-ms.ru

АГРЕССИВНЫЙ ИГРОК НА РЫНКЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТИЛЯ

Stedman бьёт полной коллекцией

Да, марке Stedman есть чем гордиться. Новый бренд из уличного бойца превратился в настоящего чемпиона на насыщенном конкурентами текстильном рынке. И в 2008 году этот сильный лейбл рвется к золотым медалям с полной коллекцией основных моделей по экстремально низким ценам. Женские и мужские первоклассные футболки, безрукавки, рубашки поло, свитера и флисы продаются по небывалым ценам. И это четкий сигнал для рынка: пора добывать олимпийское золото!

Агрессивные цены

Долгое время в секторе доступных футболок преваляровали классические футболки-унисекс. Женские и детские футболки, футболки с длинными рукавами и поло автоматически попадали в группу товаров с высокими ценами. Ещё совсем недавно вам приходилось платить за женскую футболку-двойника какой-нибудь повседневной мужской футболки намного больше, чем вы рассчитывали. Сейчас Stedman ставит точку этому ценовому беспределу полной коллекцией недорогих высококачественных мужских, детских и женских основных моделей!

Широкий выбор, высокая популярность

Майки Tank Tops, футболки с короткими или длинными рукавами, с V-образным вырезом или лодочкой, поло с короткими или длинными рукавами, свитера, флисы: это изумительная коллекция из 22 основных моделей для мужчин, женщин или детей, прекрасного качества и с сертификатом Oeko-Tex представлены в самых популярных цветах. За каждым из изделий Stedman стоит точное знание рынка промо-одежды.

Шесть ключевых направлений

Коллекция Stedman представляет нам сейчас шесть основных направлений:

Stedman Classic, полная коллекция классических футболок на каждый день;

Stedman Comfort, коллекция футболок тяжёлого веса, приятного ношения;

Stedman Polo, рубашка «поло» из 100% хлопка для всей семьи;

Stedman Polo 65/35, рубашка «поло» лёгкая в уходе, состоящая из 65% полиэстера и 35% хлопка, для работы и досуга;

Stedman Sweat, настоящая американская толстовка;

Stedman Fleece, превосходная одежда для любого сезона, для работы и досуга.

Уникальная стратегия

Знание рынка и уникальная стратегия Stedman принесла свои результаты. Продукция Stedman прочно заняла свою нишу ведущего игрока на европейском рынке рекламного текстиля.

Stedman сразу начал игру козырными картами: большими складскими запасами, быстрой доставкой, надёжным сервисом, и кроме того, невероятно низкими ценами за высокое качество. И это работает. Вместе со Stedman Вы действительно идёте к олимпийскому золоту!



Stedman®

Менеджер по продажам в Восточной Европе

Игорь Башков
Тел.: 81038 050 4402026
Email: igor.bashkov@hanesbrands.com

Офис в Германии

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

Дистрибьюторы:

Леон Директ (Москва)
Тел.: (495) 79-69-100
Факс: (495) 209-52-02

Финдизайн (Санкт-Петербург)
Тел.: (812) 766-09-25
Факс: (812) 766-09-77

www.stedman.eu



The young trademark of «Stedman» is an aggressive player on the European market of advertising textile. The collection offers a wide choice of high-quality T-shirts, polo shirts, sweaters, fleece and sweatshirts for men, women and children. Working with the «Stedman» gives such advantages as big warehouses, fast delivery, reliable service and low prices.



КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



Stedman[®]

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

ОДЕЖДА ДЛЯ КАЖДОГО!

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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finnndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

Клиенту всегда удобно

Автор: Александр Лёвкин

Важный показатель предприятия, делающего продукцию под заказ, — понимание потребностей клиента, его желаний. И производство должно изначально строиться с учетом этого факта. Гибкий подход к клиенту — краеугольный камень работы фирмы.

В этой статье мы попытаемся разобраться, какими качествами должен обладать производитель, чтобы с ним было приятно иметь дело и хотелось вновь обращаться к его услугам.

Для наглядности возьмем реально существующий прототип — компания по производству сумок. Помимо качественного товара, широкого ассортимента, огромного опыта у неё есть и другие преимущества. Например, возможность сделать эксклюзивную сумку. При этом заказчик может в мельчайших деталях нарисовать эскиз сумки, либо предоставить примерный рисунок или фотогра-



фию будущего изделия. Или просто добавить несколько своих штрихов к существующей модели каталога. Одно можно сказать точно — в любом случае он получит то, что ему действительно нужно.

Заказчикам подарочной или сувенирной промо-продукции не всегда нужны огромные тиражи. Небольшой компании для проведения промо-акции может потребоваться 50 сумок, другие захотят 10 000 косметичек в качестве подарка, третьим понадобится 50 000 рюкзаков

для национальной рекламной кампании. В этой ситуации труднее всего придется первым: часто случается, что многие фирмы не возьмутся за небольшую партию, так как производство в таком случае не будет оправдано. Хорошая компания, которая ориентируется на клиента, будет работать со всеми. Даже если клиенту нужна всего одна сумка, он ее получит. При этом внимание к единичному заказу не меньше, чем к многотысячным.

Если у хорошего производителя возникли какие-либо сложности, он не будет отдавать заказ с мелкими недоделками. А в случае невозможности решить проблему самому, обратится к партнерам. В сувенирной отрасли такие недоделки обычно относятся к нанесению логотипа. Производитель сумок, конечно, может сам выполнить некоторые виды нанесения, но если, например, резиновые шильды не освоены фабрикой, то руководство компании сделает это у партнеров. После получения заказанной партии сумок, менеджеру не надо сломя голову искать другой цех, где могут доделать «сувенирку». Клиент всегда знает, что его требования выполнят от и до.

Немаловажный момент — скорость выполнения заказа. Далеко не все фабрики в состоянии сшить 10 000 сумок за 3 недели, а 50 000 — всего за месяц. Узнайте также, есть ли у фирмы собственная сырьевая база. В этом случае исчезнет необходимость предоплаты и лишней бумажной волокиты.

Всеми этими требованиями отвечает компания FTL Promo, созданная на базе производства с 15-летней историей. За это время был накоплен богатый опыт работы и багаж изделий. Каждая сумка, выпущенная FTL Promo, проходит тройной контроль качества: качество применяемых материалов, кроя и пошива. Продукцию компании можно найти в крупнейших каталогах сувенирной продукции: Gifts, Poriflame, Mosmart. Но главное — каждый клиент всегда остаётся доволен совместной работой с FTL Promo.






WWW.FTL-PROMO.RU

ООО «ФТЛ Промо»
8-916-165-05-00
(495) 22-32-444
(495) 740-75-99
Россия, г. Москва,
ул. Енисейская,
д. 1, офис 244

The producer of souvenir products is interested in long-term relations with the customer. Thus, the producer has arranged his work in a way to fully cater for the needs of any customer. The individual design, absence of formal limits of minimal number of copies are some of those methods which allow to turn a one-time customer into a permanent one. This is the way the FTL-Promo company, specializing in production of bags, is working.



ПРЕДПРАЗДНИЧНЫЕ ДНИ

Автор: Анатолий Николаев, заместитель директора компании «ОКРУГ»

Как всегда, в предпраздничные дни, к торжествам и юбилеям возникает необходимость срочно приготовить оригинальный подарок, который долго служил бы тем, для кого он предназначен и напоминал о тех, кто его подарил.

Компания «ОКРУГ», обладая мощным современным вышивальным оборудованием, накопила большой опыт по созданию таких эксклюзивных изделий.

В последнее время в области компьютерной вышивки появились новые программные продукты и оборудование, которые позволяют создавать оригинальные художественные изображения.

Вышитый портрет

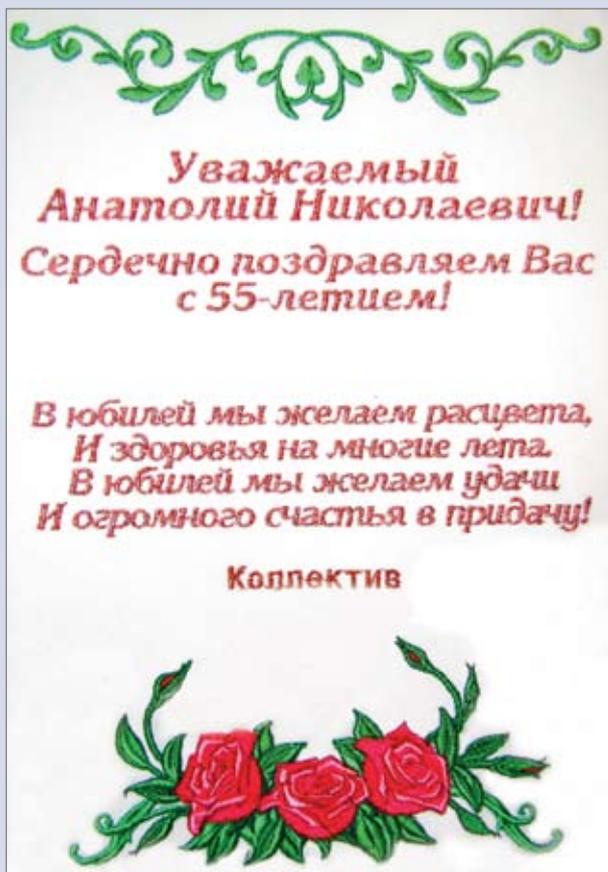
Звучит неожиданно. Однако, нет ничего проще! Предоставляете в нашу компанию фотографию или файл с «цифрой» и через два-три дня получаете оригинальный сувенир. Такой портрет отличается неожиданной фактурой, стилем и оригинальностью.

Вышитый герб

Металлизированные нити, хорошая проработка деталей изображения, чередование различных застилов придают изделию привлекательный внешний вид. Такой бизнес-сувенир может тиражироваться и украсить любой кабинет.

Юбилейное поздравление

Вышитый вкладыш украсит любой поздравительный адрес и будет по достоинству оценен юбиляром. Компьютерная вышивка позволяет изготавливать такие эксклюзивные, памятные подарки в кратчайшие сроки.



Художественное панно

Особенность такого сувенира состоит в том, что исходным материалом для него может быть любой носитель: графический рисунок, фотография, полиграфическое изображение и т.д. Максимальные размеры панно 50X40 см. Естественно перевести исходное изображение на язык вышивки — сложная, кропотливая и дорогая работа. Но яркие цвета ниток и богатая фактура вышивки делают такой сувенир оригинальным и неожиданным.

Поздравительная открытка

Новинкой в ассортименте вышитых подарков и сувениров, предлагаемых компанией «ОКРУГ», является вышитая открытка. Изюминкой такой открытки, в отличие от аналогичной типографской продукции, является, прежде всего, возможность производства любых минимальных тиражей. Кроме того, разнообразные цвета и фактуры бумаги, неограниченные возможности в подборе вышивальных нитей и применение различных вышиваемых застилов позволяют создать неповторимый дизайн открытки.



Often one needs to find urgently an original present on occasion of different jubilees and celebrations. Computer embroidery is a way out in such cases. With the help of computer embroidery exclusive artistic images can be created, such as a portrait embroidered on the basis of a photograph or a greeting card. Such business souvenirs can be made in different number of copies and will certainly decorate any office.





- разработка эскизов по индивидуальному проекту
- вышивка портретов по фотографии
- вышивка на крае
- вышивка на готовых изделиях
- тиражи от одного экземпляра
- нашивки
- шевроны
- вымпелы




т/ф: (495) 730-20-95
e-mail: okrug@okrug.ru

ПОДАРКИ, ДАРЫ, СУВЕНИРЫ... ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО «УМНЫМ» И «ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ» ПОДАРКАМ!

Наша жизнь протекает в нереально быстром ритме. Переговоры, встречи, работа, суэта, спешка. Все меньше времени остается для личных контактов, для внимания близким и дорогим людям. Мы живем в быстром ритме и, порой, нет возможности уделить лишнюю минутку внимания, которая так важна. Внимание, которое необходимо как глоток свежего воздуха.

Когда у нас нет возможности и времени подарить своим близким и дорогим людям внимание и окружить их заботой, на помощь приходит подарок.

Подарок — это Мы сами. Это наше участие и постоянно ощущаемое присутствие в жизни того, кому мы преподносим подарок.

Дарение — как сакральный акт передачи своего настроения, эмоций, пожеланий, в нем аккумулировано все наше отношение к тому, кого мы одариваем. Поэтому так необходимо выбрать нужный и действительно отражающий добрые пожелания подарок.

Понятно, что стандартные подарки вызывают стандартное отношение к дарителю. Мы предлагаем Вам отойти от классических стереотипов сувениров, которые уже не вызывают эмоций. И никоим образом не выделяют Вас из числа дарителей, не приближают к Одаряемому. Ведь здесь важно, чтобы Вы не просто совершили формальный акт передачи подарка, «отдарились» (звучит как «отделались»), а действительно запали в душу.

И здесь — очень тонкая грань. Во-первых, нужно проявить изобретательность и подарить действительно нестандартный подарок, а во-вторых, постараться сделать его функциональным, чтобы тот, кому Вы его преподнесите, мог пользоваться им каждый день, а, соответственно, получал приятные эмоции при воспоминании о Вас.

Недаром, само слово «сувенир» пришло к нам из французского языка, где оно значит «память».

Именно воспоминания вызывают светлые эмоции и поднимают настроение.

Все сходится в суждении, что подарок должен быть необычным, интересным и функциональным. Но каким именно должен он быть?

Мы провели мониторинг рынка сувенирной продукции, нашли несколько интересных предложений.

ТОСТЕР

Черным по белому...В нашем случае — огнем по хлебу.

Тостер, который поджаривает утренний ломтик хлеба, и оставляет на каждом кусочке послание. Просыпаясь утром и нажимая кнопку чайника, Вы автоматически включаете свой тостер на режим приготовления завтрака.

И...через несколько секунд тостер выдает великолепный, струящийся ароматом тост, в сердце которого изображен ваш логотип и та информация, которую Вы пожелаете разместить для ваших одариваемых людей!

Внешне такой подарок может быть выполнен не только в любых корпоративных цветах, но и с разнообразным дизайном, что дает возможность превратить его в элемент кухонного декора.

Такой тостер великолепно будет смотреться в любом интерьере, внося свежие нотки в дизайн, каждый день радуя глаз и поднимая настроение!

ЛОГО-Тостер — нестандартный бизнес-подарок, который, несмотря на свою принадлежность к элитарным товарам, имеет адекватную цену



в пределах 10 \$.

«Я есть то, что я ем» — и Ваш одариваемый человек, вкушая утренний завтрак, всегда будет отождествлять себя с Вашей компанией.

Вкушая кусочек хлеба во время церковной службы, верующий воссоединяется с духом Всевышнего, а в ситуации с утренним тостом, человек будет поглощать кусочек Вашего бренда, становясь его частью, воссоединяясь с Вашей Маркой на духовном уровне!





СУБЛИМАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ. РАДУГА ВАШИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ!

Мы предлагаем Вам оформить подарок, используя метод сублимационной печати. Этот способ нанесения рисунка дает возможность ярко задекорировать любое изделие, будь то текстиль, или привычные аксессуары.

Зонты — классика подарочных решений! В России они всегда актуальны — ведь у нас так часто идут дожди... Зонт уже давно перестал быть просто укрытием от дождя. На его поверхность можно нанести сочный рисунок, который будет живой и яркой картинкой в серый дождливый день. Зонт становится носителем настроения, носителем Вашей информации, которая будет во всех уголках города!

Мы передадим нужное настроение Вашим Клиентам!

Кроме сублимационной печати на зонтах, есть возможность нанести рисунок на любую другую структуру ткани, будь то изображение на поверхности сумки, с нанесением Вашей информации и логотипа, или любые другие информационные носители. Фантазируйте, дарите радость!

ЗЕРКАЛО НА МАГНИТЕ

В мудром Китае есть понятие философии Ветра и Воды — Фэн Шуй. Это искусство гармонизации пространства вокруг. Зеркало — важный атрибут этой философии. Зеркала слаживают энергетику, отражают плохие «отрицательные» потоки и правильно распределяют положительные информационные частоты.



В линейке «зеркальных предложений» появилось зеркало из PVC на магнитной основе, которое специально разработано для офисных помещений. Оно легко крепится к любой металлической основе и позволяет налаживать добрую атмосферу помещения.

Декор может быть любым, мы рекомендуем оформлять подобный подарок рамочкой с нанесением тематического рисунка. Здесь Вы всегда сможете нанести информацию о компании-дарителе, и выполнить оформление в корпоративных цветах.

Зеркало будет напоминать мудрость Востока, помогая оптимизировать пространство вокруг. Дарите подарки, привносящие гармонию!

Dragon Gifts supplying whole services including innovations, designing, exploiting, manufacturing and selling. We're the leading company in promotion gifts field. Our products are all fashionable designed and competing well in the world market. We have a good variety of colors and sizes to meet with different needs. As far, our staff is determined to work much harder to provide better products and services of high quality, then we have gained a good reputation from the over seas customers. Warmly welcome new and old customers all over the world come to our factory for business cooperation.



Ваша презентация

ФЛИКЕРЫ — ЯРКИЕ ВСПЫШКИ ВАШЕГО БРЕНДА

Фликер — это популярный аксессуар, который может быть изготовлен в любом дизайнерском исполнении. Его основная функция — отражение света. Он преломляет любое освещение и отражает лучи. Эти светоотражающие элементы легко крепятся на одежду и аксессуары. Он может быть любимым — в виде брелка, подвески и любого другого украшения. Фликеры стали не только элементом декора одежды или сотовых телефонов, но и приносят пользу!

В России уже вышел закон о том, что движение пешеходов в темное время суток запрещено без светоотражающих элементов. С введением обязательного ношения «светлячков» количество аварий с участием детей снижается.



Фликер — интересный и нужный подарок, который послужит хорошим оберегом. А Ваш бренд будет яркой вспышкой света!

Дарите «умные» подарки, которые будут заботиться о Вашем Одариваемом! Мы — за моду на безопасность!

На нашем сайте www.gain-dragon.ru есть информация о том, какими подарками еще Вы сможете удивить!

Работая с нами, Вы попадаете в круг людей, понявших суть подарка, познавших его магию! И готовых преподнести именно тот, самый нужный подарок, который будет РАДОВАТЬ!

Для получения информации о товаре, необходимо послать запрос на адрес нашей компании. Мы найдем производителей необходимой Вам продукции, выберем наиболее привлекательных в плане цены, условий оплаты, сроков производства, проверим на респектабельность и вышлем ответ в течение 2-х часов. Эта услуга предоставляется бесплатно.

Мы будем рады сотрудничеству с Вами!



www.gain-dragon.ru

Room 1007, Peace World Plaza 362, Huanshi East Road, Guangzhou City, P.R.C, 510060

Tel: (+86) 20 2237 3585 / 2237 3584

Fax: (+86) 20 2237 3560 Mob: (+86) 130 7022 2642

E-mail: gifts@gain-dragon.ru [Http:// www.gain-dragon.ru](http://www.gain-dragon.ru)



Новогодний тренд 2007-2008

Автор: Дмитрий Борисович Лаврик,
управляющий директором типографии «Альфа-Дизайн»

Говоря о прошедшей предновогодней кампании в полиграфии, можно отметить несколько достаточно четко сформировавшихся тенденций. Сужу по опыту нашей типографии, но с большой вероятностью можно утверждать, что во многих коммерческих типографиях наблюдалась та же ситуация. Уже несколько лет не последнее место в ассортименте выпускаемой нами продукции занимают ежедневники. В этом сегменте наблюдается устойчивый рост, причем как в корпоративных заказах, так и в розничном сегменте.

Корпоративные заказы стали интереснее с той точки зрения, что все более популярной становится полная персонализация внутренних страниц стандартного блока. Если 3-4 года назад наиболее типичным заказом был ежедневник со стандартным блоком, но персонализированной обложкой и первой страницей, то теперь клиенты реже удовлетворяются этим вариантом.

Так в сезонах 2006-2008 годов наметилась устойчивая тенденция — рост количества заказов с блоками, дизайн которых полностью выполнен под конкретного заказчика.

Конечно, корпоративный сектор растет. И без наличия на складе в IV квартале стандартной продукции, удовлетворить предновогодний спрос невозможно. Именно для этого мы разработали и производим с 2001 года ежедневники и еженедельники для сегмента B2B под торговой маркой AlfaBook.

Но, тем не менее, мы ежегодно увеличиваем наши производственные мощности, чтобы иметь возможность

оперативно производить максимально персонализированные ежедневники и ежедневники с индивидуальным дизайном.

Еще одним интересным наблюдением считаю тот факт, что, при выборе цвета переплетного материала для корпоративных ежедневников, наши заказчики все чаще останавливаются на оттенках, максимально соответствующих фирменному стилю.

Именно поэтому в нашем стандартном предложении в 2008 году будут не только традиционные для этого вида продукции переплетные материалы разных фактур черного, синего, зеленого, бордового и коричневого цветов, но и большой выбор кожи и особенно высококачественных заменителей любых оттенков цветовой палитры.

2-3 года назад мы завозили такие материалы только «под заказ», и это занимало около 5 недель. Такой срок заказа переплетного материала не всегда устраивал наших заказчиков. И теперь мы держим расширенный по цвету ассортимент переплетных материалов на складе в Москве. Это позволило нам существенно сократить производственный цикл. Сформировав это предложение, получили несколько неожиданный результат: переплеты из высококачественного заменителя кожи в цветах фирменного стиля стали пользоваться спросом не только для ежедневников, но и для рекламной продукции, выпускаемой нашей типографией, — корпоративных иллюстрированных изданий и даже годовых отчетов (для этой продукции обычно использовались переплетные материалы более низких ценовых категорий).



Для сегмента розничной продажи мы используем другую концепцию — ежедневники и еженедельники, выпускаемые под торговой маркой *Carpe Diem*, «одеваются» в совершенно другие обложки. Здесь продукция в высоком и среднем ценовом сегменте воспринимается покупателем как модный аксессуар, а не как рабочий инструмент или элемент фирменного стиля и корпоративной культуры. Поэтому серия переплетов *Fashion* — дань современным тенденциям мира моды. И в этом сегменте последние 3-4 года мы видим устойчивый рост, что соответствует росту покупательной способности.

Недавно мы предложили клиентам новинку: ежедневник в мягком переплете, состоящем из кожзамениателя (внешняя сторона) и кожподкладки, т.е. без переплетного картона. Такой ежедневник удобен, достаточно легок и стильно выглядит.

Велико разнообразие форматов. Стандартом считается ежедневник формата А5, но мы можем предложить 10 различных форматов от А6 до А4 (с учетом цвета бумаги и типа переплета это 40 различных моделей блоков), что позволяет изготовить изделия, предназначенные для разных целей. Стандартный блок запечатывается в две краски, но, как уже было отмечено, наши клиенты могут выбрать свой, индивидуальный вариант.

«Альфа-Дизайн» — не самая крупная типография, но мы производим практически весь спектр рекламной полиграфии. Различными тиражами — от нескольких сотен экземпляров до десятков и сотен тысяч. А что касается книжной продукции и ежедневников, здесь большие тиражи — не наш профиль. В этом сегменте мы выбрали нишу изделий высокого класса. Продукция класса «люкс» производится небольшими тиражами. Средний книжно-

альбомный тираж в корпоративном сегменте — это 2,5-3 тысячи. Бывают, конечно, «спецзаказы» по 100-200 экземпляров во французском переплете или по 15-20 тысяч в искусственной коже, но это крайние значения. Такие тиражи позволяют контролировать качество не «по выборке», а фактически поэкземплярно, и мы гордимся качеством наших книг.

Что касается других видов сезонной продукции, то имеет смысл сказать о ситуации в сегменте календарной продукции, а именно — о настенных перекидных календарях. Это тот вид календарной продукции, который помимо стандартной функции выполняет также роль украшения интерьера, поэтому к дизайну и исполнению мы тоже подходим с особенной тщательностью. В прошедшем сезоне у нас было несколько интересных проектов со сложными вариантами отделки.

Традиционно велик спрос на квартальные календари. Кстати, для этой продукции также все чаще наши заказчики используют индивидуальные, а не стандартные (заранее сверстанные и отпечатанные) сетки.

Спрос на календарную продукцию в сегменте B2B в прошлом году вырос не так значительно, как на ежедневники, но, тем не менее, по нашим предварительным подсчетам, рост составил 11-12% по отношению к показателю 2006 года.

Что же касается розничного направления в календарном сегменте — здесь не все так радужно. Издательства с каждым годом все меньше внимания уделяют календарям высокого класса, мало новых дизайнов, качество полиграфии оставляет желать лучшего. Как следствие — встретить в магазине приличный календарь теперь большая редкость. Факт не самый приятный, но, вполне объяснимый. Думаю, что в высоком и средне-высоком ценовом сегменте розничной календарной продукции издательские продукты конкурируют не между собой, а с лучшими образцами из сегмента B2B и безнадежно проигрывают корпоративной продукции, так как ресурсы, вкладываемые в эти проекты, несопоставимы. Поэтому соответствующая целевая аудитория решает свой «календарный вопрос» не в книжном магазине.

В дополнение к этому можно сказать несколько «добрых слов» о работе книготорговых сетей с поставщиками датированной продукции. С каждым годом, ужесточая требования к поставщикам, сети серьезно рискуют столкнуться в ближайшее время с дефицитом продукции в обозначенном сегменте. Учитывая факторы сезонности продукта и издательского



цикла длиной в год, можно точно сказать, что на выравнивание ситуации за счет вступления в действие рыночных механизмов уйдет значительное время. Поэтому теперь ситуация в розничном календарном сегменте наихудшая за последние 5-6 лет.

Помимо традиционной новогодней полиграфии мы занимаемся также специальными проектами, ведь фирма «Альфа-Дизайн» — это не только типография, но и дизайн-бюро, и сувенирный бизнес. На протяжении 12 лет мы являемся крупнейшим российским поставщиком по каталогам *Midoceanbrands*. Предлагаем сувенирную продукцию всех ценовых категорий: промо-сувениры, бизнес-сувениры и премиум-сувениры. Поэтому мы занимаемся разработкой подарочных наборов для различных целевых аудиторий.

The “Alfa-Design” Publishing House offers a wide choice of printed products, including leather-bound diaries, under the trademarks of “AlfaBook” and *Carpe Diem*. A wide choice of colours of leather and individual design are offered to customers. The cover and the inside of the diaries are made to cater for the needs of individual customers. Besides, the “Alfa-Design” makes gift sets of any complexity.



КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



e senator

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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812)766-09-29, 766-09-25,
766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

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



РЕКЛАМНО-СУВЕНИРНАЯ КОМПАНИЯ

ЕВРОСТИЛЬ



*...индивидуальное решение
по подбору идеального подарка!*

(495) 789-86-60 787-69-15

E-mail: eurostyle@eurostyle67.ru
www.eurostyle67.ru

VIPPACK.RU

ЛЮКС УПАКОВКА И POS-МАТЕРИАЛЫ

Упаковка для VIP-сувениров и подарков

Наша специализация - изготовление жесткой упаковки (ларцы, папки, коробки) для сувениров, подарков и промоушен-акций от дизайна до тиража. Выбор материалов по каталогам.

Персонализация: тиснение фольгой, выборочный УФ-лак, шелкография.



ЗАО "Информация и технология"
129626, Москва, ул. Новоалексеевская, д. 4/5
Тел. (495) 687- 6655, 940-7245
www.vippack.ru; e-mail: vippack@bestcom.ru

ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ С УМОМ

Автор: Александр Косачёв



Можно опровергнуть утверждение, что бизнес — это жестокая вещь, если относиться к сотрудникам и партнёрам со вниманием и предоставить им инструменты для релаксации, интеллектуального развития и творческой стимуляции. Сувенир с вашей эмблемой станет любимой безделушкой или настольным спутником коллег и руководителей, а также будет служить постоянным напоминанием о Вас. Теплые слова поздравлений и пожеланий, нанесенные на подарок, дополняют атмосферу доброжелательности и доверия. А сами Вы, проводя досуг за этими весьма занимательными и недорогими забавами, потратите время с умом.



Современный темп жизни постоянно подталкивает нас к интеллектуальному росту и совершенствованию. Даже в приемной или в зале ожидания наш разум продолжает искать способ скоротать время за каким-либо полезным делом. Очень неплохой способ — взять в руки головоломку.

Представьте, как приятно на время отвлечься от проблем, взять в руки прохладную металлическую конструкцию, на первый взгляд совершенно запутанную, и привести ее к «единому знаменателю», разобрать хитросплетение колец, цепочек и скоб. Небольшая логическая «гимнастика» в сочетании с разминкой для рук снимает нервное напряжение, приносит моральное удовлетворение и убеждает:

Нет неразрешимых задач. Есть непростые решения!

Приобрести занимательную головоломку для себя — значит обеспечить собственный увлекательный досуг и хорошее настроение, а преподнести оригинальную головоломку в нарядной упаковке (да ещё с логотипом компании!) в качестве делового подарка — значит зарекомендовать себя интересным человеком и дружелюбно настроенным партнером. Такой подарок может стать фирменным ноу-хау, по которому Вас будут узнавать. В качестве сувениров отдельных виды и различные серии головоломок могут быть приурочены к важным событиям, а богатый ассортимент избавит от опасности повториться. Изящный и стильный дизайн головоломок с ностальгическими аллюзиями к тем временам, когда умелые руки ремесленника с усердием

создавали каждый «маленький шедевр», подчеркнет ваш хороший вкус. Кроме того, безусловно, даст пищу для размышлений получателю забавного подарка, ведь главное — это отсутствие стереотипов, бережное отношение к приобретенному опыту и готовность узнать что-то новое.

Ваш круг — это творческие люди? Попробуйте приложить, в прямом смысле этого слова, руку к скульптурному творчеству. «Экспресс-скульптор» — сложно устроенный, но простейший в использовании прибор, позволит Вам за минуту сделать слепок собственной ладони, воздвигнуть фантастические горы и космические стальные моря, нарисовать десяток силуэтов или создать собственный портрет. Помимо этого, такая игрушка — отличный массажер-антистресс.

Радость игры всегда приятно делить с партнёром — тогда она не делится, а умножается! Предложите коллеге снять нервное напряжение, сразившись в «крестики-нолики». Эта знакомая с детства игра может стать по-взрослому захватывающей, когда поединок протекает на зеркальном гравированном поле, а ходы делаются стеклянными стопками...

Выполнение размеренной и монотонной работы, требующей сосредоточения, или напротив, глубокие раздумья о судьбах мира протекают лучше под мерное тиканье шаров Ньютона у вас на столе: блестящие сферы, гипнотически раскачивающиеся на леске, дадут отдохнуть глазам, а их ритмичное постукивание развевит офисную тишину.

From time to time it is necessary to get rid of the stress. With the help of not complicated but captivating games one can now deny the statement saying that business is a tough thing. Puzzles, express-sculptures, Newton balls, ouths and crosses will help one to distract from a problem. Thanks to their shape and design they will become an excellent business present or a souvenir.



Эврика
магазин подарков и удивительных вещей

Подари открытие!

Стеклянные шахматы

Держатель туалетной бумаги с УКВ радио и часами

Офисный набор для игры в гольф

ТЕЛ. (495) 644-37-51/80
WWW.SUVENIROW.RU
E-mail: OPT@SUVENIROW.RU

Российская Часовая Компания

Часы с бесплатным логотипом, от производителя.
 Эксклюзивные подарки, сувениры.
 Значки из драгметаллов.
 (499) 978-66-58; 978-62-94
 WWW.RWC.RU
 RWC@RWC.RU

4-цветная печать
В Москве!

Мы можем ВСЕ напечатать на шарах

It's arrived..
 thinkbanking
 6759 1500 0000
 0000

(495) **105-50-41** заказ на 10000 шаров за 2 дня минимальные цены!
www.mfpoisk.ru

НОВЫЙ бренд
 в мире фотоискусства

для современного офиса

(495) 772-37-37
www.leenetsky.ru

ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ КУПОНА СКИДКА 5%
Любая реклама на полотенцах
 Глубокая система скидок для рекламных агентств

www.maxra.ru
www.polotence.net
 dimmkv@dol.ru
 atrium04@inbox.ru

(495) 317-35-81, 317-23-09
 (495) 317-28-72, 317-35-77

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



НАЧНИ С ВИЗИТКИ!



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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
 (812)766-09-29, 766-09-25,
 766-09-38, 766-09-47
info@finndesign.ru

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



Ваша презентация



RST Погодные Станции

Элитные & Бизнес METEO сувениры для любых торжеств нанесение Вашего логотипа на корпус и дисплей дизайн и производство упаковки в корпоративном стиле оптовые поставки продукции для рекламных агентств

www.rusmeteo.ru (499) 728 6361 www.barometer.ru
 отдел корпоративных заказов (495) 5858 377 Интернет магазин

ТАТТИ

изделия из натуральной кожи

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

Ежедневники, записные книжки, визитницы, фотоальбомы.

Эксклюзивные реставрационные и переплётные работы по индивидуальному дизайну.

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



Ваши фантазии - наше воплощение

т. 375 - 54 - 26, 635 - 87 - 83
tatti54@mail.ru
www.tatti.ru

А ЗАТЕМ МОЖНО И ПООХОТИТЬСЯ

Автор: Игорь Ардамацкий.

Современный мир характеризуется узкой специализацией профессионалов. Каждый достигает совершенства в своём деле. Это и хорошо, потому что человек становится специалистом в своём деле и приносит тем, кто нуждается в его услугах, максимально возможную пользу.

Предметы следуют в своём развитии за человеком и «специализируются». Наряду с тем, что некоторые из них становятся многофункциональными, другие, используемые в повседневной жизни, всё более точно и полно ориентируются на выполнение одной функции.

Например, принадлежности для отдыха, наборы для пикника. Шашлыки жарили всегда, и на природу отдыхать тоже ездили всегда. Сегодня есть альтернатива долгим сборам в лес, складыванию в багажник шампуров и гремящего громоздкого мангала. Теперь функцию этих предметов может заменить обычный кейс небольших размеров.

В таком кейсе помещается всё, что необходимо для пикника — шампуры, ложки, вилки, тарелки, ножи, фляжки, стопки и даже мангал. Все это уложено и закреплено намертво, аккуратно и точно, каждый предмет в своём гнезде. Компактный пикник, мясо отдельно.

Когда в городе всё «протёрто» и уложено по своим гнездам, замок кейса защёлкнут, то можно ехать встречаться с друзьями, — и в магазин за маринованным мясом. А кейс в это время прочно и плотно занимает свою небольшую нишу в углу багажника.

Отдых предполагает комфорт, беззаботность, приятные эмоции, залог которых — в соразмерности, компактности и удобстве.

Красота — это следующее условие, необходимое человеку, чтобы он чувствовал себя отдыхающим. Кейсы для пикника удовлетворяют и этому параметру. Мастера-художники создают узоры и рисунки — на охотничью тему, на тему отдыха. Металлические составляющие наборов цп применением технологий литья иковки.



То, что всегда ассоциируется с делом — кейс, — в руках мастеров становится атрибутом отдыха, и произведением искусства.

Мастера предлагают также несессеры различных размеров для любых наборов по желанию заказчика. Уже освоено множество вариантов комплектации — со стопками, с флягами, с ножами, дорожными вариантами игр, с курительными трубками и аксессуарами, и даже стильные несессеры с набором принадлежностей для ухода за обувью.

Благодаря творческому подходу к разработке и оформлению кейсов, наборы идеально подходят для роли делового и корпоративного подарка. Разнообразие форм, комплектаций, размеров позволяет подобрать нужный вариант для подарка практически любому человеку, причём подарка нужного, полезного, подарка, который станет незаменимым.

Кроме того, что кейсы оригинальны своим дизайном и комплектацией, возможна персонализация с помощью нанесения соответствующих надписей, эмблем, гербов или лейблов. Выжигание — это техника рисунка, позволяющая любой надписи, эмблеме, бренду выглядеть строго и классично, и в то же время оригинально.

Часто платят большие деньги только за то, чтобы найти оригинальный подарок, — и покупают лишь то, что прельщает только блеском. А этого недостаточно, чтобы подарок служил долго и приносил приятные эмоции.

Функциональный кейс — стильный, престижный, но сравнительно недорогой подарок, ценность которого значительно превышает его стоимость.

These days things often become more 'professional' and singletask oriented, just like their owners. This applies, for instance, to picnic sets — compact cases, containing not just necessary crockery and cutlery, but even a barbecue set. Decorated by artists, such kit makes not only useful, but also nice corporate present, value of which exceeds its cost.



Пикник-Сервис

Производство

и оптовая

продажа

рекламно-сувенирной

и подарочной продукции



Россия, г.Павлово-на-Оке
Тел./факс:(83171) 5-14-71,5-49-79
www.piknikservis.ru
e-mail: info@piknikservis.ru

РУССКИЕ КАЛЕЙДОСКОПЫ

Автор: Михаил Вишнеvский

Калейдоскопы давно вошли в каталоги бизнес-сувенирных компаний. Однако они до сих пор стоят несколько особняком и все еще считаются необычными сувенирами. Тем более что хороший калейдоскоп стоит дорого и относится не к обыкновенным бизнес-сувенирам, а к VIP-подаркам.

Способов, как сделать калейдоскоп корпоративным, два — и оба очень интересны (всегда еще существует третий способ — подарочная упаковка):

— Первый — нанести поздравительную надпись и/или свой логотип на корпус калейдоскопа. Стоит посмотреть на то, как мастерские сделаны их корпуса, и представить на нем и то и другое.

— Второй — поместить логотип компании внутрь калейдоскопа так, чтобы он просматривался в составе узора, когда заглядываешь в глазок. Или подобрать «наполнители» только Ваших корпоративных цветов, тогда самого логотипа не будет видно, но о Вашей компании будут напоминать цвета узора.

Это тоже интересный способ персонификации. Узоров в калейдоскопе может быть бесконечно много и по теории вероятности когда-нибудь один из них полностью «совпадет» с вашим логотипом. Впрочем, это уже больше из области научной фантастики, а не из области бизнес-сувениров.

Но это не случайно. Когда думаешь об узорах калейдоскопа, которые случаются только один раз и которым никогда больше не суждено повториться, в голову все время лезет что-то научно-фантастическое. Думаю, что такое не совсем обычное содержание калейдоскопов и вдохновляет художников на их оформление.

Потому что внешний вид русских калейдоскопов, сделанных нашими российскими мастерами, соответствует тому, что у них внутри.

В России есть только одна мастерская, занимающаяся изготовлением калейдоскопов. И, во-первых, только здесь Вы сможете найти совершенно уникальные калейдоскопы в русском стиле, а во-вторых, работают здесь настоящие мастера своего дела, и калейдоскопы, которые здесь делают, не уступают ни по «форме», ни по «содержанию» зарубежным.

Среди ассортимента этой мастерской есть и калейдоскопы, оформленные Златоустовскими гравюрами. Уникальные, таких больше вообще нигде не смогут сделать. Они могут быть и на стойке — небольшой крутящейся подставке, сразу добавляющей серьезности калейдоскопу. И без подставки — просто очень красивые трубки с узорами и драгоценными камнями.

Делают у нас и другие типично русские калейдоскопы, «живописные». На подставках, с которыми они представляют единое художественное целое, с федоскинскими миниатюрами на корпусе. Сюжет миниатюры, оформление корпуса и подставки — все в таких моделях выполнено на одну тему. Например, «Подводное царство» — сам калейдоскоп сделан в форме рыбы, на миниатюре изображен Садко, а подставка украшена ракушками и жемчугом.

Мастерская, о которой я пишу, так и называется «Русский калейдоскоп». Она образовалась благодаря творческому союзу двух талантливых людей — Сергея Яковлева и Олега Залетова. В Америке калейдоскопы уже хорошо известны. А в России все еще приходится объяснять, что «калейдоскоп — это прекрасный бизнес-сувенир», что они



«отлично помогают расслабиться после работы», и что «пятнадцать минут рассматривания узоров калейдоскопа приравнивается к пяти минутам смеха»...

Пожалуй, все эти объяснения были бы уместны, если бы внешний вид калейдоскопов не говорил сам за себя. По-моему, просто увидеть работы мастеров «Русского калейдоскопа» со стороны тоже стоит никак не меньше десяти минут полноценного отдыха. Они очень хорошо сделаны. Их хочется потрогать, осмотреть с разных сторон. И, конечно же, заглянуть внутрь.

Common Magic Gifts.

We introduce two collections of "Russian Kaleidoscopes" the only kaleidoscopes manufacturer in Russia and the only one in the World that create kaleidoscopes with Russian motives on their cases. The first collection contains "pictorial" kaleidoscopes. They are decorated with lacquer Fedoskinskaya Miniatures which is an ancient Russian painting craft. The second is represented with kaleidoscopes decorated with Zlatoustovskaia Engravings which can make any kaleidoscope a real masterpiece.



**ТВОРЧЕСКАЯ МАСТЕРСКАЯ
«РУССКИЙ КАЛЕЙДОСКОП»**
Единственная мастерская в России
по производству калейдоскопов

- Ручная работа
- Неизменное качество
- Уникальный стиль

Производство калейдоскопов под заказ, нанесение логотипа, тиснение, лазерная гравировка. Подарочная упаковка.

г. Москва, Нижняя Сусальный пер. д.5
тел./факс (495) 777-0297; (495) 777-0298

Такой разный фарфор!

Автор: Александр Лёвкин

Ни для кого не секрет, что изделия из фарфора — это отличный подарок к значимым датам. Еще в советское время хорошим тоном считалось подарить красивую вазу на Новый год или 8 Марта. Сейчас изделий из фарфора дарят еще больше, ведь фарфор — это всегда оригинальный, интересный и красивый подарок. В нем воплощено само понятие «сувенир» — подарок на память; вещь, связанная с воспоминаниями о ком-либо. Почему тогда фарфор, столь хороший подарок к большим праздникам, не используют для «менее значимых дат»? В этой статье мы расширим рамки практики применения «фарфоровых подарков» и расскажем, что можно подарить человеку, у которого уже есть одна ваза.

Итак, у директора юбилей, исполняется 50 лет. Он человек хороший, грамотный, справедливый и коллектив компании решает проявить инициативу и подарить ему что-то действительно значимое. Фарфоровый штоф с коньяком в виде сабли у него уже есть, декоративное блюдо дарили на 45-летие. Удивите его — сделайте бюст самого виновника торжества. Воплощенный в фарфоре, волевой подбородок директора и его строгий взгляд — хороший, оригинальный и дорогой подарок. Даже на пенсии директор с улыбкой будет вспоминать свой коллектив и хранить подаренный бюст на самом видном месте.

Перейдем к всевозможным отраслевым праздникам. Если к Новому году или к 23 Февраля прилавки магазинов так и пестрят тематическими подарками, то если вы захотите одарить сотрудника на День бухгалтера или сделать сюрприз на День рождения трубопроводных войск России (есть и такой, отмечается 14 января), вам придется долго и, возможно, безрезультатно искать соответствующий сувенир. Здесь опять же поможет фарфор. Что подарить на День российской науки? Пожалуйста - сделанный на заказ фарфоровый микроскоп. День водолаза? Стильная черная подводная лодка, в которую можно налить алкоголь. Абсолютно для любого, даже самого экзотического праздника, можно подобрать интересный и необычный сувенир из фарфора.

А теперь отправляем вашего сотрудника в загранич-



ную командировку для установления связей с иностранными партнерами. Естественно, помимо деловых бумаг и четких инструкций его необходимо снабдить бизнес-сувенирами. Конечно, можно вручить иностранцам бутылку водки и банку икры, нанести на эти продукты логотип, но это уже, согласитесь, немного пошлово. Не меньше водки в любой стране мира ценится аутентичное русское искусство. Вручите англичанам фарфоровый самовар, расписанный золотом, или тарелку с видами вашего города и они не только отметят ваш вкус, но и оценят деловую смекалку, ведь найти подходящий бизнес-сувенир — не менее сложно, чем рекрутировать грамотного специалиста. Еще один плюс подарков из фарфора — широкое поле для персонализации. Логотип будет смотреться изысканно и со вкусом.

Фарфор можно применять и для внутрикорпоративных целей. Для стимулирования сотрудников обычно используют денежные премии, иногда вывешивают на видном месте фотографию «работника месяца», но через месяц её снимут и о подвиге забудут. Куда эффективней будет смотреться, если вы вместе с конвертиком денег, вручите сотруднику фарфоровую табличку, на которой он будет значиться, как «лучший работник месяца». Или кубок для топ-менеджера с соответствующей гравировкой. Такие подарки-символы — хороший эмоциональный заряд для сотрудников. Премии может выдать любая фирма, а вот такой эксклюзивный подарок только компания, которая действительно ценит работу своего штата.

Среди российских заводов по выпуску фарфора в первую очередь следует отметить Лефортовский завод, принадлежащий ООО «Керамик». Основанный в 1991 году в Москве, завод выпускает высокохудожественные русские корпоративные сувениры и бизнес-подарки. В штате работают профессиональные художники и скульпторы, которые мастерски создадут любую продукцию из фарфора и керамики: ружья, пасхальные яйца, бюсты, гербы, матрешки и многое другое.

Лефортовский фарфор — это оригинальный и благородный подарок, который дарят на долгую память.

Original products from porcelain can be excellent presents or souvenirs. They can demonstrate the national Russian colours, they will emphasize your originality and remain in the memory of the receiver for the whole life. The author shows both the traditions and the novelty in the preparation of such a present. Among Russian factories producing porcelain we have to mention first of all, the Lefortovo Factory which belongs to the JSC «Ceramic».



Керамик
Лефортово

ООО «Керамик»,
Лефортовский фарфоровый завод, основанный в 1992 году, выпускает высокохудожественные изделия из фарфора и керамики, прикладного декоративно-утилитарного назначения с ручной (авторской) росписью известными подглазурными красками. Утонченность, чистота, легкость, нежный певучий «голос» - нет посуды благороднее, красивее фарфора.

Адрес: г. Москва, ул. Лефортовский вал, д. 9-а
Телефоны: +7 (495) 673-09-89, 362-55-78
Web: www.keramik-lefortovo.ru
E-Mail: info@keramik-lefortovo.ru

Красота, теплота, краски и форма

Автор: Михаил Вишневецкий



Недавно я побывал в керамической мастерской. Это было очень интересно, хоть я и не все успел увидеть. Я держал в руках старинный изразец петровского времени и новый, который был сделан для реставрации. Смотрел на десятки фарфоровых колокольчиков (никогда не видел так много колокольчиков одновременно) и на пасхальные яйца из фарфора.

Оказывается (не так как я всегда считал), мастерская может заниматься не одним каким-то видом керамики, а сразу всеми. И, пожалуй, это один из способов развиваться и не стоять на месте — осваивать все новые виды керамики. Тем более их очень много.

Их так много и различия между ними могут быть настолько тонкими, что непрофессионалу иногда сложно отличить, например, фарфор от майолики или от каменной массы. Фарфор-то, конечно, все хорошо знают. Когда-то за секрет его изготовления готовы были заплатить огромные деньги, а сейчас фарфоровые изделия есть в каждом доме. И, тем не менее, фарфор до сих пор остается самым благородным из всей керамики, как про него говорят. Из него делают самые изящные вещи. Самые блестящие. Самые тонкие.

А по желанию заказчика в наше время можно сделать из фарфора практически все, что угодно. Не только традиционные вещи — посуду, пасхальные яйца, светильники или колокольчики, — но и индивидуальные. Часто, например, в фарфоровых мастерских заказывают корпоративные медали или статуэтки для деловых подарков; а в последнее время появилась еще и мода на фарфоровые украшения.

Про фарфор писать несложно — с ним все хорошо знакомы, а вот что такое майолика знают не все. Майолика может быть на белом черепке и на красном. Изделия из белой майолики легко перепутать с фарфоровыми, так они могут быть похожи. Отличаются они друг от друга техникой исполнения, а также тем, что майолика считается более простой, домашней что ли, керамикой. Скажем, квас пить веселее из майоликовой кvasницы, а чай из фарфоровой чашечки — вот так еще можно сказать про их отличия. И еще майолику часто используют в строительстве.

Как раз из майолики и стали делать изразцы в петровское время. Сейчас многие из этих изразцов уже обветшали и потрескались, поэтому в современных мастерских не только делают новые изразцы, но и реставрируют старые. Это целое направление в производстве. Как сделать изразец таким, чтобы его было не отличить от оригинала по цвету? Чтобы он лучше сохранялся? Конечно, изразцы — это отдельная большая тема, которую можно рассматривать с совершенно разных точек зрения. Например, с точки зрения деловых подарков. Если кто-то решит подарить своему деловому партнеру изразцовый камин, то такой подарок уж точно можно будет назвать «царским». Или «президентским» — у нашего президента на даче как раз стоит изразцовый камин, сделанный современными мастерами.

Изделия из керамики становятся такими красивыми и теплыми на вид не только благодаря форме, которую им придает мастер, но и благодаря декорированию. Существуют десятки способов декорирования, но самые распространенные — это деколь и ручная роспись. Деколь обычно заказывают для больших партий товаров, а вручную расписывают штучные изделия или небольшие партии.



Чем дольше живешь на свете, тем сильнее начинаешь любить и ценить изделия наших русских национальных промыслов. И за красоту, и за теплоту, и за краски, и за форму. Поэтому всегда приятно, когда узнаешь, что не перевелись еще у нас мастера, увлеченные своим делом.

The Beauty, the Cordiality, the Forms and the Colors.

There are various types of ceramics. Besides the aristocratic porcelain there is more democratic majolica. It is intended not only for souvenirs and interior items production but for such architecture decoration as Russian tiles. There is also a great diversity of ways to decorate ceramic objects and thus to create a unique work of art...

Our journalist shares his experience of visiting one of the contemporary Russian ceramic manufacturers.



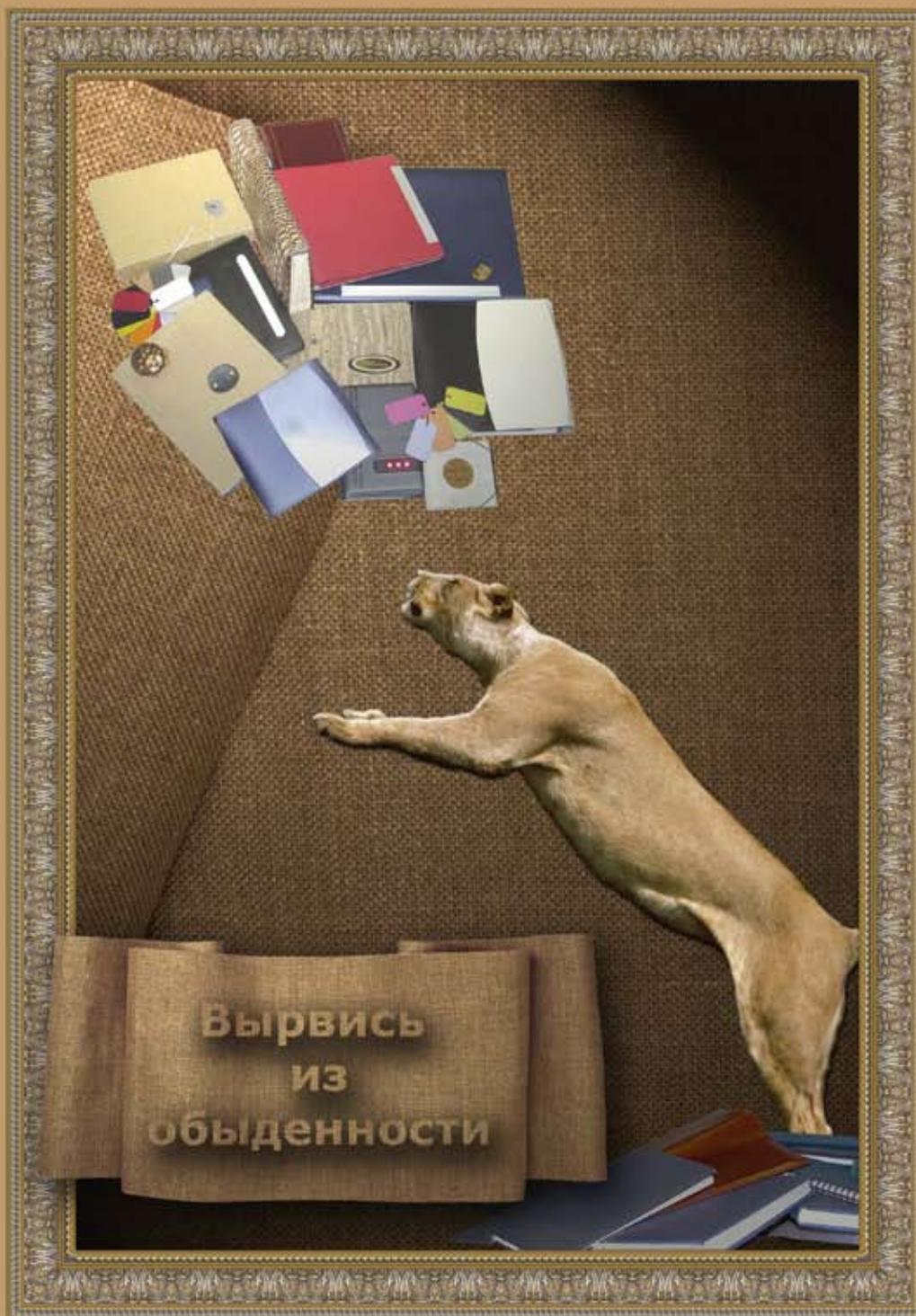
центр возрождения традиционных ремесел

СКУДЕЛЬНИК

фарфор, майолика
полный технологический цикл, разработка моделей, ручная роспись, деколь.

Доставка в любую точку России

193167, С-Петербург, наб. р. Монастырки, д. 1
тел. +7 (812) 710-2170, 274-7828
skudel@rambler.ru www.skudelnik.spb.ru



Нестандартные решения подарков для деловых людей
Упаковка подарков

www.gl-21.ru

E-mail: lion@aha.ru

Контактный телефон (495) 543-81-84

ЛИДЕР **Z** офисная канцелярия

- 2** **НОВОСТИ**
- ТЕНДЕНЦИИ**
- 4** ВЕЧЕРА НА ХУТОРЕ БЛИЗ... ИМАТРЫ

ЛИДЕР **Z** бизнес-сувениры

- 4** **ОТ РЕДАКЦИИ**
- TOTUS MUNDUS AGIT HISTRIONEM**
- 6** **НОВОСТИ**
- ТЕНДЕНЦИИ**
- 10** Оттенки сувенирного рынка
- 13** Подарки, которые нас удивили
- 14** Президентские сувениры
- 15** **ВЫСТАВКИ**
- ГОВОРЯТ ПРОФЕССИОНАЛЫ**
- 16** Несколько слов об оптимальном подарке
- 18** 2 года! Полет нормальный!
- 19** Давайте знакомиться!
- КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ**
- 20** Агрессивный игрок на рынке рекламного текстиля
- 22** Клиенту всегда удобно
- 23** Предпраздничные дни
- ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ**
- 24** Подарки, дары, сувениры... Путеводитель по «умным» и «функциональным» подаркам!
- 26** Новогодний тренд 2007-2008
- 29** Время, проведенное с умом
- VIP-ПОДАРКИ**
- 32** А затем можно и поохотиться
- 33** Русские калейдоскопы
- 34** Такой разный фарфор
- 35** Красота, тепло, краски и форма
- 37** Классификатор сувенирной продукции



2

ЛИДЕР **Z** №5 март

Президент МАПП:
Лео Костылев
info@finndesign.ru

Редактор журнала:
Александра Сойту
info@iapp-spb.org

Художественный редактор:
Алексей Чачин
schachin@mail.ru

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Михаил Вишнеvский

Сотрудники МАПП:
Алла Алейникова,
Галина Дроздова,
Татьяна Улисова,
Валерия Сергееvко,
Ольга Устимчук

Дизайн, верстка:
«ГОСПОДИН ПЕЧАТНИК»
Нина Шашихина
Александр Шашихин

Web-дизайн, фото:
Василий Тюленев
supercell@mail.ru

Адрес редакции: 192007, Россия,
С-Петербург, ул. Днепропетровская, 65
Тел. +7 (812) 766-09-66, 766-68-90
Факс +7 (812) 766-09-77
E-mail: info@iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка по собственной базе данных, на имя руководителя фирмы – конечно-го заказчика рекламно-сувенирной и канцелярской продукции.

Журнал в розничную продажу не поступает. Подписка оформляется через редакцию.

Информационная поддержка:
Радио «Эхо Москвы»
Печать: Типография «Цвет-Принт»
Роменская, 10. Тел.: (812) 336-45-68
Уст. тираж : 10000 экз.
Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-4881 от 13 декабря 2000 г



4

Папки из мягкого пластика меняют расцветку

Компания «Esselte» представляет обновленную коллекцию папок из мягкого пластика «Intense Refresh». Изменения коснулись цвета и прозрачности полипропилена. На основе исследований международного агентства «Peclers Paris», были отобраны те цвета, которые были бы подходящими и для офисного использования, и выглядели привлекательными для домашнего использования. В связи с этим, цветовая гамма коллекции была немного исправлена. Из серии убрали папки цвета изумруд и прибавились изделия белого цвета. В целом цвета коллекции стали мягче — насыщенные сапфир и бордо уступают место более мягким оттенкам синего и красного.



Компания «Esselte», г. Москва

Новинки для офисного стола

В 2008 году в каталоге компании «Esselte» появилась новая коллекция аксессуаров для рабочего стола из пластика Leitz Plus. Серия состоит из прекрасно сочетаемых продуктов, которые также можно использовать отдельно. Функциональные элементы прекрасно надстраиваются друг над другом для экономии пространства на вашем рабочем столе.

Новый ассортимент Leitz PLUS будет состоять из 4 новых продуктов: горизонтальный лоток для бумаги, вертикальный накопитель для журналов, настольный бокс для повседневных папок, стойка для лотков с 3 отсеками.

Коллекция представлена в 4-х классических цветах: черный, синий, серый и красный.



Компания «Esselte», г. Москва

Новое оборудование «Деловой полиграфии».



Компания «Деловая полиграфия», ранее радовавшая своих заказчиков традиционной полиграфической продукцией, приобрела бельгийскую биндер-клеевую машину BOURG 3002 и японский листоподборщик DUPLO 5000. Вскоре эти машины позволят приступить к производству книжек и журналов в мягком переплете. Главная новинка — сувенирный принтер Vivijet GRAND, обеспечивает печать на объ-

емных предметах, будь то мобильный телефон, компьютерная мышь, тарелка, зажигалка или даже стиральная доска! Высокое качество печати при этом гарантировано, убедитесь сами.

Контактную информацию нашей компании Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Переплетные работы».

Компания «Деловая полиграфия», г. Курск

Цветная офисная печать становится доступной!



ООО «Абиус» — официальный дилер и авторизованный сервисный центр Kyocera объявляет беспрецедентную акцию:

Временно снижена цена на полноцветные МФУ известного производителя офисной техники, японской корпорации Kyocera Mita.

В период акции можно приобрести для офиса цветной скоростной экономичный принтер-копир-сканер-факс Kyocera KM-C3232 в комплекте с автоподатчиком двусторонних оригиналов по цене монохромного аналога!

Kyocera KM-C3232 используется для экономичной и быстрой печати (копирования) цветных и черно-белых документов всего офиса, что ведет к повышению эффективности любого бизнеса.

ООО «Абиус», г. Москва

Новинка — сухие маркеры без запаха

Компания «Меркурий Трейд Логистик» представила на российский рынок уникальную новинку — сухие маркеры Staedtler. Маркеры с деревянным корпусом пишут по всем гладким поверхностям. Они не засыхают, не выцветают на солнце, не протекают сквозь бумагу и не имеют запаха. Сухие маркеры Staedtler также отличает стильный дизайн, удобство в использовании и безупречное немецкое качество.



«Меркурий Трейд Логистик», г. Москва

Оранжевый цвет в подарок

Компания «Меркурий Трейд Логистик» представляет новинку от ТМ Avantre — цветные карандаши 6+1. Набор включает шесть традиционных цветов и один дополнительный — оранжевый цвет — в подарок всем покупателям. Цвета карандашей Avantre, как всегда, яркие и насыщенные. Грифели мягкие и прочные, по всей длине приклеены к корпусу, за счет чего не ломаются и не крошатся. Многослойная лакировка обеспечивает долговечность карандаша и минимизирует скольжение руки. Благодаря компактности, набор карандашей очень удобно брать с собой.



«Меркурий Трейд Логистик», г. Москва

Пластиковые папки в стильном дизайне

«Меркурий Трейд Логистик» представляет новинку — пластиковые папки от Avantre. Папки отличает стильный дизайн, богатая гамма пастельных тонов, высокая прочность пластика и широкий ассортимент. В коллекции представлены: папки с файлами, папки с пружинным механизмом, папки с прижимом, папки-уголки. Папки Avantre — это стильное решение для хранения документов.

«Меркурий Трейд Логистик», г. Москва



Национальный фонд вручает награды

В настоящее время Национальный наградной фонд проводит награждения орденом «За гражданские заслуги». Орден является высшей степенью отличия и присваивается гражданам России за личные заслуги перед государством и народом, связанные либо с профессиональной, либо с общественной деятельностью на благо общества, а также за 25 лет непрерывной работы в отрасли. Документы оформляются также, как на государственные награды.

Национальный наградной фонд, Комитет по награждениям, г. Санкт-Петербург
www.firedept.spb.ru



Новая марка в коллекции ПроБюро



В ассортименте «ПроБюро» появилась новая линия товаров для офиса марки «Rolodex» — настольные картотеки двух видов: для хранения визитных карточек и для бумажных карточек, куда удобно заносить информацию. Марка существует на рынке более 50 лет и является безусловным лидером в области хранения и систематизации бизнес-контактов и карточек.

Продукция представлена различными моделями (вращающиеся, с крышкой или открытые) в стильных цветовых решениях (черный, серебристый). Для всех видов картотек у ПроБюро имеются расходные материалы: линованные и нелинованные карточки, а также вкладыши для визитных карточек.

«ПроБюро», г. Москва

«Reiter» презентовал новую коллекцию канцелярских товаров

Основной целью при создании новых серий канцелярских товаров «REITER» стали комфорт и удобство в использовании. В серии «ERGO» применяется технология «Soft&Touch» — термопластичный эластомер, абсолютно нескользящий в руках и чрезвычайно приятный на ощупь.

А в степлерах серии «KNIGHT» в лакированном металлическом корпусе спрятан механизм плоского загибания скоб «Flat Clinch», который экономит до 30% места в папке.

Эргономичные дыроколы, рыцарские степлеры и прочие канцелярские товары «REITER» будут представлены на стенде Эллин (801) на выставке «СкрепкаЭкспо».

ООО Reiter.ru, г. Москва



Обновленный ассортимент красок от компании «Релайт»

Компания «Релайт» открывает 2008 год принципиально новым ассортиментом акварельных и гуашевых красок для детского творчества торговой марки «Лапландия».

Ассортимент акварели расширился в первую очередь за счет более широкого выбора красок в палочках из пластика. Представлена широчайшая палитра от палочка на 6, 8, 10, 12, 14, 18 и 24 красок. Есть позиции с европодвесом, что крайне удобно для реализации продукции через супермаркеты. Значительно расширен и ассортимент гуаши. Кроме красок 6 и 12 цветов, «Релайт» предлагает гуашь 9 цветов (16 и 20 мл), наборы гуаши 6,8 и 10 цветов с раскрасками «Герои страны Лапландия». Для старших классов школы и лицеев есть гуашь художественная 12 цветов, краска акриловая 6 и 12 цветов и гуашь флуоресцентная 6 цветов.

ЗАО ТД «Релайт», г. Москва



«Топ-Спин» предлагает готовиться к школе весной

Уже сейчас с новинками предстоящего школьного сезона можно ознакомиться в каталоге торговой компании «Топ-Спин». В каталоге представлены школьные наборы для торговых сетей в индивидуальной упаковке, с цветной вкладкой, со штрих-кодом, а также школьные обложки из пленок ПВХ, полиэтилена и пропилена. Продукция поставляется в любых объемах напрямую от производителя.

Кроме того, «Топ-Спин» предлагает другие школьные принадлежности: упаковку для текстиля, бейджи, карманы, визитницы, пакеты объемные и плоские, вешалки для упаковки и многое другое.

Контактную информацию о нашей фирме Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике «Книги подарочные», «Упаковка», «Переплетные работы».

Компания «ТОП-СПИН», г. Москва



Рамки бывают разные



Компания «Вельт» представляет новую коллекцию рамок для фотографий торговой марки «Pioneer». При производстве рамок из этой коллекции используется древесина хвойных пород, что обеспечивает им конкурентный уровень цен и позволяет разработать любую форму багета. Рамки предлагаются для всех стандартных размеров фотографий, что также не ограничивает их использования для документов: сертификатов, дипломов, небольших живописных работ, а также произведений детского творчества. Следует отметить, что часть рамок произведена из твердой и дорогой древесины индонезийских и канадских пород.

Контактную информацию о нашей фирме Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике «Канцелярия для офиса».

Компания «Вельт», г. Москва

Степлеры и дыроколы в новой коллекции «Radiance Wave»

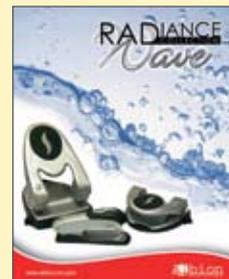
Новую коллекцию степлеров и дыроколов «Radiance Wave» торговой марки Albion можно найти в каталоге компании «Вельт».

Коллекция отличается стильным неповторимым дизайном, надежным механизмом и эргономичностью конструкции. Рукоятки степлеров и дыроколов снабжены противоскользящим двусоставным грипом-накладкой, обеспечивающим удобство в использовании. Продукция поставляется в картонных и блистерных упаковках стильного дизайна с европодвесом, сопровождающихся флаером, отражающим всю коллекцию «Radiance Wave».

На все движущиеся металлические элементы производитель предоставляет гарантию 3 года.

Контактную информацию о нашей фирме Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубрике «Канцелярия для офиса».

Компания «Вельт», г. Москва



Вечера на хуторе близ... Иматры

Автор: Лео Костылев, президент МАПП

Не Гоголь — это ясно! Но то, что я хочу рассказать очень похоже на Рождественскую сказку. Своё начало наша история берёт в далёком уже теперь 2001 году, который начался для меня с горестного события. Умерла моя бабушка. И хотя дожила старушка почти до девяноста четырёх лет, было очень жалко прощаться с ней. Как и положено в таких случаях, от бабушки осталось кое-какое барахло, часть которого по закону перешла и ко мне. Закон Финляндии суров к наследникам, посему вступить в свои права они могут лишь после уплаты налогов и прочих весьма немалых сборов. Поскольку добрая бабушка моя решила наградить меня маленьким домиком на берегу живописного восточно-финляндского озера, то впал я не только в горесть

от потери близкого человека, но и в пропасть бессчётных расходов. В этих хлопотах, вдобавок к обычной своей жизненной рутине, прошли несколько лет. Я уже почти забыл о наличии маленького полуразвалившегося домика среди вещей, обременяющих мою жизнь, как вдруг получил письмо с извещением о том, что должен явиться в местное правление для подтверждения своих прав и чего-то ещё подобного. Выбрав один из летних «длинных» уик-эндов, я направил колёса своего автомобиля на восток.

«Белые ночи» Финляндии

Растопить сауну, несмотря на все мои старания, мне не удалось, и я уже совсем было загрузил, представляя себе бесконечный вечер на пустынном берегу

не менее пустынного озера. Дом был запущен, бабушка и сама не бывала в нём с тех пор, как совсем состарилась. Может быть, я был первым за последние двадцать лет обитателем этого когда-то полезного жилища. От нечего делать я стал разбирать старые вещи, большинство из которых можно охарактеризовать ёмким и весьма подходящим для них словом: «хлам». К середине вечера я дошёл до сундука, на крышку которого были навалены старые газеты. Поскольку история — одна из моих страстей, я с удовольствием читал новости, устаревшие более полувека назад. В куче газет нашлись и «Правда» пятидесятых годов, пара-тройка финских газет, одна общенациональная, остальные местные, и даже эстонская «Нарвский рабочий» того же времени. Я так увлёкся чтением газет, что позабыл о времени. В газетах на русском часто писали о событиях в мире или даже в Финляндии, и я с интересом искал финские газеты соответствующих периодов, чтобы сравнить информацию. За этим интереснейшим занятием меня застали сумерки. Летом в Финляндии не темнеет совсем, поэтому читать можно хоть всю ночь без света, особенно в ясную погоду. В стране не нашлось такой силы писателя, чтобы описать эти ночи, как это сделал Достоевский в России, и поэтому о «белых ночах» Финляндии никто не знает, а едут их смотреть в Петербург. Летняя ночь на карельском озере с лебедями, может, ещё красивее, но знают об этом только те, кто коротал их как я, читая газеты или занимаясь чем-нибудь другим.

Первые механизмы

В конце концов, я так устал от политики и старых реклам, что решил заглянуть

внутрь сундука. Сундук был старый, явно старше дома. Обычный вещевой сундук тех времен: коричневой кожи, с металлическими уголками, замком посередине и двумя кожаными ремнями по бокам. Моё внимание привлекла почти стёртая от времени бумажка, приклеенная к боковой наружной стенке сундука. Это была расписка российской таможни на русском и финском языках, гласившая, что багаж досмотрен. И год: 1914. Неужели и тогда таможня рылась в частных вещах людей? И Финляндия ведь была частью Российской империи. Что же искали таможенники в саквояжах путешественников? Нелегальную литературу, книги Ленина и Троцкого? Самих Ленина и Троцкого, замаскированных под нижнее бельё? Я был явно разгорячён газетами, и мне уже не терпелось порыться в этом таинственном сундуке, досмотренном на российско-финской границе. Каково же было моё удивление, когда внутри сундука оказались две съёмные полки, набитые старыми одеждой и обувью. Я уже совсем было разочаровался и решил пойти спать, как под полками увидел несколько туго перевязанных тесьмой папок с бумагами. Бумаги — это то, что мне надо!

Первая папка содержала книги, с аккуратно вписанными в них цифрами, расчётами и прочими математическими выкладками, которые я определил для себя как бухгалтерию. Другая содержала какие-то чертежи и рисунки, много рисунков. В третьей находились бумаги с печатями и гербами, среди которых особо выделялись листы с заглавием «Patent». Пролитав все папки, я сделал для себя два важных вывода. Первое: я должен выбрать их с собой и ознакомиться с бумагами в нормальной обстановке, выделив для этого время. Второе: пока я ковырялся в старых бумагах, наступило утро.



Вернувшись домой и тщательно изучив содержание папок, мне удалось выяснить следующее. Папки представляли из себя архив предприятия, скорее всего мануфактуры, которая существовала на территории России во второй половине девятнадцатого века. Родом деятельности мануфактуры или, по крайней мере, одним из видов деятельности её было производство пишущих инструментов. В папках содержалось большое количество, по преимуществу, английского происхождения патентов на пишущие инструменты. Чертежи и рисунки также относились к этой отрасли. Некоторые рисунки напоминали по виду и конструкции изделия, представленные в патентах, другие были очень далеки от них. Но все они, так или иначе, были связаны с пишущими принадлежностями тех лет. Слегка наивные попытки перьевых ручек с механизмами, которые, мне кажется, не должны были работать, больше моделей ручек, которые назывались в моё детство «вставками» или «ставками», я не очень уверен в произношении этого слова. Я никогда не видел его написанным, только из уст родителей и бабушки. Это были вычурные и не очень цилиндрические стержни из разных материалов, на конце которых укреплялся держатель для вставного пера. Порывшись в Интернете, я выяснил, что именно такими «ручками» писали до начала двадцатого века, несмотря на то, что патент на поршневую перьевую ручку был выдан в начале века девятнадцатого.

Российские ручки премиум-класса?

Помимо архивов мануфактуры, папки содержали некоторые личные документы, письма, а также вырезку из какой-то российской газеты, в которой рассказывалось о пожаре на мануфактуре, выпускавшей пишущие принадлежности. Из материалов статьи я узнал, что фабрика сгорела от рук работавших на ней, скорее вследствие недовольства последних, чем по неосторожности. Письма, написанные более века назад, в большинстве своём на французском, и до сих пор остаются для меня загадкой. Автором их был выходец из Франции, имевший русскую жену, граф Анри Салиас де Турнемир. Он же, как я понял, был и владельцем той самой сгоревшей мануфактуры. Никаких сведений о дальнейшей судьбе мануфактуры, я как ни старался, более не смог отыскать. По-видимому, она навсегда исчезла в огне того пожара.

Как оказались эти бумаги на дне сундука со старым тряпьем моей бабушки, для меня остаётся загадкой по сей день. Однозначного ответа на этот вопрос, я думаю, я не узнаю никогда. Все родственники, которые могли бы пролить свет на это, к сожалению, находятся там, куда не позвонить и не доехать без помощи Харона. Из своего детства я помню только, что бабушка называла свою свекровь графиней, а нас с братом графятами. Ещё я помню, что однажды, гуляя с бабушкой мы увидели афишу спектакля «Смерть Тарелкина» Сухова-Кобылина. «Это твой родственник, но он плохо кончил» — сказала бабушка, но и тогда я не догадался расспросить её подробнее. Что поделаешь, у детей совсем другие интересы. Автор пьесы Александр Васильевич Сухово-Кобылин был родным братом русской писательницы, писавшей под псевдонимом Евгения Тур, и бывшей женой того самого Анри Салиаса, да и сам псевдоним «Тур» происходит от местечка, где стоит родовой замок

Салиасов, Турнемир. Больше мне, к сожалению, ничего не известно, и не удалось выяснить о родстве.

Однако, гораздо больше меня заинтересовала идея возобновить в России производство пишущих принадлежностей премиум-класса. И что лучше может подходить к названию для этих изделий, чем фамилия человека, который, может быть, был единственным в России производителем подобных вещей. Обладавшим к тому же, вкусом французского аристократа и бывшим частью семьи, умевшей правильно использовать пишущие принадлежности. Помимо брата жены, и её самой, в российской части семьи писал и их сын Евгений, которого называли «русским Дюма». А по французской ветви известности своим пером добился Антуан де Сент-Экзюпери.

Тщательно изучая модели и формы изделий, которые граф Салиас планировал производить на своей мануфактуре, пользуясь его чертежами, мы решили воссоздать искусство производства пишущих инструментов в России и снова дать стране возможность показать, что не только самые популярные среди террористов автоматы она может выпускать, а и орудия интеллектуального труда тоже.



Having inherited from his granny a house on the bank of the Imatra lake in Finland, the author of the article finds archives of a textile mill of the beginning of 20th century in an old trunk. The archives reveal that the history of producing writing materials of premium class in Russia dates back to much older days than one could have thought. Probably the found drawings and patents will help to revive the history of production of pens in Russia.



Новый проект
Международной Ассоциации
Презентационной Продукции

“КЛАССИКИ МАПП”

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

К

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

www.class.iapp.ru