

ЛИДЕР

КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ











20-23 сентября 2021 года

Крупнейшая в России выставка актуальных подарочных предложений и декораторских решений

- O Souvenirs & Awards
 Сувениры и награды
- Ноте & Deco
 Предметы интерьера
- Fashion Items
 Модные вещицы
- Smart GiftsУмные устройства

- Handcraft & Creativity
 Промыслы и рукоделие
- O Gourmet
 Вкусные подарки
- CelebrationПраздничные украшения
- Services
 Сервис
- Производители оригинальной продукции
- Профессиональная аудитория

- Индустриальные тренды и вдохновляющие идеи
- Масштабная коммуникационная программа

Все лучшее — в Гостином Дворе в сентябре!



Узнайте условия участия www.presentica.net +7 495 698-12-89

Организаторы и партнеры



















ЖУРНАЛ МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ
ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

ЛИДЕР

№ 51. сентябрь, 2021

Президент МАПП **ЛЕО КОСТЫЛЕВ**

Исполнительный директор МАПП Выпускающий редактор ГАЛИНА ДРОЗДОВА galya@iapp-spb.org

Директор отдела продаж **ТАТЬЯНА ПАНКОВА** tanya-mapp@mail.ru

Специалисты проектов МАПП МАРИЯ ИВАНОВА maria@iapp-spb.org АННА МОНТЛЕВИЧ anna@iapp-spb.org

Администратор сайта, помощник руководителя **ЕЛЕНА МИРОШНИЧЕНКО** info@iapp-spb.org

Журналист **МАКСИМ АВРАМЕНКО**

Дизайн, верстка **МИХАИЛ ТКАЧЕВ**

Корректор ВЕРА КОВАЛЬЧУК

АДРЕС РЕДАКЦИИ: 197342, Санкт-Петербург Сердобольская ул., д. 64, В +7 (812) 318-1892 info@iapp-spb.org

Журнал бесплатно распространяется среди участников Ассоциации МАПП, на выставках: IPSA, Подарки, Реклама, Скрепка Экспо, Дизайн и Реклама, Ладья, 5рЕХРО в Москва; РИДО (Экспофорум) в Санкт-Петербурге; на профильных выставках в регионах России: Новосибирске, Ростове-на-Дону, Белгороде, Красноярске, Калининграде, Уфе; на мероприятиях партнеров МАПП; на профильных выставках в странах СНГ: Казахстане, Узбекистане. По общероссийской рассылке и платной подписке.

Журнал в розничную продажу не поступает. Подписка оформляется через редакцию. Тираж 3000 экс. 30(1) + очлаўны омор

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 № 2-488° от 13 декабря 2000 г.

Содержание

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

3. Лео Костылев:

Антибрендинг или брендинг как форма фетишизма

НОВОСТИ мапп

8. Бизнес-сувенирные новинки

ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ

- **16.** VII ПРЕМИЯ МАПП «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ 2020—2021»
- 17. Траектория Премии
- 19. Соискатели Премии
- **30.** 16 ноября 2021— День Отечественной Продукции

интервью

34. Татьяна Власова: «Легко тому, кто служит делу»



СУВЕНИРНАЯ ШКОЛА

35. Почему некоторые подарки пылятся в шкафу?

коллекции

36. «Русские самоцветы»: традиции империи, хранимые веками

38. Совершенство в каждой детали



СТИЛЬ В ОДЕЖДЕ И ПОДАРКАХ

41. Логомания — главный тренд для индустрии подарков

УПАКОВКА

42. Упаковка — носитель стиля и бренда

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ РОССИИ

- 44. Дубовая палитра веков
- 46. КЛАССИФИКАТОР БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ
- 50. СУВЕНИРНАЯ КУХНЯ

КАЛЕНДАРЬ ВЫСТАВОК

64. Отраслевые выставки



АНТИБРЕНДИНГ ИЛИ БРЕНДИНГ КАК ФОРМА ФЕТИШИЗМА

В СВОЁ ВРЕМЯ МЕНЯ НЕМАЛО УДИВИЛ СОВЕТ АМЕРИКАНСКОГО СПЕЦИАЛИСТА ТОМУ, КТО ИСПЫТЫВАЕТ ФИНАНСОВЫЕ СЛОЖНОСТИ В ЖИЗНИ. СОВЕТЧИК ПОСТАВИЛ КОРОТКИЙ, ОДНАКО ИСЧЕРПЫВАЮЩИЙ ДИАГНОЗ: ВСЁ, ЧТО ТЫ ДЕЛАЕШЬ СЕЙЧАС БЕСПЛАТНО – ДЕЛАЙ ЗА ДЕНЬГИ.

не стану фантазировать на эту тему, ибо подобные мысли могут завести бог знает куда, хочу лишь отметить поразительную способность американцев превращать всё в деньги. Создание из всего на свете «продукта», который можно было бы продавать, является отличительной особенностью именно американцев, которые, к тому же, даже не стесняются демонстрировать эту свою черту всем нам — остальным.

Поскольку даже в Америке не всем «посчастливилось» трудиться в торговле, приходится создавать продукцию, так сказать, «не отходя от кассы». В общем, если гора не идёт к Магомету

Стараются отличаться в этом и представители умственного труда, создавая продукцию если не из воздуха, то, по крайней мере, из продуктов своего интеллектуального напряжения. В этом случае к любому знакомому слову английского языка эти «учёные» прибавляют окончание «-инг». получая в итоге новое научное знание, которое можно преподавать, писать учебники, книги и монографии, а также передавать непосредственно, так сказать, из уст в уста на различных семинарах и тренингах (обратите внимание на окончание этого последнего слова). А слова, как выясняется, можно брать практически любые. Вот, например, взяли слово «рынок» (market), прибавили «-ing» – получился «маркетинг». Взяли другое слово – «бренд», получился «брендинг», взяли слово «имя» (name) – получился «нейминг».

В чём же состоит научная идея «брендинга»? Оказывается, «бренд», который в общем-то является всего лишь названием марки изделия, не просто слово, а имеет какие-то свои секреты и требует к себе настолько серьёзного внимания, что при недостатке такового ваш бизнес ну просто-таки не выживет в этом бушующем океане деловой жизни: «Понятие «бренд» очень близко по значению к терминам «торговая марка» и «товарный знак». Однако сравнение содержательной части данных понятий позволяет сделать вывод, что такое сходство носит внешний характер, поскольку между терминами существуют принципиальные различия»¹.

С моей же точки зрения название фирмы или изделия является всего пишь названием, отличающим (и то не всегда) одно изделие от другого. Никакого большего смысла в нём нет.

Всё остальное - от лукавого.

«Именно название (услышанное или прочитанное) вызывает в памяти у потребителя образ бренда или ассоциации, связанные с этой маркой. Профессионально созданное название не только влияет на судьбу, которая ожидает бренд, но и защищает торговую марку от недобросовестно-

го копирования» – считают авторы учебника «Нейминг 3.0»².

Но если проанализировать несколько десятков самых известных мировых брендов, то легко выяснится, что имена вполне случайны, никем специально не выбирались по каким-то иным признакам, кроме самых утилитарных, и чаще всего возникли задолго до того, как стали известными на весь мир. И никто не имеет доказательств того, что изделие «А» стало более популярным, чем изделие «Б» именно из-за того, что для него было избрано «правильное» называние.

А коли так, то нам остаётся лишь ВЕРИТЬ специалистам по брендингу.

Или не верить.

Вера является продуктом убеждения, поэтому здесь многое зависит от того, насколько вас сумели убедить доводы тех, кто считает название важным. Ну и, естественно, от ваших собственных интеллектуальных способностей, которые должны подсказывать вам нужные ответы на возникающие вопросы.

Любители этой идеи в России часто пользуются фразой из детской книжки: «Как корабль назовёшь, так он и поплывёт», хотя этому также не имеется даже близко никаких доказательств. Вряд ли «Титаник» утонуп потому, что был так назван, а ледокол «Ленин» никак не тонет по этой же причине. А чем провинилось, например, название «Курск»?

Если продолжить цитирование, то прав, скорее всего, был Шекспир, написавший, что: «...роза пахнет розой, хоть розой назови её, хоть нет».

Например, две самые известные компьютерные компании имеют совершенно непохожие названия, что не мешает им быть одинаково популярными. Microsoft образовано из вполне скучного сочетания первых половин двух слов. Первая половина происходит от «микрокомпьютеров» как назывались тогда настольные компьютеры в отличие от тех, которые занимали целые комнаты, а иногда и этажи зданий - а вторая часть от названия программного обеспечения для них (softcore) - слова, которое уже вошло в русский язык в силу лености и безграмотности персонала, занимающегося компьютерами, без перевода: «софт». Другая же компания зовётся Apple - «яблоко», что, как видим, не мешает ей преуспевать на компьютерном рынке. Причём название Apple было выбрано Джобсом исключительно с той целью, чтобы стоять в телефонном справочнике выше компании Atari, тогдашнего флагмана микрокомпьютерной промышленности США, в которой Джобс какое-то время работал.

Кто теперь помнит о телефонных справочниках?

Да, если честно, кто помнит о компании Atari?

Mercedes - имя дочери одного из владельцев (Daimler), а Benz - фамилия другого. Никакой фантазии! А какой успех! Ещё меньше фантазии в названии их главного конкурента -BMW, аббревиатуре, которая расшифровывается как Моторный завод Баварии (Bayerische Motorenwerke). Столь же немного фантазии и у других автопроизводителей. Saab - Акционерное общество шведского самолётостроения (Svenska Aeroplan aktiebolaget), Fiat -Итальянская автомобильная фабрика в Турине (Fabbrica Italiana di Automobili Torino). Opel – фамилия первого владельца, так же как и Ford, Willys, Chrysler, Chevrolet, Dodge, Kawasaki, Honda и Suzuki.

Бритва Schick, которую в России называют «Шик», совсем не имеет отношения к шику, а происходит от фамилии предпринимателя, изобретшего её – полковника Джейкоба Шика.

А компания «ЗМ», которую все знают за её канцелярские товары? Знает ли кто-нибудь, что скрывается за этими тремя буквами «М»? Minnesota Mining and Manufacturing Company, или «Горнопромышленная и производственная компания Миннесоты». Вот кто производит Post-it и Scotch. Шахтёры!

Компания JVC получила своё имя от материнской компании из США – Victor Talking Machine Company. Кто когда-нибудь слышал это название или видел их продукцию? А вот их японский филиал, название которого расшифровывается как Japan Victor Company, известна всем. И даже когда она разорилась, её название – всего-то три буквы – было также продано, причём нескольким компаниям. В Европе, например, под маркой JVC выпускает телевизоры турецкий концерн Vestel. Кстати, их собирают на заводе в Калининграде.

А вот с придуманными названиями случаются казусы. Как, например, с автомобилем Nova сразу у двух производителей: y Chevrolet и y Fiat. Оба производителя не могли продавать свои машины в испаноязычных странах, ибо «no va» означает на испанском «не поедет». С таким же казусом столкнулась и компания Mitsubishi. Их внедорожник Рајего не мог продаваться на испанском рынке, так как это слово означает «продавец соломы», а другое слово, которое пишется иначе, но звучит на испанском практически так же - pajillero - переводится как «онанист». У компании Ford тоже был такой случай с машиной Pinto в Бразилии. Дело в том, что «пинто» на бразильском сленге означает «маленький половой член».

В Швеции задумались над названием советского автомобиля Lada, так как это слово на шведском означает «сарай». Кстати, этой машине не повезло с названием с самого начала. Кто придумал назвать машину «Жигули»? Легенда утверждает, что народ проголосовал. Я так не думаю. Мало того что на экспорт машины продавались с другим именем, что уже само по себе нонсенс, но слово «Жигули» во множественном числе! Так много машин или одна?!

Пожалуй, самым нелепым и неудачным названием автомобиля было имя машины, которую мы знаем под кличкой «Жук». Этот «Фольксваген» Гитлер назвал: Kraft-durch-Freude (Сила через радость).

Думаю, что название «Жук» придумали американцы, и отнюдь не из добрых намерений. После войны гитперовский автомобиль прочно утвердился в Америке и был популярен, причём в среде тех потребителей, которые могли себе позволить и более дорогой (отечественный) автомобиль. Поэтому американские автомобилестроители как только его ни называли, плоть до «маленького ящика с дерьмом» (little shitbox).

Кстати, в Финляндии эту машину называют «Пузырь» (Kupla), что, с моей точки зрения, вполне обоснованно и не так завуалированно оскорбительно, как «Жук».

«При этом функциональные различия между разными торговыми марками оказываются практически сведены к нулю или касаются только дополнительных, несущественных характеристик товара (например, процента жирности в молоке или разрешения фотокамеры в смартфоне)» – утверждает А. А. Иванов в своём учебнике.

НЕСУЩЕСТВЕННЫХ?! Для неискушённого покупателя в обоих приведённых примерах - смартфоне и молоке - имеются лишь две характеристики, которые влияют на приобретение. В молоке это ПРОЦЕНТ ЖИРНОСТИ и упаковка, в смартфоне -КАМЕРА и ёмкость аккумулятора. Назвав покупателя «неискушённым», я имел в виду его отстранённость от изделий, как будто бы он впервые покупает подобные продукты. Потому что, конечно, если покупатель привычно покупает, скажем, молоко, то на его выбор влияют и знание о вкусе, запахе, наличии или отсутствии антибиотиков в молоке, марка молока, место его производства и т. п.

В Финляндии, например, самое жирное молоко имеет процент жирности 2,5. А наиболее популярное молоко – с жирностью 1,5 %, и именно такое молоко выпускается в наибольших количествах. В России практически не встретить молока с такой низкой жирностью. Почему? Да потому что власти Финляндии заботятся о здоровье граждан, и употребление

слишком жирного молока не считается полезным для здоровья. А молока финны пьют действительно много! Больше, чем пива. Процент жирности молока обсуждался в парламенте и законодательно закреплён. И он никак не является «несущественной характеристикой товара», это уж точно!

Камера в смартфоне является «несущественной» лишь у фетишистов. Например, у тех, кто пользуется iPhone. Вот им действительно всё равно, что внутри смартфона, лишь бы снаружи было написано правильное название.

И кстати, качество камеры значительно влияет на стоимость смартфона.

Есть и успешные примеры придуманных названий. Например, в Америке в 70-е годы потребители предпочитали иностранные товары отечественным (как в России сейчас, со времён СССР). Так возникли названия мороженого у двух американских производителей — «Хааген-Дэз» (Haagen-Dazs) и «Фрюзен-Гладье» (Frusen-Gladje). Слова абсолютно выдуманные, не означающие ничего ни на каком языке, но звучание у них скандинавское, что и требовалось производителям.

А потребители ели американское мороженое с мечтой о Скандинавии...

Слегка по другому пути пошли двое американцев, создавших фирму, производящую электронику. В 70-е японская техника считалась лучшей (и самой дешёвой) в мире, поэтому они назвали свою компанию «Atari» – словом из японского языка, означающим какой-то термин в китайской настольной игре го.

В российском бизнесе тоже есть свои примеры подражаний иностранным именам с расчётом на психологию российского потребителя. Например, Bosco di Ciliegi, московская компания, которая выпускает очень патриотическую одежду, но почему-то носит итальянское имя. Другой пример из канцелярского бизнеса – Erich Krause, российский бренд с немецким именем, фирмой, зарегистрированной в Финляндии, и продукцией из Азии. Таких компаний в России несколько: Thomas Münz – салоны «немецкой» обуви, магазины домашней техники Kaiser и производитель дорогих электротоваров Bork. Однако российские компании не идут дальше использования иностранных имён. На деле никто в этих компаниях не говорит на языке страны регистрации, контактные данные указывают на российское происхождение и персонал не обучен отвечать на вопросы, связанные с именем. Короче, расчёт только на российского потребителя, доверчивого, послушного и немного темноватого.

Потребитель не только в России обладает вышеприведёнными качествами. Например, Modo & Modo, небольшая издательская компания из Милана, разработала новое изделие с великолепной легендой. В каждом ежедневнике Moleskine - а именно об этом бренде идёт речь - была представлена история изделия: «Moleskine является наследником и преемником легендарной записной книжки, которую использовали такие известные личности, как Винсент Ван Гог, Пабло Пикассо, Эрнест Хемингуэй и Брюс Чатвин». Важные слова здесь -«наследник и преемник», потому что НИКТО из перечисленных выше персонажей не пользовался книжками Moleskine, а просто писал в подобных ей. Само название бренда взято из книги «Songlines» того самого Брюса Чатвина (затесавшегося к мировым знаменитостям в истории торговой марки), где автор описывает свою любовь к «молескиновой книжке» (молескин – толстая, плотная и прочная хлопчатобумажная ткань с начёсом на внутренней поверхности и гладкой глянцевой лицевой стороной), продаваемой в канцелярском магазине на Rue de l'Ancienne Comédie в Париже: «Страницы были квадратными, а концевые листы закреплены резинкой». Хорошо проработанная легенда принесла успех бренду. Начав с Италии, ежедневники быстро завоевали европейский рынок, а затем и американский. В 2006 году компанию купила инвестиционная фирма SGCapital Europe, которая решила соблюдать европейское законодательство. Поэтому в ежедневниках появилась надпись: «Переплетено и отпечатано в Китае».

И что же произошло?

Постоянные покупатели побежали в магазины покупать «старые» молескины про запас. В социальной медиа и фан-группах (!) появились публика-

ции об отличиях «старых» моделей от новых, произведённых в Китае. Хотя на самом деле с первого же ежедневника Moleskine производился исключительно в Китае.

Фетиш, который в мечтах поклонников был произведением итальянских мастеров, вдруг оказывается дешёвой массовой продукцией, производимой в Китае...

И вспоминается сразу Пушкин: «Ах, обмануть меня не трудно! Я сам обманываться рад!»

Как пишут авторы учебника по брендингу, «когда большинство конкурентов делают то же самое, приходится искать новые эффективные способы неценовой конкуренции, и здесь важнейшим средством является создание и развитие сильного бренда»³.

Насколько же нужно не разбираться в продукции, чтобы утверждать, что: «большинство конкурентов делают то же самое»?!

Кто делает то же самое?

Я знаю лишь один пример: Coca-Cola и Pepsi. Вот уж действительно одно и то же! И, несмотря на это, у каждого из двух напитков находится своя публика. Хотя, надо признать, что она появилась исключительно из-за маркетинга

Но покажите мне пример той же самой продукции, кроме этих двух напитков.

Молоко?

Но оно всё разное!

Кетчуп - тоже.

Сыр? Масло? Горчица?

Ну, если читать газету или смотреть в свой смартфон во время употребления пищи, то вся пища покажется одинаковой, как пассажиры поезда, проносящегося мимо.

Машины?

Тоже отличаются друг от друга, несмотря на маркетинг и позиционирование.

Одежда? Что ещё?

Нет заметной научности и в таких известных брендах, как General Motors и General Electrics, хотя их успехи не могут не поражать воображения. Бренд «Соса-Cola», который, кстати, считается самым дорогим брендом, составляют названия двух растений,

обладающих наркотическими свойствами и запрещённых к употреблению практически во всех странах мира. Тем не менее фирма продаёт только в Америке по 500 миллионов бутылок своей бурды ежедневно. Вдумайтесь в эту цифру – ПОЛМИЛЛИАР-ДА! А название их конкурента вообще лишено какого-либо смысла – Рерзі (слово «рерзі» происходит от слова «диспепсия», что означает несварение желудка), что не мешает их напитку продаваться с такой же скоростью.

Название не влияет на судьбу изделия, скорее наоборот, судьба может влиять на название. Так, например, произошло с болеутоляющим средством, которое зарегистрировала компания Bayer в начале двадцатого века -«Героин». Лекарство до сих пор используется в медицинской практике, а вот названия ему придумываются иные, так как слово «героин» теперь ассоциируется исключительно с наркотиками. Интересным фактом является то, что одновременно с «Героином» другая группа разработчиков фирмы Bayer представляла другое болеутоляющее лекарство, которое руководство компании забраковало. А называлось оно «Аспирин».

Хотя мне известен один случай, когда именно название повлияло на судьбу предприятия. Это случилось с маленьким ресторанчиком McDonald's из города Сан-Бернардино, когда в него приехал коммивояжёр, продававший миксеры для молочных коктейлей. Он был настолько очарован названием ресторана, что предложил его владельцам, братьям Макдональдам, практически бесплатно организовать франчайзинговую сеть. Для братьев с «громкой фамилией», которая ассоциировалась в голове Крока с Америкой, дело закончилось весьма плачевно. Рей Крок в итоге выкупил у братьев даже их имя, так что им пришлось снять его с витрин своей забегаловки. И если бы не энергия и предприимчивость Рея Крока, мы бы сейчас даже и не догадывались о такой еде, как гамбургер, и таком ресторане, как McDonald's.

Кстати, в тему статьи – несколько слов о гамбургерах, еде, завоевавшей, к сожалению, весь мир.

Что в нём такого? Обычный сэндвич, то есть, бутерброд.

Название, с точки зрения брендинга, ужасное! Для английского языка три слога — это кошмар! Целых 9 букв (hamburger)! К тому же, никакой привязки к еде. Американцы, несмотря на любовь к гамбургерам, и сами сократили его имя и называют его «бургером».

Всё-таки два слога!

Специалисты по неймингу были бы в ужасе от такого названия, если бы такая наука существовала в конце XIX века, когда гамбургер появился на свет.

Гамбургер как еда собрал целый арсенал того, что нормальный человек делать не должен.

Во-первых, гамбургер – представитель «быстрого питания» (fast food).

Питаться быстро вредно для здоровья, это теперь знают даже дети.

Куда спешить?

Ведь на перерыв на обед выделяется достаточно времени, чтобы нормально поесть!

Во-вторых, как правило, гамбургер едят в комплекте с картофелем фри и лимонадом, что уже нехорошо для здоровья: большое количество сахара в лимонаде (на маленькую бутылку (0,33 л) Соса-Соlа приходится целых 9 чайных ложек (9 х 5 = 45 грамм). А где вы видели в ресторанах быстрого питания такие маленькие стаканы? Пол-литра – не меньше!

Оптимальным количеством сахара для женщин является количество 25 г. Допустимая дневная норма: 50 г. Мужчинам рекомендуется ежедневно съедать порядка 23–30 г. Максимальное количество сахара для мужчин ограничено показателем 60 г.

Употребление одной бутылки Coca-Cola в день ведёт к увеличению риска заболевания диабетом на 18 %.

Употребление одной бутылки Coca-Cola в день в течение одного года приводит к увеличению веса на 7 килограммов.

По статистике наибольший процент людей, страдающих от ожирения, живёт в Мексике (32,8 %). Один процент им уступают США, однако если пересчитать в абсолютных цифрах, то в Америке окажется столько же жирных людей, сколько в целом живёт в Мексике!

Картофель фри по исследованиям шведских учёных богат канцероге-

нами, и если есть его много, то риск заболеть раком увеличивается. В ЕС даже имеется закон (2017/2158), касающийся жарки картофеля фри, который не должен темнеть при жарке, так как в нём образуется акриламид, химически активное соединение с нейротоксическим и канцерогенным действием.

Да и сам гамбургер не содержит ничего хорошего. В бифштексе гамбургера 49 % воды и лишь 12 % мяса. И мясо это – не вырезка, а соединительные ткани, хрящи, кости и кровяные сосуды.

Недавно читал одну чрезвычайно глупую статью о советском производстве. Там, в частности, автор сетовал на то, что в колбасах, выпускаемых в СССР, было слишком мало мяса.

А в гамбургерах, за которыми стоят очереди, его больше?

При этом советские колбасы не рекламировали, как это делает Макдональдс, что их бифштексы состоят «на 100 % из говядины». Я понимаю игру слов, придуманную маркетологами: в смысле не из свинины, не из баранины, а на 100 % из говяжьих обрезков...

Булочка для гамбургера отличается от обычного хлеба тем, что в ней больше жира и сахара. Это, кстати, непременное условие американской кухни — больше жира и сахара. В экзотической кухне ещё добавляют много острых специй, которые вместе с большим количеством сахара взаимно гасят друг друга, создавая при этом приятные ощущения от еды.

Но не для организма, который страдает от них.

То же касается и соусов – много жира и сахара. Быстрые углеводы, которые и составляют обед с гамбургером, резко поднимают сахар в крови, но так же резко он и опускается. Многие, кто питается гамбургерами, замечают, что чувство сытости после такого обеда проходит довольно быстро, и вскоре требуется подпитка. В офисах это

обычно кофе, который даёт энергию и притупляет чувство голода.

Кофе — напиток, который, если бы появился сегодня, по мнению врачей был бы запрещён как наркотик. А много кофе — это зависимость от него. А без него — дрожание рук, покраснение кожи лица, сухость во рту, то есть типичные признаки абстиненции.

Тем не менее, в мире продаётся 10 миллионов Нарру Meal в день. А это еда для детей, с игрушкой внутри.

Вкус вырабатывается у человека в возрасте от 4 до 8 лет. Если приучить ребёнка есть эту еду и запивать её лимонадом в этом возрасте, он будет делать так всю оставшуюся жизнь.

И производители знают об этом.

В шестидесятые годы Макдональдс открыл Университет гамбургерологии (Hamburger University). Это не шутка!

Сегодня их действует целых ВО-СЕМЬ штук. И один из них находится в Москве. А исследователи Принстонского университета выяснили, что частое употребление такой пищи вызывает привыкание, аналогичное привыканию к наркотикам и табакокурению.

К 1968 году количество проданных гамбургеров достигло уже 5 млрд. Сейчас только сеть Макдональдс ежедневно продаёт 6 млн гамбургеров, или по 70 штук в секунду.

Какое отношение это имеет к брендингу? Да самое прямое!

«На сегодняшний день результаты исследований показывают, что названия имеют большое значение при формировании целостного образа бренда у потребителя. Название является наиболее сильным, запоминающимся идентификатором компании» – пишут авторы учебника «Нейминг 3.0». Как же оплошал с названием своего бренда Джанни Версаче (Vercace)! Ведь на английском его бренд произносится как «Версейс». А Америка – едва ли не главный рынок сбыта!

В американском фильме «Деловая женщина» (Working Girl) для показа лёгкой необразованности и неискушённости героини Мелани Гриффит она и произносит название бренда как «Версейс». Не знаю, уловили ли в России эту игру слов, ибо фильмы здесь дублируют, и истинной актёрской речи никто никогда не слышал.

И понял ли переводчик шутку?

И смог ли её перевести, ведь на русском непонятно, почему вдруг Версаче зовут «Версейс».

А вот ещё одно название, которое никто не знает, как произносить: Porshe. В одном английском шоу два любителя автомобилей спорили, как произносить это слово. Один был уверен, что «порш», в то время как другой утверждал, что «порше».

А вы как думаете?

Насколько же «профессионально» создан этот бренд?

«Бренд представляет товар как нечто большее, чем он есть на самом деле (как то, что есть в товаре помимо самого товара), надстраивая над функциональными атрибутами и потребительской ценностью «туманный ореол» из символов престижа, успеха, превосходства, избранности и т. п.» – пишет Иванов в своём учебнике «Брендинг».

На какой из вышеприведённых символов настраивает бренд Pepsodent или Colgate? Избранности? Престижа? Такое впечатление, что авторы учебников по брендингу в хозяйственной деятельности участия не принимали, потому что их мнения абсолютно обывательские. Мало того, они им УЧАТ детей, из которых вырастают уроды маркетинговой эпохи.

Однажды я проводил собеседования на должность менеджера среднего звена в своём московском офисе. Ко мне пришла молодая дама. Судя по её резюме, весьма образованная и с некоторым опытом работы. Я начал собеседование с рассказа о нашей фирме. Когда же я упомянул о том, что мы производим ручки собственного бренда, её глаза вдруг расширились так, что я испугался, что они выскочат из орбит и покатятся по моему столу. Слово «бренд» у неё не ассоциировалось с какими-то моими ручками. Когда глаза вернулись к своей первоначальной форме, она аккуратно поправила меня: «торговая марка, а не бренд».

Честно говоря, я утратил интерес к дальнейшей беседе с этой дамой, поэтому для приличия задал ей несколько вопросов и отправил её. И дело здесь не в «моём бренде», а в том, насколько ей замутили голову в учебном заведении, и насколько лояльна она к этим знаниям.

Мне было бы тяжело с ней работать

Конечно, бренд говорит, в первую очередь, о качестве изделия. Испокон веков мастер оставлял своё имя на качественном изделии. Логика такова: зачем производителю заявлять о себе, если товар не отвечает самым высоким требованиям потребителей. Но качество – лишь одна из характеристик товара. Сигареты Marlboro – отличного качества в ряду табачных изделий, но они так же убивают людей, как все другие сигареты. Смерть от курения Marlboro ничуть не слаще, чем от «Беломора».

Маркетингу всё равно, какими характеристиками обладает товар, потому что маркетинг, как правило, сам является товаром — «раскрутку» товара обычно продают те, кто считает себя профессионалами в этом деле. «...брендинг делает из товара «фетиш» целенаправленно, в результате стратегического и тактического планирования и совместного применения маркетинговых коммуникаций», — гордо заявляет учебник «Брендинг» Иванова

Цинизм маркетинга можно проследить хотя бы по истории с марихуаной. До тех пор, пока в Америке марихуана была запрещена, она рассматривалась как ужасный наркотик, и в американском кино лишь очень отрицательные персонажи курили «травку». Сегодня же, когда во многих штатах марихуана легализована к употреблению для удовольствия (не только как лекарственный препарат), вдруг появились фильмы, в которых добропорядочные американские родители, якобы вспоминая молодость, вдруг достают из тумбочки косяки и укуриваются.

Итак, несколько лет назад курение марихуаны было опасно для жизни, приводило к различным злоключениям тех, кто пробовал её, а теперь всё оказывается не так уж печально. Курите себе, граждане! И никого не заботит тот факт, что марихуану – курят, а курение — однозначный вред для здоровья.

Американские актёры — тоже бренды.

И это ещё одна характерная черта Америки. Здесь все важные идеи проводятся через кинематограф. И не

только важные в социальном плане, но и в коммерческом тоже. Например, президент-негр появился на экранах американского кино задолго до Барака Обамы (Морган Фриман в фильме Deep Impact, 1998 год).

До этого мы видели негров-шерифов и ковбоев в исторических вестернах.

Я не знаю, для чего сегодня делать фильмы, рассказывающие о 60-х годах прошлого века. Я имею в виду не исторические драмы, а просто «ностальгические» фильмы.

Но подозрение у меня имеется: для того чтобы показывать, как любимые актёры курят. Ведь в 60-е курили все и везпе

Но зачем это так подчёркивать в фильмах, снятых сегодня?

Не иначе, смысл в этом есть.

Ведь харизма Шона Коннери, который в 60-е в роли Джеймса Бонда закуривал в постели в обнимку с любимой, ставя пепельницу на свою волосатую грудь, не действует на молодых.

Они просто не помнят его!

В Западной Европе курят, в основном, дети и молодёжь, и они же — самые активные кинозрители. Взрослеющим, им уже не требуются внешние атрибуты взрослости. Кстати, почти половина курильщиков Европы живёт в России. Курение является причиной около 40 % случаев общей смертности населения. От курения умирает 10 миллионов человек в год, то есть в десять раз больше, чем в 2020 году умерло от COVIDa. А сколько шума наделал коронавирус, и совсем не слышно о смертях от курения...

Почему во всех, даже детских, фильмах употребляют алкоголь? Я понимаю, что «Иронию судьбы» без алкоголя снять было бы трудно, но зачем в каждом фильме и сериале человек, пришедший с работы домой, первым делом наливает себе в бокал вина, в стакан виски или хватает из холодильника бутылку с пивом? У всех режиссёров и сценаристов так плохо с фантазией, что они, не сговорившись, решили показывать одно и то же?

Или на деньги спонсоров программируют зрителей, формируя у них привычки?

В английском сериале, рассказывающем о приёмном покое больницы, врачи и медсёстры часто встречаются со случаями, когда причиной появления их персонажа в больнице является алкоголь. И говорят они этим больным очень правильные слова! Но после смены всем гуртом отправляются... в паб! Лакать то самое, от чего только что предостерегали своих пациентов. Наверное, в жизни так и происходит, но происходит ли потому, что так принято, или так принято потому, что так показывает телевизор? И это тоже брендинг!

В 1993-м году, когда «Государственную кондитерскую фабрику им. П. А. Бабаева» приватизировали, решили не менять бренда. Именно потому что «бабаевская» продукция славилась своим качеством. Хотя над названием бренда никто не думал в том смысле, как полагают авторы учебников. И Бабаев никакого отношения к кондитерским изделиям не имел, на фабрике не работал, а просто был председателем Сокольнического райисполкома, хотя в советские годы утверждалось, что он был рабочим.

Никаким «рабочим» Бабаев, конечно, не был. Революционер, сын азербайджанского революционера, участник всех трёх революций, который сюных лет загремел в армию, участвовал в Японской войне, а затем и в Первой мировой, а после Октября— на руководящих должностях. И прожил-то всего 37 лет.

Ну когда он мог быть рабочим? Разве что по заданию партии баламутил рабочих на каком-нибудь заводе...

А вот своё качество продукция фабрики приобрела ещё до того, как стала государственной. И в первые годы после конфискации у истинных владельцев на этикетках писалось: «Гос. Конд. ф-ка им. Бабаева бывш. А. И. Абрикосова и С-ей. Москва».

Так почему же новые владельцы фабрики решили оставить его имя в названии? Потому что современные поколения помнят качество «бабаевских» изделий и уже давно забыли о том, что начало им дали Абрикосов и сыновыя.

И таким образом, в отличие от Форда, Крайслера и Шанель, приложивших, по крайней мере, усилия к тому, чтобы изделия, носящие их имена, были наиболее качественными и востребованными, Бабаев, который всю свою жизнь боролся с частным предпринимательством и «буржуями», красуется в названии бренда. Как это сочетается с заявлением авторов учебника о том, что «профессионально созданное название не только влияет на судьбу, которая ожидает бренд...» Здесь всё наоборот: непрофессионально созданное название за счёт качества продукции, экспроприированной у настоящих владельцев, создало бренду судьбу.

Качественной продукции, конечно же, бренд необходим. Я имею в виду название, но брендинг как маркетинговая стратегия совсем не нужен и в нормальных условиях нежелателен.

Брендинг – это часть маркетинга, а маркетинг, давайте уж говорить честно – это массовая манипуляция сознанием потребителя, создание и удовлетворение потребности на товар, который чаще всего ему не нужен.

А кому же нужен брендинг?

Жадным проходимцам, потребительские свойства товара которых являются весьма сомнительными. Или же тем, кто неуёмно желает победить всех конкурентов (опять же из жадности).

То, что выгодно одному предпринимателю, совсем невыгодно человеку, обществу, стране и её экономике. •

¹ *Иванов А. А.* «Брендинг», Уч. Пособие.

² *М. Гаврилова, Н. Соловьев, В. Жолобов.* «Нейминг 3.0. Как придумать и защитить название».

³ Годин А. М., Дмитриев А. А., Бабленков И. Б. «Брендинг». Учеб. пособие, 2004.





ТЕКСТИЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ДЛЯ ПРОМОАКЦИЙ И СПОРТА

ПРОИЗВОДСТВО: БАНГЛАДЕШ

«EUROTEX BD»

БП Румянцево, г. Москва + 8 (800) 301-31-34 +7 (966) 381-67-27 eurotex1@mail.ru etx1@bk.ru

WWW.EUROTEX.ME

БИЗНЕС-СУВЕНИРНЫЕ НОВИНКИ



НАГРАДА С ЗОЛОТЫМ СЛИТКОМ

Копия золотого слитка, залитого в полимерную смолу – это не только памятная награда, но и роскошный подарок. Персонализация: УФпечать, две плоскости - фон и номинация. Умеем создавать плотно окрашенный или полупрозрачный фон изделия; достаточно нанести персонализацию на поверхность или на основание, и мы получим яркую награду.

СТУДИЯ «3D-ART STEKLOV» www.artsteklov.ru



ПРОМОТРИКОТАЖ

Трикотажная одежда это незаменимая одежда для работы, дома, спорта. Предлагаем футболки, рубашки поло, толстовки отличного качества под заказ от двух недель. Широкая цветовая гамма. Плотность трикотажа для футболок — от 140 г/ $\rm m^2$, толстовок — от 260 г/ $\rm m^2$, рубашек поло — от 180 г/ $\rm m^2$.

компания «ЕВРОТЕКС ПЛЮС» www.eurotex.me

ДЛЯ РЕКЛАМЫ

Биопакеты - отличное решение! Они обладают тем же замечательным соотношением цены и потребительских качеств, что и обычные пакеты. Их можно так же производить минимальными тиражами от 100 штук и так же ярко и красочно наносить на них фирменные логотипы! Использование биоразлагаемых пакетов это наш с вами обший вклад в сохранение природы!

ГК «АЭРОПОЛИГРАФИЯ» www.pakety-logotip.ru





ЛИТЫЕ БЕЙДЖИ С ЗОЛОТЫМ ОКОШКОМ

Бейджи такого типа отличаются элегантными округлыми торцами и встроенным креплением, смотрятся благородно и практичны в использовании. Вместо бумажного вкладыша с именем сотрудника с защитной прозрачной пластиковой вставкой можно использовать вставку золотого цвета с гравировкой или печатью имени, что придаст бейджу дорогой и солидный вид.

КОМПАНИЯ «БЕЙДЖ ЛЮКС» www.unistorus.ru



ВМЕСТЕ СИЛЬНЕЕ - КАК НИ КРУТИ!

Подарок для партнёров с «говорящей» идеей – «Единое целое». В основе – движущиеся пазлы. Они вращаются вокруг оси, но всегда совпадают. Благодаря динамичности подарок притягивает внимание, и акцент на важности партнёрства становится заметнее. Пазлы покрыты золотом 999°.

КОМПАНИЯ «АРТ-ГРАНИ»

www.art-grani.ru



BLUNT™ – ЗОНТЫ, КОТОРЫЕ ПРИЯТНО ДАРИТЬ

Зонты BLUNT™ разработаны в Новой Зеландии и известны своими запатентованными технологиями, прочностью, инновационным и запоминающимся дизайном, а также фирменной упаковкой в виде стильного чёрного тубуса. Приятный бонус – мировая двухлетняя гарантия. В ассортименте складная модель и трости различного размера. Купол $BLUNT^{TM}$ – это идеальный ландшафт для любого бренда. Бесплатный макет нанесения по кодовому слову «МАПП».

BLUNT UMBRELLAS www.bluntumbrellas.ru

PELIKAN SOUVERÄN® 600 TORTOISESHELL-RED

Корпус переливается коричневым и оранжевым цветами, коппачок и остальные части – тёплым красным. Эти закатные оттенки идеально гармонируют с золотыми кольцами, зажимом в виде клюва пеликана и пером из 14-каратного золота. Перьевая и шариковая ручки в подарочной коробке, а также чернила Edelstein Ink Mandarin станут эффектным подарком.

Официальный дистрибьютор КОМПАНИЯ «MERLION» www.merlion.ru







БЮРО ПРОЕКТОВ «МОХИТО» — 10 ЛЕТ

Для нас это первый большой юбилей, который мы отметили всей командой в Северной Осетии. Оглядываясь назад, мы с гордостью вспоминаем наши первые заказы, первых клиентов, партнёров, сотрудников и говорим СПАСИБО всем, кто прошёл вместе с нами этот путь и продолжает идти.

Сегодня Мохито — это успешное рекламное агентство из Санкт-Петербурга, которое входит в пятёрку лидеров рынка по сувенирной продукции, и одно из немногих агентств, кто успешно продвигает мерч, креатив и разработку дизайн-концепций.

В 2020 году «Мохито» открыло новое направление – проведение праздников и корпоративов в онлайн-формате. Разлука с коллегами, друзьями и партнёрами – не повод отказываться от празднования дня рождения компании или Нового года. Карантин ускорил разработку нашего нового направления – не просто дарить подарки, а организовывать праздник «под ключ», сохраняя смыслы и ценности компании, которые мы заложили при разработке подарочной концепции.

Наши клиенты и их партнёры получают настоящие подарки, а сам корпоратив проходит в формате онлайн, с участием аниматоров, ведущих и руководителей компаний, которые устраивают настоящий праздник!

ЕСЛИ ВАМ НУЖЕН БИЗНЕС-ПОДАРОК С УНИКАЛЬНОЙ УПАКОВКОЙ, СЛОГАНОМ И СОДЕРЖАНИЕМ – ОБРАЩАЙТЕСЬ В «МОХИТО»!

Hello@mojito-spb.ru

Бюро проектов «Мохито» www.mojito-spb.ru

БИЗНЕС-СУВЕНИРНЫЕ НОВИНКИ



НАТУРАЛЬНАЯ КОЖА С ТИСНЁНЫМ ПАТТЕРНОМ

Велосипел как символ личной свободы! Мы выбрали его для украшения своей новой коллекции и оттиснули в виде паттерна на повседневных вещах: кошельках и портмоне. А также изобразили на чашечке, чтобы тоже радовала глаз. Не согласны с нашим выбором? С удовольствием поддержим любую идею и создадим для вас коллекцию аксессуаров с индивидуальным паттерном.

СУВЕНИРНАЯ КОМПАНИЯ «МЕЗА»

www.meza.ru



УДОБНОЕ ЗАРЯДНОЕ УСТРОЙСТВО

Кабели встроены в корпус устройства, не путаются и не теряются в сумке. Есть индикатор заряда. Цвет устройства — по пантону. 10 000 мАч — размер 14×6,8×1,9 см. 20 000 мАч — размер 14,2×6,9×3,2 см.

«LEXX PLUS GIFT» www.lexxplusgift.ru

НОВАЯ СЕРИЯ СКЕТЧБУКОВ PLANOVA

С 1 сентября 2021 г. на складе! Новая серия скетчбуков Planova для рисования карандашом. Наши скетчбуки – это качественная бумага белого и молочного цвета в обложке из итальянской экокожи. Продукция выпущена ограниченной серией, принимаем заказы в корпоративных цветах. Обращайтесь к нашим специалистам.

КОМПАНИЯ «НОРГИС ПРЕСС»

www.norgispress.ru



ШИЛЬДЫ НА ЛЯССЕ – РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Быстро и качественно изготовим как стандартные металлические шильды, так и по индивидуальному дизайну. Всегда в наличии три вида стандартных шильдов с покрытием под глянцевое серебро и золото: круглые, квадратные, прямоугольные. Возможно изготовление шильдов на ляссе на резинку, магнитных - на обложку по индивидуальным формам и размерам с любым покрытием.

LEDD COMPANY

www.ledd.su | www.usb2b.ru



НАБОР ШАХМАТ

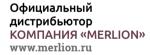
Все шахматные фигуры в наборе сделаны из карельской берёзы. Фигуры стандартные (стаунтон) — белые и чёрные (тонированные), массив (токарная работа). Каждая изготовлена отдельно, отшлифована, покрыта глянцевым лаком. Основание утяжелено и подклеено бархатом. Доска для набора сделана из шпона карельской берёзы и обработана полуматовым лаком. Отделка внутри доски имеет особенность — планку в виде волны-ножки, фигуры не царапают поверхность.

«КАРЕЛЬСКИЕ MACTEPA» www.karelmaster.ru



ТРЕТИЙ ВЫПУСК CARAN D'ACHE 849 CLAIM YOUR STYLE

б новых монохромных цветов делают стиль ручки аутентичным, простым, но в то же время уникальным, отражающим индивидуальность каждого. Вдохновляясь природой, они уносят в воображаемое путешествие, окрашенное лиловым или розовым небом, красными или зелёными холмистыми горами, ясными или глубокими ночами.









НОВОГОДНЯЯ КОЛЛЕКЦИЯ ДЕТСКИХ ПОДАРКОВ

Представляем новую коллекцию детских подарков 2022 – эксклюзивное качество и высший сорт конфет, яркая упаковка с оригинальным дизайном и интересные вложения. Каждый подарок создан благодаря работе профессионалов, которые из года в год работают над созданием новогодней коллекции.

КОМПАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ДОМ ПОДАРКОВ» www.mospresents.ru



Производство ежедневников и промосувениров с логотипом

+7(495)380-22-67 +7(495)787-35-17

www.norgispress.ru







ЗD ПЕЧАТЬ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ЛАЗЕРНАЯ ГРАВИРОВКА

- двухслойный пластик
- АНОДИРОВАННЫЙ АЛЮМИНИЙ
- ДЕРЕВО, ФАНЕРА
- АКРИЛОВОЕ СТЕКЛО
- ГРАНИТНЫЙ КАМЕНЬ
- ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КАРТОН

+7 (495) 556-81-11 INFO@DEKARTPRINT.RU WWW.DEKARTPRINT.RU

ЗО ЛЕТ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ НА РЕКЛАМНОМ РЫНКЕ



Компания «STARK-COTTON»

ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННЫЙ ТРИКОТАЖ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОЙ ОДЕЖДЫ И ПРОМОАКЦИЙ



ИЗГОТОВЛЕНИЕ ИЗДЕЛИЙ ПО ЭСКИЗАМ И ПЕКАЛАМ ЗАКАЗЧИКА

MOCKBA 8 (495) 984-54-30 8 (926) 574-69-31 www.spb.starkcotton.ru www.starkcotton.ru www.старк-коттон.рф САНКТ-ПЕТЕРБУРГ 8-800-555-94-51

БИЗНЕС-СУВЕНИРНЫЕ НОВИНКИ



БРЕНДИРОВАННАЯ КОСМЕТИКА – ЗДОРОВЫЕ УЛЫБКИ

Гигиеническая помада с защитой SPF15 увлажняет кожу губ, питает, легко наносится, оставляет нейтральный и неаллергенный аромат ванили, предохраняет не только от воздействия солнца, но и от обветривания и образования трещин. Содержит: парафин, вазелин, церезин, пчелиный воск, экстракт ванили и витамины.

КОМПАНИЯ «PEKOHA GRAND» www.rekonagrand.ru

.....















ЗАРЯДНОЕ УСТРОЙСТВО

«МАЛЫШКА»

Этот миниатюрный гаджет с подсветкой и индикатором заряда удобно носить даже в кармане. Цвет устройства — по пантону, цвет подсветки — на выбор. 5000 мАч — размер 9,2×6,2×1,2 см. 10 000 мАч — размер 9,2×6,2×2,2 см.

«LEXX PLUS GIFT» www.lexxplusgift.ru

•••••

КАРТХОЛДЕР ИЗ КОЖИ CRAZYHORSE

Представляем линейку бизнес-аксессуаров из кожи – картхолдеры с возможностью установки RFID-защиты от краж. Теперь ваш функциональный аксессуар будет не только хранить банковские карты, но и защищать.

PROMOLINE GROUP www.promoline.ru

ИГРА «ТАНГРАМ» ИЗ МОРЁНОГО ДУБА

Эта древняя игра-головоломка состоит из семи танов (плоских геометрических фигур): два больших, два маленьких и один средний треугольник, один квадрат и один параллелограмм – которые складывают определённым образом для получения различных сложных фигур. Суть игры: сконструировать предметные силуэты – визуальные образы с неограниченной фантазией.

КОМПАНИЯ «РОСТР» www.poctp.pф





НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ТРИКОТАЖА ДЛЯ ПРОМО

Мы подготовили новую коллекцию к осеннезимнему сезону. Уютные, тёплые, яркие толстовки с принтом и логотипом компании – самая актуальная промоодежда осенью и зимой. Яркие цвета в корпоративном стиле сделают одежду оригинальной и стильной, а качественно выполненный рисунок хорошо сохраняется и надолго запомнится. Продвигайте свой бизнес с лёгкостью!

STARK COTTON www.starkcotton.ru www.старк-коттон.рф

DENIM ДЛЯ ОДЕЖДЫ И СУВЕНИРОВ

Универсальная и прочная ткань Denim всегда смотрится стильно и всегда в тренде. Компания DreamDenim готова воплотить ваши идеи сувенирной продукции в джинсовой ткани. Свитшоты, сумки, упаковку для бутылей, фартуки, наволочки и другие изделия с вышивкой логотипа сошьём быстро и качественно. Будьте в тренде! Дарите Denim!

KOMПАНИЯ «DREAMDENIM» https://vk.com/dream_denim https://www.instagram.com/ dream_denim_russia/





ОТКРЫТКИ К НОВОМУ 2022 ГОДУ

Новые дизайнерские коллекции этого сезона приятно вас порадуют. Всегда в наличии большой ассортимент базовых моделей открыток, готовых к нанесению логотипа и текста в кратчайшие сроки. Оборудование для пазерной резки позволит вырезать ажурные элементы открыток под заказ.

КОМПАНИЯ «ТПК ЮНИТА» www.unita-cards.ru



НОВИНКА 2021 ГОДА! КРУЖКА-САМОМЕШАЛКА ОТ БРЕНДА «IMAGE COLLECTION»

Удобная и практичная кружка с встроенным электрическим моторчиком, который способен быстро перемешивать содержимое кружки. Материал: пищевой пластик, нержавеющая сталь. Размер: 14х14х13.5 см, вес: 290 г. Питание: 2 батарейки типа ААА.

РПК «ПИ-АЙ-ВИ» www.p-i-v.ru www.all4promo.ru www.icpens.com www.kaco-russia.ru



ПАМЯТНЫЙ СУВЕНИР К 300-ЛЕТИЮ КУЗБАССА

6 июля 2021 года Кузбасс отметил своё 300-летие — в 1721 году в регионе были обнаружены залежи угля. Императорский ювелирный дом «Русские самоцветы» в честь столь знаменательного события подготовил особый памятный сувенир в виде шахтёрской каски, лежащей на кусочке каменного угля. На данный момент изделие хранится в краеведческом музее Кузбасса.

ИМПЕРАТОРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»

www.russam.ru www.market.russam.ru





МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ ПРОМОИНДУСТРИИ

7-9 СЕНТЯБРЯ 2021

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР», МОСКВА



- Рекламно-сувенирная и промопродукция
- Офисные аксессуары, канцелярия
- Деловые сувениры, эко-подарки
- Персонализация и нанесение
- Промотекстиль
- Полиграфия и печатная продукция
- Оформление точек продаж
- PSI Christmas: Новогодние подарки и оформление**

+ Конференция IPSA Brand & Business^{*}



WWW.IPSA.RU

000 «РЕЛКС». РЕКЛАМА. *БРЕНД И БИЗНЕС. **CHRISTMAS - РОЖДЕСТВО.







ОРГАНИЗАТОР МЕРОПРИЯТИЯ ООО «ЦЕНТР ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ»

XVII ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

народных художественных промыслов и ремёсел России

осень 2021



сентября октября 2021

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» павильон 2 залы 4-6

(м. Выставочная)



















/II ПРЕМИЯ МАПП **«ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ — 2020—2021»** для российских производителей бизнес-сувенирной

И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

В 2020-21 ГОДУ ПРЕМИЯ ПРОВОДИТСЯ В 7-Й РАЗ. ПО ОБЪЕКТИВНЫМ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИМ ПРИЧИНАМ, КОТОРЫЕ ЗАТРОНУЛИ ВЕСЬ МИР, КОНКУРС ПРОХОДИТ В ОБЪЕДИНЁННОМ ФОРМАТЕ: «2020–2021». ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА УЧАСТИЯ И ПРИНЦИПЫ. КОТОРЫХ ПРИДЕРЖИВАЕТСЯ АССОЦИАЦИЯ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕГО ВРЕМЕНИ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРЕМИИ, ОСТАЮТСЯ ПРЕЖНИМИ.







Генеральный партнёр



Официальный партнёр



Отраслевой партнёр

ЗАДАЧА

Главной задачей Премии является популяризация российских производственных изделий на отечественном и международных рынках путём информирования и акцентуации значимости отечественного производства для благосостояния всей страны.

миссия

- способствовать развитию промышленного предпринимательства в России;
- используя доступные информационные ресурсы, пропагандировать роль отечественного производства в росте благосостояния народа России;
- создавать, участвовать и способствовать продвижению проектов поощрения отечественных производителей и их продукции;
- участвовать в просветительской деятельности, имеющей целью разъяснение роли отечественного производства.

КОНКУРС ПРОВОДИТСЯ И ПРЕМИИ ПРИСУЖДАЮТСЯ В ДЕСЯТИ КАТЕГОРИЯХ:

- 1. ПРОМОПРОДУКЦИЯ
- 2. ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ
- 3. ТВОРЧЕСКАЯ УПАКОВКА
- 4. МАСТЕР ДИЗАЙНА
- 5. МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический сувенир)
- 6. НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР
- 7. ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО
- 8. СПОРТИВНЫЙ СУВЕНИР
- 9. ОБРАЩЁННОЕ ТВОРЧЕСТВО. СУВЕНИРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРАЗДНИКАМ
- 10. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД. ПОДАРКИ СО ВКУСОМ

КАК ОПРЕДЕЛИТЬ СТРАНУ ПРОИСХОЖДЕНИЯ СВОЕЙ ПРОДУКЦИИ?

Есть разные мнения по вопросу, какие продукты можно относить к национальным, а какие нельзя. МАПП при определении страны происхождения придерживается международных стандартов, в основе которых лежат решения Киотской конвенции. Если, согласно формуле, более половины расходной части производства приходится на Россию, то такое изделие признаётся российским.

ТРАЕКТОРИЯ VII ПРЕМИИ МАПП



С 2020 г. по 16 августа 2021 г. был открыт приём заявок на конкурс.

Около 200 предметов, объединённых в наборы или представленных по отдельности, составили 60 экспонатов. 28 компаний из 10 городов и населённых пунктов России приняли участие в конкурсе: Москва, Санкт-Петербург, Ломоносов, Ростов Великий, Омск, Саранск, Тула, Архангельск, Магнитогорск, Златоуст.



В этом году больше половины производителей, выдвинувших свои изделия на соискание Премии — из Санкт-Петербурга. Такой результат был достигнут благодаря сотрудничеству Ассоциации МАПП и Центра народно-художественных промыслов, ремесленной деятельности, сельского и экологического туризма Санкт-Петербурга (Центр «Мой бизнес»). 12 санкт-петербургских компаний выставили свои работы на конкурс благодаря финансовой поддержке Центра. Также одного из своих производителей поддержал Центр «Мой бизнес» города Архангельска.

Освещение представленных изделий на ресурсах Ассоциации МАПП

Самим фактом участия производители получают комплексную информационную поддержку не только на время проведения непосредственно самого конкурса, но и в дальнейшем. Вплоть до старта следующей Премии все текущие экспонаты-номинанты, независимо от того, какое место по итогам конкурса они займут, будут представлены:

- www.iapp.ru официальный сайт МАПП;
- «Профессионал рекламно-сувенирного бизнеса» журнал для профессионалов отрасли;
- «Лидер» журнал для корпоративных заказчиков, подарочных и канцелярских компаний;
- еженедельные электронные рассылки «Новости рекламносувенирного бизнеса»;
- социальные сети МАПП: VK, Facebook, Instagram;
- информационные ресурсы партнёров Премии.

Экспертный совет жюри VII ПРЕМИИ МАПП соберётся в Москве, в Атриуме Гостиного Двора

PRESENTICA ...

21 сентября на полях Международной выставки подарков, домашнего и праздничного декора PRESENTICA — официального партнёра «ДЕРЖАВЫ МАСТЕРОВ — 2020—2021» — для оценки экспонатов российских производителей бизнес-

сувенирной и подарочной продукции соберутся участники Экспертного совета жюри Премии.

Основной состав жюри формируется из профессионалов отрасли, которые непосредственно участвуют в производстве и реализации сувенирной и презентационной продукции и состоят в Ассоциации. Все они — уже признанные эксперты, зарекомендовавшие себя на рынке. Многие из них становились победителями «Державы Мастеров» в предыдущие годы. Также в роли жюри выступают партнёры Ассоциации МАПП и представители профильных ведомств и администраций. Состав жюри определяется оргкомитетом Премии.

Все экспонаты российских производителей бизнес-сувенирной и подарочной продукции будут представлены на двух крупнейших московских выставках

PRESE TICA

• Впервые! С 20 по 23 сентября — на Выставке подарков, домашнего и праздничного декора PRESENTICA. Выставка проводится профессиональным event-оператором Гостиного двора — компанией «ПРЕЗЕНТИКА», к команде которой присоединились авторы и организаторы крупнейших московских выставочных проектов последних лет.



В рамках партнёрских программ будет развёрнут коллективный стенд участников Ассоциации МАПП и соискателей Премии.



Апарт-отель ВОЛГА — официальный отель выставки PRESENTICA — стал партнёром МАПП и проекта «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ — 2020—2021». Бронирование номеров по специальному тарифу для участников МАПП и соискателей Премии осуществляется с использованием специального промокода.



С 18 по 21 октября все работы участников Премии будут на Международной специализированной выставке «Реклама — 2021». Это даст возможность огромному потоку посетителей своими глазами увидеть достижения российских произволителей!

Выставка «Реклама» станет частью «Российской промышленной недели» и пройдёт одновременно с ведущими промышленными выставками «Технофорум», Rusweld, Территория NDT, Hi-Tech Building, а также выставкой аудиовизуальных технологий ISR.









Все экспонаты будут выставлены в специализированных витринах на стенде Ассоциации МАПП. Посетители и экспоненты смогут проголосовать за понравившиеся изделия!

ТОРЖЕСТВЕННАЯ ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАДЖЕНИЯ





Победители будут объявлены 20 октября 2021 г. на Торжественной церемонии награждения, которая состоится в период проведения выставки «Реклама — 2021», генерального партнёра и спонсора церемонии. Москва, Экспоцентр, павильон \mathbb{N}^2 2.

ОРГКОМИТЕТ ПРЕМИИ

Одной из основных целей создания Премии была консолидация российских производителей сувенирной и презентационной продукции. В условиях глобализации рынка взаимодействие друг с другом становится определяющим условием для сохранения национальной идентичности и возможности защищать свои интересы в конкуренции с иностранными производителями.

Премия МАПП появилась как своего рода координационная площадка. Помимо возможности оценить свои силы и обменяться опытом участники налаживают деловое сотрудничество друг с другом, реализуют совместные коммерческие и некоммерческие программы. Важно и то, что благодаря такому взаимодействию, подобным конкурсам и выставкам в сфере российского производства сувенирной продукции постепенно формируется и растёт собственная профессиональная среда.

Отдельно хотим подчеркнуть, что МАПП — это некоммерческая организация, которая существует за счёт спонсорских взносов её участников и собственных проектов. Деятельность Ассоциации направлена на поддержку не только отечественного производителя сувенирной продукции, но и бизнес-сувенирной отрасли в целом независимо от страны происхождения товара.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЁРЫ













Международная Ассоциация Презентационной Продукции от лица российских производителей – соискателей ПРЕМИИ – благодарит партнёров за помощь и содействие в проведении мероприятий!

www.iapp.ru

Ежедневник Smart бренда Planova

Категория: «ПРОМОПРОДУКЦИЯ»

Ежедневник Smart бренда Planova® с карманом для смартфона до 6 дюймов – стильное и удобное изделие. Выпускается в нескольких цветовых решениях с недатированным блоком. Подходит для тиснения и UV-печати. Обложка изготовлена из материалов итальянской компании Synt3. Карман хорошо удерживает смартфон и не позволяет ему выпасть даже при быстрой ходьбе.

Компания «Норгис Пресс» www.norgispress.ru





••••••

Головоломка IQ Puzzle из логотипа

Категория: «ПРОМОПРОДУКЦИЯ»

Уникальная головоломка из логотипа или предмета, ассоциирующегося с деятельностью компании, упакованная в брендированную коробочку – это оригинальная промопродукция, которая запомнится всем. Найдите пограничные детали. Определите систему. Свежий взгляд: если вы засиделись за сборкой головоломки и не приблизились ни на шаг к её решению, сделайте перерыв и приступайте со свежим взглядом к решению задачи!

Производится в Москве из премиального европейского оргстекла различных цветов.

IQ Puzzle, Москва www.iqpuzzle.ru





••••••

Органайзер для средств индивидуальной защиты

Категория: «ПРОМОПРОДУКЦИЯ»

Противовирусный набор выполнен из экокожи, которая при ежедневном использовании не теряет своих качеств. Отделения органайзера предназначены: отдельный карман под молнией подойдёт для размещения салфеток, перчаток и антисептика; открытый карман – для размещения гитиенических масок для лица. Органайзер полностью закрывается при помощи двух магнитов, расположенных в верхней части крышки. В состав органайзера входят: 3 влажные спиртовые салфетки (или 3 пары одноразовых перчаток на выбор); 3 гигиенические маски для защиты лица; антисептик. Наполняемость органайзера для средств индивидуальной защиты определяется исходя из потребностей.

Flexpocket, Москва www.flexpocket.ru





Шоколадное промоассорти

Категория: «ПРОМОПРОДУКЦИЯ»

Промоассорти – это варианты брендированного шоколада из разных коллекций. В коробку входят следующие позиции:

- ОТ LAVRENTEV тёмный шоколад 54 % какао в коробочках из дизайнерского картона с тиснением логотипа
- Шоколад в виде логотипа и автомобильного брелока для PORSCHE.
- Для Клуба «NL» тёмный шоколад 54 % какао в коробочках из дизайнерского картона с тиснением логотипа золотом.
- Шоколадная торпеда для «Аэробюро», тёмный шоколад 54 % какао с орешками.

•••••

LAVRENTEV, Санкт-Петербург www.lavrentevfabric.ru

1. ПРОМОПРОДУКЦИЯ

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, предназначенную для массовых акций и мероприятий. Невысокая цена, универсальность потребительских свойств и творческое исполнение – вот основные критерии оценки в данной категории.

Брелок-оберег из морёного дуба «Постучи по дереву»

Категория: «Промопродукция»

Брелок изготовлен из морёного дуба разных возрастов с применением лазерной гравировки. Орнамент, нанесённый на кусок субфоссильной древесины, означает щит, оберег и единство. Поэтому брелок-оберег «Постучи по дереву» – это 2 в 1: брелок и оберег.

ООО «Ростр», Республика Мордовия ростр.рф



2. ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ

В этой номинации предполагается оценивать продукцию, которая имеет высокий потенциал именно как медиа, с помощью которой компании доносят до контактных групп свои корпоративные ценности и создают дополнительную выгоду с помощью коммуникаций. Созидательность, целевая точность, а также оригинальность подхода или самой продукции – вот основные критерии оценки в данной категории. Преимущество – экологически чистым технологиям и материалам.



Категория: «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

Отличительной чертой органайзера для документов А4 является большой размер: имеет 32 дополнительных кармашка, 20 из которых – прозрачные рубашки, и 12 карманов на внутренней стороне папки. Всё это позволяет разместить основные документы на семью из 4-х человек: полис, СНИЛС, пластиковые карточки, свидетельство о рождении. Теперь нет необходимости складывать ИНН, поскольку под каждый перечисленный документ имеется по четыре мятких рубашки. На внутренней стороне органайзера в специально отведённых карманах прекрасно разместятся: паспорта (загранпаспорта) на шесть человек; 5 пластиковых карт. Дополняют этот набор два больших отделения для бумаг формата А4.

Flexpocket, Москва www.flexpocket.ru



Вечный карандаш в подарочном наборе «Напиши свою историю»

Категория: «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

В набор входит вечный карандаш и блокнот для текстовых заметок. Вечный карандаш – это инновационный продукт. Он прекрасно пишет, не нуждается в заточке и прослужит много лет. Корпус карандаша – субфоссильная древесина морёного дуба (возраст +/-2320 г). Наконечник заключён в уникальный материал, представляющий специальный металлический сплав, в составе которого – серебро. При соприкосновении с бумагой карандаш оставляет тонкий чёткий тёмно-серый след. Его принцип основан на идее «серебряной иглы» для письма в эпоху Возрождения.

ООО Ростр, Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф



Календарь настольный «Ставни» большой

Категория: «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

В Омской области сохранилось несколько десятков домов с омскими ставнями, многие из которых являются историческими памятниками деревянного зодчества, календарь их точная копия. Изготовлен с использованием технологий фрезеровки и лазерной резки. Каждый лист сменного блока посвящён отдельному архитектурному памятнику деревянного зодчества, с исторической справкой, описанием и фотографией. На листе расположена календарная сетка с магнитным курсором для установки даты. В календарь интегрирован органайзер.

БРЕНДИРУЕМ.РФ, Омск www.брендируем.рф



Книга «Дао менеджера»

Категория «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

Менеджерская книга для саморазвития – это бизнес-подарок, состоящий из сборнима карт-афоризмов о менеджменте в России. «Дао менеджера» основана на личном 10-летнем опыте одного из топ-менеджеров, входящих в состав директоров Mail.ru Group. Сборник состоит из 36 красочных карт из плотного картона в шкатулке из натурального дерева.

Компания «Дендибренди», Москва www.daomanagering.ru

Гибкий планинг серии MY Stile, бренд Planova

Категория: «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

Гибкий планинг серии My Stile бренда Planova® с альбомным разворотом – современное и практичное изделие. Выпускается в двух вариантах: с недатированным и датированным блоком. Подходит для всех видов нанесения, включая латексную и UV-печать. Обложка изготовлена из материалов итальянской компании Synt3. Изделие удобно брать с собой, планинг помещается даже в небольшие сумки, совершенно не мнётся, можно сгибать и скручивать.

Компания «Норгис Пресс» www.norgispress.ru



Антисептическое бронзовое мыло BroVanz

Категория «Лидер коммуникаций»

Небольшой размер, красивый внешний вид, приятные тактильные ощущения. Возьмите мыло в руки, потрите ладони моющими движениями, и свободные ионы меди останутся на вашей коже, а бактерии и вирусы вскоре погибнут. Оловянистая бронза обладает самыми высокими антибактериальными свойствами в сравнении с прочими медными сплавами.

BroVanzTM / ООО «Техно-Бронз», Санкт-Петербург www.brovanz.com / brovanz.spb







3. ТВОРЧЕСКАЯ УПАКОВКА

В этой категории мы будем стараться оценить упаковку не только с точки зрения её утилитарности, но, прежде всего, как сопутствующее изделие, способное умножить ценность упакованного изделия, оттенить его необычным образом или даже создать более привлекательный для потребителя комплект. Созидательность, качество исполнения, цена – вот основные критерии оценки изделий в этой категории. Преимущество – экологически чистым технологиям и материалам.

Награда «Новард»

Категория «ЛИДЕР КОММУНИКАЦИЙ»

Награда изготовлена по индивидуальному заказу Группы компаний «Новард», которая традиционно отмечает своих лучших сотрудников памятными наградами. Приз из цветного стекла выполнен в гутной технике, вручную, свободным выдуванием. Высота 12 см, ширина 10 см.

Компания «Русвуздизайн» www.rosvuzdesign.ru





Подарочные новогодние шкатулки из бересты

Категория: «ТВОРЧЕСКАЯ УПАКОВКА»

Изделия из бересты – это гармоничное сочетание натурального материала, современных технологий и ручного труда. В работе с берестой не применяются вредные вещества, в основе – только экологически чистые материалы. По своим свойствам береста похожа на натуральную кожу, только превосходит её своими экологическими параметрами.

В набор вошли две новогодние шкатулки из бересты с цветным принтом: «Зимняя сказка» и «Новогодние колокольчики». В подарочных шкатулках можно хранить всё что угодно: любимый чай, кофе, рождественские сладости и др.

ООО Творческая мастерская «РУССКАЯ БЕРЕСТА» Санкт-Петербург www.ru-birch-bark.com









Шкатулка многоярусная

Категория: «ТВОРЧЕСКАЯ УПАКОВКА»

Шкатулка выполнена из массива американского ореха, верхняя поверхность крышки – из корня американского ореха, имеющего уникальный рисунок волокон. Покрытие: прозрачный матовый лак с шелковистым эффектом, сохраняющий натуральный благородный цвет дерева, без применения тонировки. Конструкция корпуса: большое зеркало в крышке, три выдвижных ящика, ложемент – искусственная замша. Фурнитура: ручки на ящиках, петли врезные с ограничителями и врезные магниты в притворах.

OOO «Натвуд», Санкт-Петербург www.nutwood-company.com

Шкатулка из морёного дуба «Графит»

Категория: «Творческая упаковка»

Шкатулка изготовлена из морёного дуба разных возрастов. Основной содержательный смысл работы заключается в факторе изменения цвета морёного дуба по мере его естественной минерализации с течением времени. Технически работа выполнена путём поледовательного упорядоченного склеивания пластин дуба в единый мозаичный массив, вариативно подобранных по цвету, линейным размерам и текстурным рисункам. При этом формируется сугубо индивидуальный художественный вариант. Авторский замысел и уникальный материал определяют образ изделия как предмета декоративно-прикладного искусства. Способ нанесения: лазерная гравировка.

ООО «Ростр», Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф



4. МАСТЕР ДИЗАЙНА

В этой категории предполагается оценивать дизайнерские работы как конечный продукт представляющей его компании. Поскольку любая продукция имеет в своей начальной стадии дизайнерскую разработку, в конкурсе могут принимать участие создатели дизайнерской разработки, права владения которой находятся по-прежнему у разработчика. Творческий почерк, оригинальность идеи и профессионализм исполнения - вот основные критерии оценки в данной категории.



Коллекция бокалов «Цветы»

Категория: «МАСТЕР ДИЗАЙНА»

Бокал с фарфоровой вставкой ручной работы - новый уникальный продукт, соединивший хрупкость и прозрачность стекла (бессвинцовый хрусталь) с изяществом и нежностью фарфора самого высокого качества. В коллекцию вошли 4 бокала: Роза, Орхидея Каттлея,

Альстромерия, Тюльпан.

Все цветы изготовлены и расписаны вручную. Безопасны в использовании.

Подарочная темно-синяя коробка с ложементом внутри, отделана шёлком в тон цвета коробки, на верхней крышке золотой логотип-вензель новой коллекции.

Галерея фарфора Лады Быстрицкой, Санкт-Петербург www.spbfarfor.ru







Авторская перьевая ручка «Queen» в футляре

Категория: «Мастер дизайна»

Ручка посвящена музыкальной группе «Queen», изготовлена полностью вручную, кроме пишущего узлапера. Материалы корпуса: латунь, дерево, вставка у грип-секции — эбонит. На корпусе изображения и надписи нанесены путём химического травления металла, основная часть украшена объёмными образами музыкантов Клипса колпачка изготовлена в виле микрофона без стойки (сценический атрибут Фредди Меркьюри). Украшает ручку древесина красного ма-хагониевого дерева кайя. На центральном кольце корпуса ручки фирменным шрифтом нанесено название группы. Пишущий аксессуар дополняет футляр из дуба, выполнен вручную и украшен объёмными тематическими изображениями.

«KIRWOOD» — Авторская мастерская Кирилла Телятьева, Архангельск www.kirwood.su



Ежедневник с металлическим декором и логотипом

Категория: «МАСТЕР ДИЗАЙНА»

Высокая детализация, проработка концепции и деятельности нефтегазовой компании полностью отражена в изделии при помощи металлического декора и упаковки. Рисунок делается художником с применением высоких технологий, отливка логотипа металлического оформления из олова подчеркивает статус подарка. За основу взят недатированный ежедневник из тёмно-синей натуральной кожи от российского производителя. Изделие упаковано в подарочную коробку, кашированную дизайнерской бумагой, логотип тиснён серебром.

LAVRENTEV, Санкт-Петербург www.lavrentevfabric.ru

Статуэтка «Оскар», прозрачная

Категория: «МАСТЕР ДИЗАЙНА»

Наградная статуэтка разработана при помощи 3D-визуализации в стиле полигонального моделирования. Выполнена из полимерной смолы высокой чистоты и прозрачности. Уникальная, многократно отработанная технология производства позволила довести объёмную фигуру «Оскара» до уровня абсолютной прозрачности. Полигональная сетка, отшлифованная трёхступенчатой ручной полировкой, придала изделию необыкновенный визуальный эффект. Персонализация: шильд из латуни с лазерной гравировкой.

Студия «3D-Art Steklov», Санкт-Петербург www.artsteklov.ru



Статуэтка «Оскар», матированная

Категория: «МАСТЕР ДИЗАЙНА»

Наградная статуэтка разработана при помощи 3D-визуализации в стиле полигонального моделирования. Выполнена из полимерной смолы высокой чистоты и прозрачности. Ручная обработка с шелковистым матированием придала полигональной сетке объёмной фигуры «Оскара» неповторимый шикарный стиль и яркий запоминающийся эффект присутствия. Персонализация: шильд из латуни с лазерной гравировкой.

Студия «3D-Art Steklov», Санкт-Птеребург www.artsteklov.ru

Ручка-роллер из морёного дуба в футляре

Категория: «Мастер дизайна»

Ручка выполнена из чёрного морёного дуба, возраст которого составляет 4300 ± 80 лет. Сочетание чёрного и золотого цветов изящно украшают её корпус, создавая ощущение идиллии и абсолютной гармонии. Футляр для ручки представляет собой мозаичный массив, шкатулку прямоугольной формы.

ООО Ростр Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф



5. МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА

(городской и туристический сувенир)

В этой категории будут участвовать предметы, несущие городскую символику. Поскольку разнообразие такой продукции велико, жюри сосредоточит свое внимание на аутентичности дизайна продукции или изображений на ней, на творческой составляющей готового изделия, а также оригинальности исполнения и, конечно же, связи продукции с местностью её распространения. Пригодность продукции для использования в качестве бизнес-сувенира жюри будет отмечать при оценке как положительный фактор.



«Быль и небыль о Магнитке в народном лубке»

Категория: «МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический сувенир)»

Лубочные иллюстрации и тексты убедительно и наглядно представляют прошлое и настоящее социального, производственного и культурного уклада городов, уникальность архитектурной застройки и ее достопримечательностей. Рассказывают о известных и неизвестных исторических фактах, событиях, судьбах выдающихся людей. Издание содержит 12 историй, 12 иллюстраций в стиле народного лубка. Авторы проекта: Т.Н. Лихачева, А.В. Мельников.

Авторский коллектив Общероссийского социальнокультурного издательского проекта книг-сувениров «Быль и небыль о городах и весях России в народном лубке», Магнитогорск. www.lubok.info

Представительский набор «Панно с Книгой»

Категория: «Мой город, моя страна (городской и туристический сувенир)»

Набор является эксклюзивным памятным подарком, в который входят следующие позиции: панно с видом московского кремля в технике финифти и горячей эмали, оформлено в багет, выполненный из дерева, ручная роспись; книга о Москве с иллюстрациями в переплёте из экокожи; подарочная упаковка из экокожи с ложементом и металлическим замком. Производится под заказ, возможно нанесение логотипа на панно, книгу и упаковку.

.....

ЗАО «Фабрика "Ростовская финифть"» www.finift-nhp.ru



Презентационный альбом с 3D-магнитами «Коллекция объёмных магнитов с видами города Омска»

Категория: «МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический сувенир)»

Презентационный альбом в три сложения. На лицевой поверхности сделана сквозная вырубка, где виден накладной элемент с гербом города. На первом развороте размещены фотографии центра города, ниже – историческая справка на русском и английском языках. На следующем развороте размещены 12 объёмных магнитов с панорамными фотографиями достопримечательностей. Под каждым магнитом – описание объекта на двух языках. Последняя страница обложки – футляр для коллекции магнитов. Все тексты и фотографии являются авторскими.

БРЕНДИРУЕМ.РФ, Омск www.брендируем.рф







Рамбовский Пряник «Ораниенбаум»

Категория: «МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический сувенир)»

Рамбовский Пряник – это печатный пряник из натуральных ингредиентов, в составе которого мёд, ржаная мука, свежеперемолотые пряности, сливочное или кукурузное (для постных рецептов) масло. Начинка – перемолотые финики и чернослив. В составе пряника нет сахара и пшеницы. Срок хранения при температуре от –5 и до +18 С до 45 суток!

Мастерская «Рамбовский Пряник», Лен. обл., г. Ломоносов (Ораниенбаум) https://www.instagram.com/rambovpryanik

Миниатюрные альбомы «Императорские истории»

Категория: «МОЙ ГОРОД, МОЯ СТРАНА (городской и туристический сувенир)»

Подарочный набор из 4 мини-альбомов в открытках, посвящён 300-летию провозглашения России империей. Открытки сброшюрованы в книжку, но легко отрываются по кромке. В каждом альбоме – от 9 до 15 портретов российских императоров и их приближённых с тематической историей по каждой персоне.

Альбомы, входящие в комплект: «Роскийские императоры», «В венце славы. Екатерина II», «Четыре юбки на русском престоле. Век XVIII», «Екатерина II. Личное

Права на публикацию выкуплены у российских музеев.

Издательство «Власта», Тула www.vlasta-print.ru



6. НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР

В этой категории предполагается оценивать продукцию, ассоциирующуюся с празднованием нового года. Изделия с новогодней символикой или традиционные новогодние украшения, а также новые изделия, предлагаемые производителями для использования во время новогодних праздников, - вот та продукция, которая будет составлять эту категорию. Новогодние сувениры - всегда творческие изделия, поэтому в первую очередь жюри будет оценивать именно эту составляющую. Использованные для изготовления материалы, а также доступность бизнес-сувенира тоже будут оцениваться.





Сувенир «Тигр»

Категория: «Новогодний сувенир»

Символ 2022 года изготовлен из натуральной субфоссильной древесины морёного дуба разного возраста и, соответственно, цветовой гаммы. Подарочная упаковка из крафткартона.

ООО «Ростр», Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф

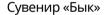


Классические новогодние украшения из серебра

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

В коллекцию входят три ёлочных украшения: «Шар-хохлома» отличается утончённым зимним декором и изящными линиями; «Шар-кот» – объёмная игрушка в виде головы кота с ушком для крепления. Глаза фигурки декорированы фианитовыми вставками синего цвета, что делает сувенир выразительным и ярким. «Шар сбантами» декорирован голубыми фианитами и эмалью . Новогодние игрушки выполнены из серебра 925 пробы. Ручная работа, лимитированный выпуск. Подарочная упаковка в комплекте.

Альтаир-ВДВ, Санкт-Петербург www.serebro-altair.ru



Категория: «Новогодний сувенир»

Новогодний символ 2021 г. изготовлен из субфоссильной древесины морёного дуба. Способы брендирования: лазерная гравировка и гравировка с заливкой. Такой персонализированный подарок принесёт владельцу благополучие и оградит от бед.

•••••

ООО Ростр, Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф



Новогодний подарочный набор «Советский»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

.....

В набор «Советский» входят пять ёлочных игрушек ссимволикой Советского Союза в подарочной упаковке: шар «Серп и Молот»; шпиль «Кремлёвская звезда», шар «КАРТА СССР»; шар «Звезда»; шар «Часы»; подарочная коробка.

Игрушки изготовлены из глазурованного фарфора с ручной подглазурной и надглазурной росписью, с петелькой и подвесом.

Торговая марка «Фарфоровая мануфактура» Санкт-Петербург www.farfor-spb.ru



Коллекция бокалов «Новый год»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

В коллекцию вошли шесть бокалов: «Новогодняя ёлка», «Снеговик», «Дед Мороз», «Снегурочка», «Тигр», «Бык». Бокалы с фарфоровой вставкой ручной работы – совершенно новый и уникальный продукт. Технология, разработанная специалистами «Галереи фарфора», позволила соединить не соединяемое – хрупкость и прозрачность стекла (бессвинцовый хрусталь) с изяществом и нежностью фарфора самого высокого качества. Все фигурки изготовлены и расписаны вручную. Бокалы безопасны в использовании, можно мыть в посудомоечных машинах при температуре не выше 45 градусов. Подарочная упаковка.

Галерея фарфора Лады Быстрицкой, Санкт-Петербург www.spbfarfor.ru

Набор «Новогодняя финифть»

•••••

Категория «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

Изящный набор новогодних украшений с ручной росписью, выполнен из ажурной, филигранной оправы в сочетании с финифтью. В подарочный набор входят пять новогодних игрушек: снежинка со снегирём, ёлочки (2 шт.) с лесным пейзажем, колокольчик и подкова с зимним пейзажем. Набор оформлен в подарочную упаковку сложементом.

ЗАО «Фабрика "Ростовская финифть"» www.finift-nhp.ru







Ёлочная игрушка «Тигрица»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

Авторская формовая ёлочная игрушка из стекла, ручная роспись выполнена в корпоративных цветах. Троекратное покрытие специализированными лаками премиум-класса создаёт блестящий эффект, похожий на праздничную глазурь.

Фабрика елочных игрушек ЛЕНИГРУШКА www.lenigrushka.ru

Коллекция «Символы Нового Года»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

В коллекцию входят четыре ажурных ёлочных игрушки с главными новогодними символами: «Дед Мороз» и «Снегурочка» с голубыми фианитовыми вставками, «Снеговики» с красными и синими фианитами деколированы эмалью. Фигурки выполнены из серебра 925 пробы. Ручная работа и лимитированный выпуск.

Альтаир-ВДВ, Санкт-Петербург www.serebro-altair.ru



БЫЧОК НА ХРУСТАЛЬНОЙ ГОРКЕ

Категория: «Новогодний сувенир»

Фигурка бычка на санках выполнена методом литья из серебра 925 пробы, которое тщательным образом отполировано руками ювелиров до зеркального блеска. Сувенир покрыт драгоценными металлами: шарфик бычка – красным золотом, а туловище – чёрным родием (драгоценный металл платиновой группы).Каждый постамент в виде горки, напоминающей вершину Эвереста, выполнен методом литья из хрусталя.

Компания «Автозавод ЗД», Москва www.avtozavod3d.ru



Коллекция новогодних украшений «Русские традиции»

•••••

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

В коллекцию входят три эксклюзивных ёлочных украшения из серебра 925 пробы: «Варежка» с фианитами нежно-голубоватого оттенка; «Самовар» украшен миниатюрными изображениями из цветной эмали в виде распустившихся бутонов роз пунцового оттенка в окружении зелёных листьев и жар-птиц. «Валенок» с вкраплениями синих фианитов отличается точной детализацией, это ажурная форма в виде миниатюрного валенка на коньке с петелькой для ёлочной ветви. Ручная работа, лимитированный выпуск.

Изделия поставляются в фирменной упаковке с логотипом.

Альтаир-ВДВ, Санкт-Петербург www.serebro-altair.ru





Фарфоровые куклы «Дед Мороз и Снегурочка»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

Парная новогодняя композиция фарфоровых кукол «Дед Мороз и Снегурочка» – это подъёлочные игрушки ручной работы. Фарфоровые головы расписаны темперными красками, костюмы выполнены из атласа и парчи, отделаны мехом, кружевом, серебряной сеткой, металлизированной тесьмой, бусинами, жаккардовой тесьмой

••••••

OOO «НХП "Потешный промысел"», Санкт-Петербург www.souvenirdolls.ru



Новогодняя коллекция «Лесная братва»

Категория: «НОВОГОДНИЙ СУВЕНИР»

В коллекцию входят ажурные ёлочные игрушки из серебра 925 пробы – новогодние персонажи, сопровождающие Деда Мороза: «Сова», «Белка», «Ёжик». Тонкие линии, оригинальный дизайн. Фигурки декорированы эмалью и фианитами классической огранки, камни будут мягко мерцать в свете праздничных огней. Ручная работа, лимитированный выпуск. Подарочная упаковка в комплекте

Альтаир-ВДВ, Санкт-Петербург. www.serebro-altair.ru

7. ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО

В этой категории предполагается оценивать более дорогую подарочную продукцию - прежде всего по тем критериям, которые соответствуют словам названия категории: творческая первичность решения изделия, соответствие качества исполнения цене изделия и совместимость с принципами корпоративных подарков. Мастерство дизайнера, использование инновационных или, наоборот, традиционных технологических решений, уникальность изделия, а также зрелая история рекламной кампании - вот те основные вопросы, ответы на которые будет искать жюри в продукции этой категории.



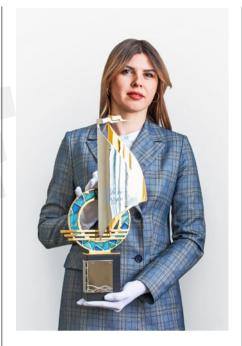
Фарфоровая композиция «Слава русского оружия»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

В композицию входят два бокала из сервиза «Слава русского оружия» и рамка для фотографии. Бокалы: фарфор, ручная надглазурная полихромная роспись, золочение, цировка. Изображены фрагменты картин «Преследование конногвардейцами французских конных егерей под Полоцком 6 августа 1812 года», художник Ф. А. Чирко (1890 г.) и «Атака лейб-казаков на баварцев при Бородине», художник А. Н. Ежов.

Рамка: фарфор, карельская берёза, ручная надглазурная роспись, золочение, полировка. На рамке изображён фрагмент картины Адольфа Лаундера. «Построение лейб-гвардии Измайловского полка в 1846 году». На портрете изображён капитан 2 ранга Куриленко И.С. (1905–1962 г.)

Галерея фарфора Лады Быстрицкой, Санкт-Петербург www.spbfarfor.ru



Персональный подарок «На всех парусах»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Изделие выполнено из металла, покрыто золотом 999°, использована ювелирная эмаль.

На 70 % ручная работа: нанесение гравировки и ювелирной эмали по эскизам художников, полировка, гальваническое покрытие никелем и золотом, ручная обработка деталей после резки, ручной сгиб парусов и таблички, предварительная и финальная сборка.

Руководитель компании подобен капитану корабля. От его опыта, умения объединить коллектив и следовать курсу зависит, как скоро бизнес достигнет намеченных целей.

Компания «Арт-Грани», особые бизнес-подарки Челябинская область, г. Златоуст www.art-grani.ru



Панорама Москвы

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

«Панорама Москвы» – это гравюры с видами старой Москвы, вышедшие в середине XIX века в издательстве Джузеппе Дациаро. Тираж был выпущен в честь 700-летия Москвы. Это крайне редкое издание в виде роскошного альбома, внутри которого в сложенном виде находилось шестиметровое полотно с панорамой Кремля от Тайницких ворот до Соборной площади.

Издательство «Власта» повторило первое издание Джузеппе Дациаро с большой точностью. Перед вами копия альбома Дациаро с круговой панорамой Москвы, но уменьшенного (32х43 см) формата. Внутри альбома – история создания оригинального альбома Дж. Дациаро в середине XIX века.

Издательство «Власта», Тула www.vlasta-print.ru





Персональный подарок «Король бизнеса»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Изделие выполнено из металла, покрыто золотом 999°. Основание – дерево ценных пород.

На 60 % ручная работа: художественная рисовка по металлу, полировка, гальваническое покрытие никелем и золотом, сборка. Образ шахматной доски напомнит о сложности принимаемых решений, а фигура короля – об исключительной роли адресата.

Компания «Арт-Грани», особые бизнес-подарки Челябинская область, г. Златоуст www.art-grani.ru





Набор шахмат из литьевого мрамора «СКАЗКА»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Шахматы изготовлены из литьевого мрамора, авторская работа. Технология изготовления из литьевого камня (мрамор, гранит и оникс) позволяет широко и нестандартно мыслить при создании множества уникальных изделий. В серию «СКАЗКА» входит: Терем/ Избушка – Ладья; Конь/Змей Горыныч – Конь; Боярин/ Соловей-разбойник – Слон, Баба Яга/Царевна – Ферзь, Кощей/Царь – Король.

ООО «ЛАПИДЕМ», Санкт-Петербург www.Lapidem.org



Extra Premium Gift Box 60.1

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Грандиозный и несравненный набор из 60 макарон – это стильная роскошная большая упаковка, наполненная множеством миндальных пирожных с различными гастрономическими сочетаниями. Изысканный премиальный набор из 60 цветных макарон, разработан от фирменной брендированной упаковки до эксклюзивных вкусов.

•••••••

Компания «MACARONIKA», Санкт-Петербург www.macaronika.ru

8. СПОРТИВНЫЙ СУВЕНИР

В этой категории будут оцениваться изделия, несущие символику спортивных мероприятий или их участников, а также сувенирная продукция, предназначенная для продвижения таких мероприятий. Творческая наградная продукция также может участвовать в этой категории. Аутентичность дизайнерских решений, использование оригинальных материалов, уникальность изделия – вот те основные критерии, которые жюри будет оценивать в этой продукции.

Представительский подарок «Сила духа»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

В подарок входят держатели для книг «Коррида» и «Тигры», выполненные в классическом стиле: строгое, выдержанное, деревянное основание без лишних деталей с установленными на нём бронзовыми фигурами крадущегося тигра, готового к отражению нападения быка, отдыхающей тигрицы и изящного матадора с мулетой. И авторские скульптурные бронзовые миниатюры: Тигр, Тигрица с тигрёнком, Бык Андалузский.

Благодаря своей элегантности и продуманной форме, набор позволит удобно расположить на рабочем столе необходимые книги и справочники.

BroVanz™ / ООО «Техно-Бронз», Санкт-Петербург www.brovanz.com







Подарочное изделие «Ларец»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Ларец изготовлен из субфоссильной древесины морёного дуба разного возраста, предназначен для хранения драгоценностей, денег, бумаг и других ценных предметов. Технически все её элементы вариативно подобраны по цвету, линейным размерам и текстурным рисункам.

ООО Ростр, Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф



Коллекционная серия бокалов «Сборная России по хоккею»

Категория: «СПОРТИВНЫЙ СУВЕНИР»

В серию спортивной тематики вошли два бокала с хоккеистами Сборной России. Все фигурки изготовлены и расписаны вручную, поэтому могут незначительно отличаться друг от друга. В дальнейшем планируется пополнение серии.

Бокалы из бессвинцового хрусталя с фарфоровой вставкой ручной работы – это совершенно новый и уникальный продукт. Подарочная упаковка. Безопасны в использовании.

Галерея фарфора Лады Быстрицкой, Санкт-Петербург www.spbfarfor.ru



Икона на доске «Александр Невский»

Категория: «ПЕРСОНАЛЬНО. ОСОБО. ВАЖНО»

Икона на доске «Александр Невский» выполнена из натуральной субфоссильной древесины морёного дуба и представляет собой цельный кусок наружной части древесного ствола, на котором представлен образ святого, выполненный в разных цветах. Икона уникальна, так как она создана из морёного дуба 3-х разных возрастов, соответствующих историческим событиям, связанным со святым: образ святого благоверного князя исполнен из морёного дуба возрастом 770±50 лет; основание (2020 ± 70 лет); нимб (630±60 лет) является ровесником канонизации Александра Невского. Габариты иконы: 275х870х31 мм.

ООО Ростр, Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф

9. ОБРАЩЁННОЕ ТВОРЧЕСТВО. СУВЕНИРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ **ПРАЗДНИКАМ**

Как и следует из названия категории, здесь будет оцениваться подарочная и сувенирная продукция, имеющая отношение к профессиональным праздникам. Это не означает, что изделия должны быть связаны с определённой отраслью экономики материалом изготовления или своими функциональными свойствами, но они обязательно должны иметь очевидную коммуникативную связь именно с этими событиями года.



Копия памятника «Ржевский мемориал Советскому солдату»

Категория: «Обращённое творчество. Сувениры к профессиональным праздникам»

Мемориал Советскому солдату был возведён в 2020 году на месте ожесточённых сражений 1942–1943 гг. Кровопролитные бои по периметру Ржевско-Вяземского выступа продолжались 14 месяцев. Копия памятника выполнена из полимера, покрытие – гальваника, флокированная упаковка. Высота - 25 см (М 1:100).

ООО «Ростр», Республика Мордовия, г. Саранск ростр.рф

Набор бокалов к профессиональным праздникам в футляре

Категория: «Обращённое творчество. Сувениры к профессиональным праздникам»

Бокалы с фарфоровой вставкой ручной работы - новый уникальный продукт. Разработанная нашими специалистами технология позволила соединить хрупкость и прозрачность стекла с изяществом и нежностью фар-

фора самого высокого качества. В набор вошли 6 разных бокалов из бессвинцового хуусталя, все фарфоровые фигурки изготовлены и расписаны вручную: Белый медведь с эмблемой КСФ (Краснознамённый Северный флот); Медведь бурый в тельняшке (День десантника); Тигр в камуфляже (Росгвардия); Медсестра; Роза в камуфляже (подарок для военнослужащих женщин); Краб – символ специального подразделения Военно-морского флота России. Подарочная упаковка изготовлена из МДФ шпон орех. петли и замки – из метеоритного железа немецкого производства.

Галерея фарфора Лады Быстрицкой Санкт-Петербург www.spbfarfor.ru





Фарфоровый набор «Первый полёт в космос»

Категория: «ОБРАЩЁННОЕ ТВОРЧЕСТВО. СУВЕНИРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРАЗДНИКАМ»

В подарочный набор входят три фарфоровые ёлочные игрушки в подарочной упаковке:

- «Космонавт с флагом»:
- «Белка и Стрелка»;
- «Космонавт с чемоданом»:
- Подарочная коробка «Гагарин».

Игрушки изготовлены из глазурованного фарфора с ручной подглазурной и надглазурной росписью

Торговая марка «Фарфоровая Мануфактура» Санкт-Петербург www.farfor-spb.ru



Подарочное панно из натурального шоколада ко дню нефтяника

Категория: «ОБРАЩЁННОЕ ТВОРЧЕСТВО. СУВЕНИРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ПРАЗДНИКАМ»

Подарочное панно - авторская работа, созданная для компании транспортировщика нефти. В работе отражены основные виды транспорта с максимальной детализацией. Уникальность подарка создаёт рисунок, выполненный художником с применением высоких технологи. И восхитительный вкус тёмного (54 % какао) шоколада без консервантов и пальмового масла. Срок хранения – 8 месяцев. Упаковка выполнена в фирменных цветах компании с нанесением логотипа.

LAVRENTEV, Санкт-Петербург www.lavrentevfabric.ru



Набор корпоративных открыток к профессиональным праздникам

Категория: «Обращённое творчество. Сувениры к профессиональным праздникам»

В набор вошли шесть корпоративных поздравительных открыток к профессиональным праздникам, изготовленных на современных дизайнерских бумагах с применением различных полиграфических технологий: С Днём работников нефтяной и газовой промышленности» – 2 образца; С Днём металлурга; С Днём энергетика; С Днём строителя; С Днём железнодорожника. Индивидуальный дизайн каждой открытки разработан с использованием фирменного стиля, логотипа, элементов производственной деятельности предприятия и символики праздника.

Компания «ТПК Юнита», Москва www.unita-cards.ru





Набор шоколадных ложек в подарочной коробке

Категория: «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД. ПОДАРКИ СО ВКУСОМ»

Шоколадные ложечки созданы по авторской форме от «LAVRENTEV» и наполнены различными видами шоколада, орехов, сублимированных ягод. В составе молочный, тёмный, клубничный, лаймовый и апельсиновый шоколад. Подарочная коробка выполнена в фирменных цветах компании из плотного переплётного картона на магнитах, каширована дизайнерской бумагой с тиснением логотипа золотой фольгой. Срок хранения – 8 месяцев.

LAVRENTEV, Санкт-Петербург www.lavrentevfabric.ru



10. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД. ПОДАРКИ СО ВКУСОМ

новая категория!

В категории жюри будет оценивать не столько потребительские свойства предложенных продуктов, сколько их целевую точность, совместимость с идеей корпоративного дарения и пользовательскую функциональность: универсальность, сроки и условия хранения, аутентичность продукта. Преимущество - экологически чистым продуктам, природосберегающим технологиям изготовления, и, конечно, творческому подходу к презентации изделия.

Extra Gift Box 9.1

Категория: «ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД. ПОДАРКИ СО ВКУСОМ»

Гастрономическая бомба в руках ваших союзников! Наполните набор из девяти пирожных макарон самыми смелыми сочетаниями: молочная карамель с щепоткой морской соли, взбитый воздушный белый шоколад с бурбонской ванилью, пряный конфитюр из инжира с нежным камамбером. Набор полностью может быть разработан специально для вас - от фирменной брендированной упаковки до создания эксклюзивных вкусов.

Компания «MACARONIKA» Санкт-Петербург www.macaronika.ru



Набор «Напитки Богов»

Категория: «Гастрономический бренд. Подарки со вкусом»

Напитки Богов – это безалкогольные напитки, в состав которых входят: свежевыжатый сок имбиря и лимона, сироп топинамбура, куркума, чёрный перец, клюква, брусника. Все компоненты сочетают в себе яркий вкус жгучести, кислинки, остроты и сладости. В набор входят три напитка различной ёмкостью: Ма-

нипура классическая, Манипура Клюквенная, НеВодка.

Компания «Напитки богов» www.napitkibogov.ru







16 НОЯБРЯ – ДЕНЬ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

В РОССИИ НАСЧИТЫВАЕТСЯ ПРИМЕРНО 6,5 МИЛЛИОНОВ ПРЕДПРИЯТИЙ. ЕСЛИ КАЖДОЕ РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ В ЭТОТ ДЕНЬ ПРИОБРЕТЁТ ПОДАРОЧНЫХ ИЛИ СУВЕНИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ВСЕГО НА 1000 РУБЛЕЙ, ЭТО ПОМОЖЕТ СОЗДАТЬ 17000 НОВЫХ РАБОЧИХ МЕСТ НА ПОСТОЯННОЙ ОСНОВЕ.







На состоявшемся в Санкт-Петербурге Первом Съезде российских производителей бизнес-сувенирной и подарочной продукции было принято решение об учреждении и организации «Дня отечественной продукции» в рекламно-сувенирной отрасли. Согласно этому решению, учредители Съезда провели это мероприятие 16 ноября 2018 года. С тех пор праздник под девизом «ПРЕДПОЧИТАЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЕ, ПОКУПАЙ РОССИЙСКОЕ» проводится ежегодно 16 ноября, или если этот день приходится на выходной, то в ближайшие к нему дни.

В этом году праздник российского производителя будет проведён 16 ноября.

Приглашаем вас присоединиться к инициативе ассоциации МАПП и приобрести в этот день продукцию только отечественного производства. Мы хотим, чтобы когда-нибудь каждый гражданин России и каждая российская компания в этот день смогли и захотели потратить свои деньги на продукцию и услуги соотечественников, помогая тем самым развитию российской экономики и повышению благосостояния всех россиян. Учитывая масштабность события, мы

понимаем, что наших сил и влияния сегодня может хватить только на отрасль, в которой мы действуем сами, то есть индустрию корпоративных сувениров и подарков. Однако даже ограниченное рамками одной небольшой отрасли событие станет большим вкладом в оживление российской производственной инициативы и поможет сотням малых и средних предприятий отрасли крепче стоять на ногах в наши нелёгкие времена.

16 ноября отмечается Международный день толерантности, который отмечают те, кто придерживается принципов ненасилия, терпимости, проявляет уважение и понимание к человеку.

А ещё это день народного праздника, который носит название Анна Холодная. Последнее слово — не фамилия, и вообще, связи между словами этого сочетания мало. Холодная потому, что на Руси в это время начиналась зима, и по погоде в этот день было принято гадать о том, какая будет зима, и будет ли следующий год урожайным. А Анна была дочерью великого князя начала XI века, прославившаяся тем, что образовала первый в России женский Андреевский монастырь

и, став его настоятельницей, открыла при нём первую же на Руси школу для девочек, в которой, помимо необходимых основ, преподавали и различные женские ремёсла.

Отмечался же этот праздник в народе тем, что женщины занимались рукоделием, садились за пряжу и холсты.

В связи с этим или случайно, 16 ноября, в свой день рождения, ЮНЕСКО объявил, согласно «Конвенции об охране нематериального культурного наследия», Всемирным днём рукоделия.

И вот, в продолжение этой традиции народного рукоделия и творчества, мы предлагаем российским предприятиям приобрести в этот день произведения современных российских рукодельников.

Давайте дарить разумно! •

Международная Ассоциация Презентационной Продукции 2021 г.



4-6 **В** ФЕВРАЛЯ ЭКСПОФОРУМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ЮБИЛЕЙНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ И РЕМЕСЕЛ

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОДАРОК РУЧНОЙ РАБОТЫ

LARETS.EXPOFORUM.RU

ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM





ТАТЬЯНА ВЛАСОВА: «ЛЕГКО ТОМУ, КТО СЛУЖИТ ДЕЛУ»

ГЛАВНЫЙ ПОБЕДИТЕЛЬ VI ПРЕМИИ МАПП «ДЕРЖАВА МАСТЕРОВ – 2019»

ИЗДАТЕЛЬСТВО «ВЛАСТА» УЖЕ НЕ ПЕРВЫЙ ГОД СТАНОВИТСЯ ЛАУРЕАТОМ И ПРИЗЁРОМ ПРЕМИИ МАПП. В 2019 ГОДУ ГРАН-ПРИ КОНКУРСА ПОЛУЧИЛ «АРТ-БУК» – ОТРЫВНОЙ БЛОК В ЖЁСТКОЙ ОБЛОЖКЕ, НЕДОРОГОЙ И КОМПАКТНЫЙ СУВЕНИР, ВНЕШНЕ НАПОМИНАЮЩИЙ МИНИАТЮРНУЮ КНИГУ.

ак сложилось, что миссия «Власты» — это создание сувениров, посвящённых культурному наследию России, раскрытие смыслов, которые зачастую остаются в тени для большинства россиян. Бессменный руководитель «Власты» Татьяна Власова делится опытом, как можно с помощью сувениров популяризировать культурные ценности.

Татьяна, по многим проектам заметно, что вы активно сотрудничаете с музеями. Как складывается работа с ними?

— Сотрудничать с музеями мы начали ещё в 2000 году, разрабатывали сначала для них календари, потом стали расширять ассортимент музейных сувениров. Работать с музеями и легко, и сложно. Сложно потому, что музеи не всякого к себе допускают. Надо разбираться в музейных предметах и в этом смысле быть «своим». Легко тому, кто служит делу.

Проекты, над которыми мы сейчас работаем, возникли не прямо сегодня. Зачастую идея была увидена нами 2-3 года назад, а то и больше. Так, например, проект «Литератур» (блокноты по записным книжкам русских писателей) начался с «открытия» нами в закрытых фондах музея Л. Н. Толстого ежедневника писателя за 1884 год. Долго хотели вместе с музеем издать его, не раз предлагали. В итоге создали проект «Литератур», присоединив к толстовскому ежедневнику ещё рабочую тетрадь А. С. Пушкина (Вторая масонская тетрадь), записные книжки И. Ильфа, П. Вяземского, М. Булгакова и даже самой императрицы Екатерины II. Какие-то темы в проекте доведены до конца, что-то - в процессе обработки материала, что-то - в процессе осмысления. Крупные проекты типа «Литератур» мы делаем от 6 до 12 месяцев. Собираем материалы, подбираем консультантов, сами глубоко изучаем тему. Это и хлопотно, и безумно интересно: открываешь для себя бездну тайн и смыслов. Ушедшие персоны оживают и становятся реальными, живыми. Самое трудное - собрать материал и верно и интересно изложить его для будущих пользователей. Тут не подойдёт язык Википедии и материал музейных докладов. Нужно написать коротко, ярко, интересно и даже захватывающе. Задача - спровоцировать интерес к теме настолько, чтобы пользователю блокнота захотелось залезть в оригиналы (произведения, записные книжки, мемуары).

Каждый подобный проект сильно отличается по концепции, из чего вы исходите, когда выбираете?

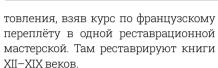
- У нас уже много проектов. Я остановилась на «Литератур», а ещё есть «Императорские истории», «Артбук: шедевр в кармане», «Time of Tolstoy», «Алиса», «Факсимиле русских художников» и совсем новый - «Культурный сувенир». В каждом оставлена частичка нашей души, зачастую мы возвращаемся к нему снова и снова – что-то улучшаем, расширяем... Так, например, к готовому проекту «Литератур» не хватало единой упаковки, а хорошая упаковка - это половина дела. И мы придумали её буквально перед ковидом, а сам проект - за 6 месяцев до этого. Реализуем упаковку в едином стиле «Литературов» только сейчас и подаём её на соискание Премии МАПП.

— Вы всегда так глубоко «копаете»? Есть очень глубокие проекты, прямо, можно сказать, образовательные.

– Нет, конечно. Так было далеко не всегда. Проекты, созданные в 2009-2015 годах, отличаются хорошим дизайном, мудрыми (без кавычек) фразами на обложках. Прошло с начала первых проектов более 10 лет, а они до сих пор актуальны, они наша гордость. Последние 5-6 лет мы уходим «в глубину»: глубоко копаем тему, узнаём много интересного и пытаемся этот интерес передать будущим обладателям наших сувениров. Так случилось и с «Императорскими историями». Изначально мы хотели просто сделать набор открыток по времени правления Екатерины II для музея Царицыно, задумали набор о личном окружении императрицы. Потом решили рассказать о её ближайшем светском окружении, потом вообще о российских императорах, а потом уже о женщинах на русском троне. Трудно было найти консультантов. К моему удивлению оказалось, что знатоков XVIII века (а мы преимущественно раскрывали его) у нас не так уж и много. Особая тайна, как я теперь понимаю, окружает время Екатерины II.

Наша задача — через такой культурный сувенир заразить этим интересом всех тех, кто с нашим сувениром соприкоснулся. Поэтому все сувениры последнего времени мы сопровождаем текстами. Их вставляем в брошюры (как в случае с «Литературами») или на задники подложек (как с «Культурными сувенирами»). Чтобы точно передать переплёт XVIII—XIX века — а мы повторяем его в одном из блокнотов проекта «Литератур» — мне лично пришлось углубиться в детали изго-





ПАНОРАМА МОСКВЫ

Буквально пару слов про вашу Панораму Москвы.

- Тема выплыла сама собой. Помогла всё та же работа с музеями, в частности с музеем Московского Кремля. Давно, лет 15 назад, мы туда только хотели войти. Не с пустыми руками, как всегда копали тему, искали что-то интересное. Тогда я наткнулась на упоминание панорамы художника Индейцева. Круговая панорама Кремля наделала в XIX веке много шума своей популярностью. Искала оригинал или копию тогда - не нашла. Потом хорошая копия мне сама приплыла в руки. Дорого, конечно, но я уже не могла удержаться. Начали делать издание «Панорама Москвы», похожее на дациаровское. Зачинателем нашумевшей Панорамы был издатель Джузеппе Дациаро, итальянец по происхождению. Коммерсант. Он приехал в Россию во первой половине 19 века и занялся эстампами. Его магазины были в самых престижных местах Москвы и Петербурга и даже в Париже на Елисейских полях. Панораму, о которой речь, нещадно копировали во второй половине 19 века, как я понимаю, самим пиратским образом. Сейчас в интернете можно встретить предложение о воспроизведении «Панорамы Москвы» Дациаро за весьма приличные деньги (от 80 тыс. руб.), однако это панорама более позднего времени, не совсем дациаровская, с дописанными на оригинальной литографии соборами, которых не было на оригинальной панораме и не было ещё даже в проекте. В альбоме, воспроизведённом в факсимильной точностью, мы дали ещё и историю создания, так как она, на наш взгляд, очень интересная, к тому же, без знания всей этой истории рассматривать виды Москвы интересно, но не познавательно.

Расскажите о последней своей разработке. Что делаете прямо сейчас и что ещё не увидело свет?

- Последнее наше детище - это проект «Культурный сувенир», мы решили дать такое имя и снабдить все сувениры лейблом «original cultural present». Это альтернатива нарождающемуся сувениру «Подарок ничего». Может, встречали такое? В составе одних блокнот, карандаш и магнит; в составе других - почтовые карточки для самостоятельного художества, карандаш и опять магнит. В составе третьих - набор карандашей, объединённых общей темой. В составе четвёртых - тематическая подборка значков. Каждый набор сопровождает короткий рассказ на обороте. Таких наборов около тридцати. Делали тоже примерно год. Все тексты авторские, прошли строгий контроль. Мы на своём опыте убедились, что писать познавательно и интересно, но коротко это особый жанр и уже само по себе искусство. ●

Печатается в сокращении, полную версию читайте на iapp.ru



Издательство «Власта» www.vlasta-print.ru



КОРПОРАТИВНЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ

С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ







Блокноты Image Collection с набором стикеров для заметок и дополненной реальностью



15 ЛЕТ БЕЗУПРЕЧНОГО СЕРВИСА ДЛЯ САМЫХ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ







+7 (495) 225-995-3

ООО «РПК «Пи-Ай-Ви», г. Москва, Электролитный проезд, 3 www.all4promo.ru

ПОЧЕМУ НЕКОТОРЫЕ ПОДАРКИ ПЫЛЯТСЯ В ШКАФУ?

редставьте: ваш руководитель благодарит партнёра за успешный проект и вручает подарок от лица компании. Рукопожатие, аплодисменты... Большая работа закончена, а вот история презента только начинается. Захочет ли адресат сохранить его при себе? Или отправит в ссылку на дальнюю полку, пополняя пыльную армию безделушек?

Есть четыре варианта развития событий: подарок могут унести домой или оставить в рабочем кабинете, поставить в музей компании, выбросить или передарить. Если первые два сценария – мечта, остальные – увы и ах! Посыпать голову пеплом необязательно: вы всегда можете пересмотреть подход к выбору деловых сувениров и взять реванш. Но сначала давайте подумаем, что пошло не так.

Причина № 1. Безыдейность

Вручать что-то, потому что «надо», – бессмысленно. Подарок – способ коммуникации, зашифрованное послание, выражающее благодарность, признание ценности человека и взаимоотношений с ним. Чтобы рассказать об этом без слов, потребуется идея. Постарайтесь её найти: тогда сувенир станет красивой формой, отражающей суть.

Причина № 2. Отсутствие индивидуальности

Удачный подарок напомнит о том, что связывает вас с партнёром, оживит историю удачных совместных проектов или подчеркнёт желание сотрудничать дальше.

Причина Nº 3. Несоответствие статусу

Если ваш адресат – персона высокого ранга, важна не только идея, но и безупречное исполнение подарка. Для руководителей компаний чаще всего используют благородные материалы.

Причина № 4. Рекламный акцент

Не стоит украшать подарок партнёру крупным логотипом вашей компании. Реклама здесь неуместна: речь ведь идёт не о вас, а о его исключительном значении в жизни вашей компании. Сосредоточьтесь на фигуре партнёра, его ценности для вас и найдите символы, которые вас объединяют. ●

Компания «Арт-Грани» — производитель особых бизнес-подарков из металла. www.art-grani.ru



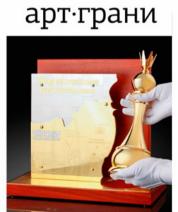






ОСОБЫЕ БИЗНЕС-ПОДАРКИ С ИДЕЕЙ







art-grani.ru 8 800 550-54-95



«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»:

традиции империи, хранимые веками

ИМПЕРАТОРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ» ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ПРОГРАММУ ПОЛНОГО ЦИКЛА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ КОРПОРАТИВНЫХ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАКАЗОВ: ОТ СОЗДАНИЯ ЭСКИЗА ДО ВОПЛОЩЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ В ДРАГОЦЕННЫХ МАТЕРИАЛАХ.

1912 году по указу императора Николая II в целях улучшения техники производства ювелирных изделий было основано общество «Русские самоцветы». Созданное на базе Императорской гранильной фабрики, основанной в Петербурге ещё в 1721 году, общество объединило крупнейшие ювелирные фирмы, в том числе и мастерские великого Карла Фаберже.

Вот уже более столетия компания непрерывно развивается. Современное ювелирное производство полного цикла — это уникальное соединение воссозданных техник мастеров императорского двора и инновационных разработок ювелирного дела, ведущихся на собственной научной базе.

Важные исторические события, памятники архитектуры, судьбы великих людей отмечены шедеврами высокого ювелирного искусства «Русских самоцветов». Специалистами предприятия были созданы драгоценная камея для Рональда Рейгана, шахматы из оникса и обсидиана для чемпиона мира по шахматам Анатолия Карпова, гербовые предметы сервировки стола для Московского Кремля.

«Русские самоцветы» — наследник ювелирных техник легендарного Карла Фаберже. Компания по сей день создаёт легендарные яйца-шкатулки и яйца-подвески в подлинных традициях великого мастера.

Специалисты завода воссоздали техники знаменитой петербургской ювелирной школы: холодная, горячая, гильошированная эмали, филигрань. Тонкая ручная работа делает каждое драгоценное изделие поистине уникальным. Здесь создаются изделия любого уровня сложности с фирмен-



Предметы сервировки стола из набора «Государственный», созданного для Кремля



В 1935 году трест «Русские самоцветы» изготовил пятиконечные звёзды для башен Московского Кремля – Спасской, Троицкой, Никольской и Боровицкой. Более двухсот лучших ювелиров Москвы и Ленинграда полтора месяца создавали легендарные эмблемы – в середине каждой звезды сияли серпы и молоты, выложенные из аметистов, александритов, топазов, аквамаринов и горного хрусталя.









ной символикой и знаковыми надписями: значки, медали, кубки, дипломы, ордена, стилизованные сувениры и предметы интерьера, наборы столового серебра. Ювелиры разрабатывают эксклюзивные изделия, воплощающие все пожелания заказчика.

Качество изделий бренда «Русские самоцветы» оценивается профессионалами всего мира как эталонное: в его основе лежат не только вековые традиции российской ювелирной школы, но и технологии современного крупного предприятия ювелирной индустрии. При изготовлении изделий применяются исключительно высококачественные драгоценные материалы и современные ювелирные технологии.

Преимущества корпоративных заказов в Императорском ювелирном доме «Русские самоцветы»: программа полного цикла от создания эскиза до выпуска готовой продукции, современное крупное ювелирное производство, качественные драгоценные материалы, широкая ассортиментная линейка: возможность выбора изделий для нанесения символики, разработка с нуля эскизов новой продукции или выпуск изделий по эскизам заказчика; разные виды статусов: эксклюзивные VIP-подарки, а также изделия среднего и недорогого ценового сегментов, высочайшее качество готовой продукции, подарочная упаковка с нанесением символики заказчика для всех типов изделий.

Сегодня «Русские самоцветы» — одно из крупнейших ювелирных предприятий страны. Ювелирные изделия, выполненные мастерами завода, неоднократно завоёвывали российские и международные награды, подтверждающие их высокую художественную ценность. Компания «Русские самоцветы» также удостаивается званий «Крупнейший поставщик», «Лучший экспортёр» и «Надёжный партнёр» от экспертов российского и международного бизнес-сообществ. •



Корпоративный отдел, Александр Яковлев +7 (960) 283-84-64 +7 (812) 528-05-71 AYakovlev@russam.ru

www.russam.ru

СОВЕРШЕНСТВОВ КАЖДОЙ ДЕТАЛИ





CARAN D'ACHE + NESPRESSO, BЫПУСК-4

После успеха трёх выпусков производитель пишущих инструментов класса Luxury и Премиум компания Caran d'Ache и Nespresso вновь возобновили сотрудничество, чтобы представить миру новое оригинальное творение, произведённое с использованием алюминия из переработанных кофейных капсул. Незаменимый Fixpencil демонстрирует атласно-охристый цвет капсул Cape Town Envivo Lungo и оснащён графитовым грифелем, сделанным на 25 % из кофейной гущи. 100 % натуральные грифели также можно найти в эксклюзивном наборе из трёх графитовых карандашей, изготовленных из FSC-сертифицированного швейцарского дерева и украшенных металлическими капсулами трёх цветов: розового, зелёного и золотого. Выпуск-4 позволит людям, которые покупали предыдущие выпуски, расширить свою коллекцию Caran d'Ache + Nespresso.

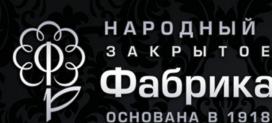
CONTIGO – СТИЛЬНЫЕ И ЭРГОНОМИЧНЫЕ АКСЕССУАРЫ ДЛЯ АКТИВНЫХ ЛЮДЕЙ

Молодой, но уже успевший положительно зарекомендовать свои товары на мировом рынке бельгийский производитель Contigo входит в состав холдинга Newell Brands наряду с известными во всём мире торговыми марками. Contigo выпускает оригинальные термокружки, термобутылки, спортивные бутылки и шейкеры для фитнеса и детские бутылочки. Первой разработкой, принёсшей компании популярность, стала технология автоматической блокировки AUTOSEAL®. Клапан пролива открывается посредством специальной кнопки, а вероятность пролива жидкости равна нулю. Ещё одной интересной разработкой стала AUTOSPOUT® - она применяется в спортивных бутылках и термокружках, представляет собой «всплывающий носик», который легко извлечь или спрятать лёгким нажатием на крышку. SNAPSEAL™ технология, которая позволяет открывать/закрывать кружку одним нажатием пальца, это особый вид затвора, обеспечивающий стопроцентную защиту от проливания и полную герметичность.

СТИЛЬНЫЕ AKCECCYAPЫ MODUS SPECIAL ОТ ИТАЛЬЯНСКОГО БРЕНДА PIQUADRO

Коллекция Modus Special отличается своим современным стилем, изысканностью цветовых решений и деталей. Аксессуары имеют элегантную матовую чёрную отделку. Эксклюзивная графическая подкладка Piquadro, съёмный брелок контрастного тона и продуманная функциональность делают изделия этой коллекции незаменимыми спутниками стильного делового человека. •

Официальный дистрибьютор Компания «MERLION» www.merlion.ru



ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПРОМЫСЕЛ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

«Ростовская Финифть»

Ulupokuŭ boισορ nogapornoŭ npogykuuu

по слугаю юбилейных дат и

npazgnukob npugëmen no gyuve kak

индивидуальным, так и



Более 20 лет наша компания производит и поставляет детские новогодние подарки по всей стране. Подарки, выпускаемые под нашим брендом, отличает яркая упаковка, красочные дизайны, интересные вложения и отличные составы конфет.

Каждый подарок создан благодаря работе профессионалов, которые из года в год работают над созданием первоклассного образа традиционного новогоднего подарка.

Эксклюзивное качество подарков по достоинству оценили многие наши постоянные клиенты.

Мы рады представить Вашему вниманию коллекцию новогодних подарков 2022 года

МОСКОВСКИЙ ДОМ ПОДАРКОВ



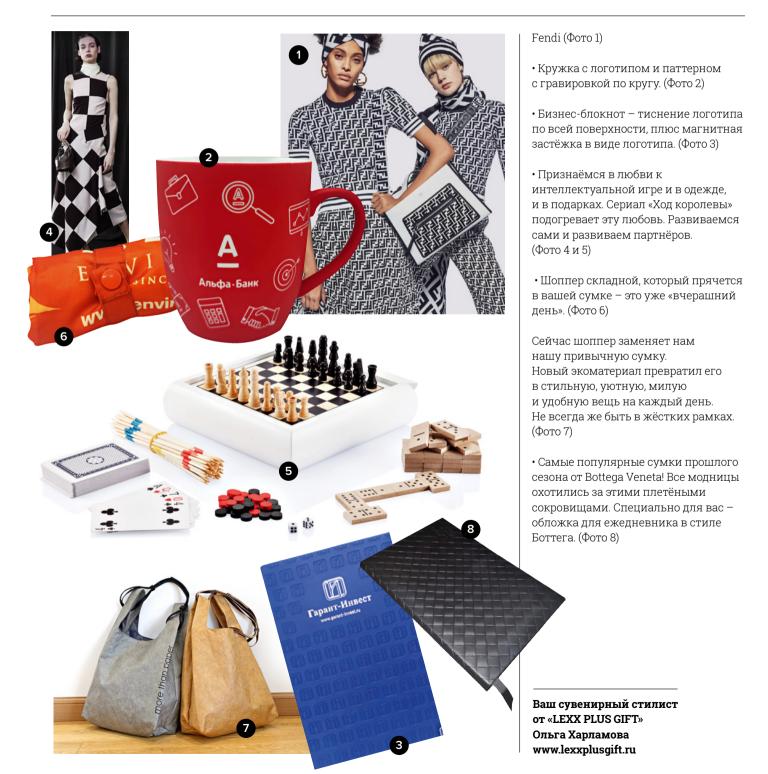


mospresents.ru



Логомания – главный тренд для индустрии подарков

МОНОГРАММЫ СЕЙЧАС НАПОМИНАЮТ ЗАТЕЙЛИВЫЕ ПРИНТЫ ИЗ СПЛЕТЁННЫХ ЛОГОТИПОВ. ЛЮБОЙ ПОДАРОК, УСЫПАННЫЙ МИНИ-ЛОГОТИПАМИ – ЭТО МОДНО. ЗАДАЁМ СТИЛЬ В СУВЕНИРАХ!





ФАБРИКА КАРТОННОЙ УПАКОВКИ «КОНФЕТА» ОСНОВАНА В 1998 Г. В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И СПЕЦИАЛИЗИРУЕТСЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕ УПАКОВКИ КАК ИНДИВИДУАЛЬНОЙ С «НУЛЯ» И «ПОД КЛЮЧ», ТАК И ТИРАЖНОЙ – ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ, ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ И ПРИБОРОВ.

паковка является носителем фирменного стиля компаний, позволяет запомнить символику бренда и наладить коммуникацию с потребителем. Вы хотите, чтобы она была максимально экономичной, красивой, экологичной, практичной, и не знаете, как совместить всё это? Мы вам поможем, так как трудимся над этой задачей уже 21 год.

Демонстрационное пространство фабрики даёт возможность почерпнуть идеи для создания своей собственной упаковки через представленные образцы, а уютный офис и благожелательная атмосфера — обсудить все поставленные задачи и найти оптимальное решение.

С чего начать? С образца, с тиража от одного изделия!

- Разработка дизайна начинается с создания конструкции с максимально точным и удобным вложением для подарка, поэтому пуск продукции в тираж предваряется изготовлением макета для согласования дальнейшей работы.
- Персонализация предлагает различные методы: оклейка бумагой с офсетной или цифровой печатью, тиснение фольгой, шелкографию, трафаретную печать и др. Матовая или глянцевая ламинация увеличит срок эксплуатации изделия, сохранив его цвет и форму.

- **Ложемент конструкции** изготавливается на основе пенополиэтилена или картона. Варианты обработки с внешней стороны: ткань, бархат, флок, дизайнерский картон.
- **Аксессуары**: декорирование лентами, наклейками, стикерами. Устанавливаем люверсы, металлические уголки, кольцевые механизмы.
- Склад: всегда есть выбор готовых коробок, пакетов разного размера и цвета из дизайнерских бумаг.

Опытные и квалифицированные мастера обеспечат качественное изготовление носителя вашего стиля и бренда. Мы приложим все свои знания и навыки, чтобы вы получили красивую упаковку: коробку, пакет, папку, конверт, брендированную ленту, бумагу с печатью и с достойным ложементом. •



ПК «КонФета», Санкт-Петербург





DREADENIM

Деним универсальная и прочная ткань, которая смотрится стильно и всегда в тренде. Мы дали второй шанс любимым сувенирам, перешив их из джинсы. Свитшоты и сумки, упаковка для бутылок, наволочки на подушки, салфетки, фартуки. Мы шьем джинсу!

Компания DreamDenim готова воплотить ваши идеи сувенирной продукции в джинсовой ткани.

Будьте в тренде! Дарите Denim







https://vk.com/dream_denim dreamdenim@mail.ru +7 910 412-5570

«Дубовая палитра веков» – тот самый случай, когда отклик и результат удивили самих разработчиков!

В ЭТОЙ СТАТЬЕ Я ХОЧУ ПОДЕЛИТЬСЯ НЕКОТОРЫМИ ВОПРОСАМИ РАЗВИТИЯ ТЕМЫ, НАЧАТОЙ В МОИХ ПУБЛИКАЦИЯХ 2019–20 ГГ., В ЖУРНАЛЕ «ЛИДЕР» №№ 49 И 50. А ИМЕННО – ТЕМЫ СУБФОССИЛЬНОЙ ДРЕВЕСИНЫ ДУБА (МОРЁНОГО ДУБА) И СОЗДАНИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ЛИНЕЙКИ ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ. ПО ОБЪЁМУ ПРОДЕЛАННОЙ НАМИ РАБОТЫ, ПОТРАЧЕННОГО ВРЕМЕНИ И СИЛ МНЕ ТРУДНО ЭТО ДАЖЕ СОПОСТАВИТЬ С ЧЕМ-НИБУДЬ ЕЩЁ ИЗ МОЕЙ МНОГОЛЕТНЕЙ ПРАКТИКИ.

озаика и калейдоскоп метеоритов времени, казалось бы - совсем-совсем просто. Но, как выяснилось на деле, чисто технически собрать в один объект кусочки различных деревьев разного цвета и возраста минерализации это далеко ещё не победа. А каким образом сформировать в сознании людей представление о неразрывной цепи исторических эпох, где отдельные фрагменты древесины - это современники исторических событий и полноценные артефакты времени? В конкретных изделиях все части морёного дуба воспринимаются как конструктивные элементы, и зритель видит вначале просто цветовое исполнение того или иного изделия.

Пришлось объяснять смысл и суть происходящего, и, как это ни странно, в первую очередь самим себе. Для этого мы приняли решение сделать собственную художественную экспозицию на базе авторских работ и расширенной коллекции модельно-опытных образцов.

В течение года сделали, экспозиция готова, и снова получили не совсем законченный результат. И вот тогда, как знак высшей степени уважения к уникальности материала, решили выполнить индивидуальную паспортизацию изделий. В нашем

паспорте содержится информация об уникальном ископаемом материале, субфоссильной древесине дуба, об экспертной оценке соответствия использованного материала, о концептуальности и коллекционной принадлежности изделия и, безусловно, об индивидуальных особенностях и характеристиках конкретно каждого изделия. И затем мы, уже в полном информационном объёме, предъявили образцы изделий на суд зрителя.

Вначале возникла пауза осмысления. Потом неожиданный для нас эффект полного восторга и всестороннего обсуждения нашего взгляда на материал, то есть того самого смысла радуги эпох и калейдоскопа времени. Телевидение, бизнесмены, представители власти разного уровня, искусствоведы, туристы и просто любознательные люди — гости: «Пожалуйста, расскажите!» «Пожалуйста, покажите!» «А можно ли себе приобрести?» Словом, бесконечный поток людей и событий, в котором директор предприятия зачастую находился в роли экскурсовода.

Все заговорили об исключительной уникальности морёного дуба и о природном богатстве Республики Мордовия. Мы реально осознали себя полноценными участниками возрождения забытого промысла, своего рода преемниками Саранской респуб-

ликанской конторы по добыче морёного дуба. А это уже совсем иная ноша, отличная от изготовления изделий, и на этом новом для нас пути остро встала необходимость ему соответствовать.

Отсюда родилась серия определённых инициатив, более глубоких и значимых, чем создание линейки презентационной продукции:

- в Научно-исследовательском институте гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия инициировали исторические изыскания о Саранской республиканской конторе по добыче морёного дуба. И уже в сентябре текущего года мы сможем прочитать об этом в научно-публицистическом журнале «Центр и периферия».
- На уровне главы Республики Мордовия инициировали НИОКР опытной партии ископаемой субфоссильной древесины дуба из реки Мокша.
- На уровне министра промышленности, науки и новых технологий Республики Мордовия инициировали запрос в Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) об утверждении изменения 52/2021 ОКПД 2 к общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008).
- Под эгидой Российской академии наук приняли участие в создании об-









щероссийской библиотеки образцов субфоссильной древесины.

- Совместно с ООО «Дом морёного дуба» анализируем и расширяем теорию и практику, направленную на создание комплексного предприятия по добыче и обработке субфоссильной древесины дуба.
- Приняли решение совместно с ООО «Дом морёного дуба» создать (собрать в единый каталог) объединённую коллекцию предметов декоративно-прикладного искусства, изготовленных исключительно из субфоссильной древесины дуба. Количественный объём коллекции будет насчитывать более 100 предметов, и позиционироваться она будет как первая и на сегодняшний день пока единственная коллекция в России, а возможно и единственная в мире.

И это далеко не полный перечень позиций дальнейшего развития темы «Дубовая палитра веков». С уверенностью можно сказать, что в начале всех разработок мы никак не предполагали необходимости такой степени погружения. Но в результате доказательно и смело утверждаем, что на сегодня компания «Ростр» стала единственным предприятием в России, промышленно работающим с данным уникальным ископаемым материалом. Мы всесторонне понимаем его природную неординарную сущность и, как следствие, смогли преодолеть барьер крайне низкой технологичности сырья.

Отдельно хочу публично высказать слова благодарности в адрес ООО «Дом морёного дуба» за совместно проделанную работу. Благодарю их за понимание неоднозначности предмета труда, за их подсказки определённых технических решений, а главное за их пассионарность в направлении создания новой отрасли российской промышленности. Такой как добыча и обработка субфоссильной древесины дуба, частью которой мы теперь полноценно являемся.



Николай Алексеевич Козин, директор ООО «Ростр», Саранск; статья подготовлена специально для журнала «Лидер» www.pостр.рф

Саранская республиканская контора закрыта в 1952 году, т. к. процесс добычи и обработки морёного дуба был признан нерентабельным

Саранская республиканская контора закрыта в 1921 году, т. к. процесс досьги и образотим морелого дуба обл1 призная нерегаючельной.
Журнал основан в 2003 г. по решению учёного совета НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия как научно-публицистический альманах.
Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.
При добыче древесины морёного дуба в 1947 г. выход пригодного для последующей обработки материала составлял 27–28 %. ООО «Ростр» за счёт технических решений (3 патента на изобретение и полезную модель) довела выход до 68–70 %!



КЛАССИФИКАТОР бизнес-сувенирной продукции и рекламных услуг



OR-код (от англ. quick response – быстрый отклик) – разработан и представлен японской компанией «Denso-Wave» в 1994 году. В отличие от старого штрихкода, который сканируют тонким лучом, QR-код определяется сенсором или камерой смартфона как двумерное изображение.

ЭТО ОТРАСЛЕВАЯ ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА МАПП, КОТОРАЯ ХОРОШО ВСЕМ ИЗВЕСТНА. ТЕПЕРЬ КЛАССИФИКАТОР СТАЛ ЕЩЕ УДОБНЕЕ! ЛЕГКОЕ РАСПОЗНАВАНИЕ ПРИ ПОМОЩИ OR-КОДА – ЭТО СЕКУНДНЫЙ ПЕРЕХОД НА САЙТ ПОСТАВЩИКОВ И ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ. КОМПАНИИ, УЧАСТВУЮЩИЕ В КЛАССИФИКАТОРЕ МАПП, ЯВЛЯЮТСЯ УЧАСТНИКАМИ МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ИЛИ НАШИМИ ПОСТОЯННЫМИ ПАРТНЕРАМИ.

WWW.IAPP.RU

















АВТОСУВЕНИРЫ /AVTOSUVENIRY/

mos	www.all4promo.ru
sam	www.rgsuvenir.ru
mos	www.usb2b.ru

АКСЕССУАРЫ ДЛЯ **МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ** /MOBILE PHONE ACCESSORIES/

mos	www.effectpress.ru
mos	www.all4promo.ru

АНТИСТРЕССЫ

www.lexxplusgift.ru

••••• /BADGE/

www.unistorus.ru

БЕЙСБОЛКИ

/BASEBALL CAPS/

mos	www.aero-pak.ru
mos	www.best-uniform.ru
mos	www.eurotex.me
mos	www.starkcotton.ru
smr	www.rgsuvenir.ru

БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ. **ОРИГИНАЛЬНЫЕ**

/ORIGINAL BUSINESS-SOUVENIBS/

mos	www.bluntumbrellas.ru
mos	www.gotovim-vodu.ru
petr	www.karelmaster.ru
mos	www.lexxplusgift.ru
spb	www.mojito-spb.ru
smr	www.rgsuvenir.ru
spb	www.imagicway.ru
mos	www.effectpress.ru

БЛОКНОТЫ /BLOCK-NOTES/

www.meza.r	S	mos
www.norgispress.r	S	mos

БРЕЛОКИ

/KEY-HOLDERS/

mos	www.aero-pak.ru
smr	www.rgsuvenir.ru
• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	

визитницы

/VISITING CARD FOLDERS/

mos	www.aero-pak.ru
smr	www.rgsuvenir.ru
rost	www.finift-nhp.ru
petr	www.karelmaster.ru
mos	www.meza.ru
mos	www.norgispress.ru
spb	www.russam.ru

ВИННЫЕ И КУРИТЕЛЬНЫЕ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

/WINE AND SMOKING ACCESSORIES/

www.all4promo.ru mos sar www.pocтp.pф

ГАДЖЕТЫ

/GADGETS/

www.usb2b.ru

ЕЖЕДНЕВНИКИ

/DIARIES/

/DIMITIEO/	
mos	www.aero-pak.ru
mos	www.all4promo.ru
rost	www.finift-nhp.ru
mos	www.lexxplusgift.ru
smr	www.rgsuvenir.ru
mos	www.usb2b.ru
mos	www.effectpress.ru
mos	www.meza.ru
mos	www.norgispress.ru

..........

ЗНАЧКИ

/PINS/

mos www.effectpress.ru spb www.russam.ru

зонты

/UMBRELLAS/

mos www.aero-pak.ru www.bluntumbrellas.ru www.lexxplusgift.ru

ИГРЫ НАСТОЛЬНЫЕ

/BOARD GAMES/

www.karelmaster.ru

КАЛЕНДАРИ НАСТЕННЫЕ

/WALL CALENDARS/

www.mojito-spb.ru

КАЛЕНДАРИ НАСТОЛЬНЫЕ

/DESKTOP CALENDARS/

petr www.karelmaster.ru

КАНЦЕЛЯРИЯ ДЛЯ ОФИСА

/OFFICE TOOLS/

www.rasuvenir.ru

КАРАНЛАШИ

/PENCILS/

mos www.usb2b.ru

КНИЖКИ ЗАПИСНЫЕ

/NOTEBOOKS/

mos www.norgispress.ru

коврики ппа КОМПЬЮТЕРНЫХ «»МЫШЕК»

/MOUSE PADS MANUFACTURING/

www.usb2b.ru

КОЖГАЛАНТЕРЕЯ

/LEATHER PRODUCTS/

www.best-uniform.ru www.meza.ru

кружки

/MUGS/

www.all4promo.ru mos www.lexxplusgift.ru

/TROPHIES/

spb www.artsteklov.ru sar www.pocтp.pф

КУРТКИ, ВЕТРОВКИ

/JACKETS, WIND-BREAKERS/

www.eurotex.me

МЕДАЛИ

/MEDALS/

rost www.finift-nhp.ru spb www.russam.ru

МАГНИТЫ СУВЕНИРНЫЕ

/MAGNETS/

mos www.aero-pak.ru sar www.pocтp.pф

НАГРАДЫ, МЕДАЛИ

/AWARDS,MEDALS/

zlat www.art-grani.ru smr www.rasuvenir.ru das www.artsteklov.ru sar www.pocтp.pф •••••

новогодние сувениры

/CHRISTMAS SOUVENIRS/

das www.artsteklov.ru mos www.best-uniform.ru mos www.bluntumbrellas.ru rost www.finift-nhp.ru mos www.mospresents.ru spb www.mojito-spb.ru www.lexxplusgift.ru mos samr www.rgsuvenir.ru das www.russam.ru www.pocтp.pф sar www.imagicway.ru mos www.effectpress.ru

........... ОДЕЖДА ДЛЯ ПРОМОАКЦИЙ

/PROMO-TEXTILES/

www.best-uniform.ru mos www.eurotex.me www.starkcotton.ru mos

открытки

/POSTCARDS/

spb www.imagicwav.ru spb www.mojito-spb.ru mos www.unita-cards.ru

ПАКЕТЫ БУМАЖНЫЕ

/LAMINATED PAPER BAGS/

www.aero-pak.ru mos www.effectpress.ru mos www.pakety-logotip.ru mos mos www.zomer.ru

ПАКЕТЫ ПП. ПЭ

/PLASTIC BAGS/

mos www.aero-pak.ru mos www.effectpress.ru mos www.pakety-logotip.ru mos www.zomer.ru

ПАПКИ

/DOCUMENT FOLDERS/

mos www.aero-pak.ru mos www.meza.ru www.pakety-logotip.ru mos www.zomer.ru mos www.norgispress.ru

ПЛАНИНГИ

/DESKTOP CALENDARS/

mos www.meza.ru www.finift-nhp.ru mos mos www.norgispress.ru •••••

пледы

/PLAIDS/

www.all4promo.ru mos •••••

подарки,

ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ

/GIFTS

WHOLESALE DELIVERIES/

mos www.gotovim-vodu.ru das www.artsteklov.ru mos www.bluntumbrellas.ru www.finift-nhn.ru rost mos www.lexxplusgift.ru petr www.karelmaster.ru spb www.mojito-spb.ru spb www.imagicway.ru



СУВЕНИРНАЯ **ПРОДУКЦИЯ** ОПТОМ













производство ежедневников ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ МАКЕТАМ E-mail: info@norgis.ru













Новогодние сувениры www.mospresents.ru +7 (495) 780-27-26











Корпоративные новогодние открытки Приглашения на юбилей



MOCKBA: +7 (495) 663-71-88;+7 (495) 697-09-55







ПАКЕТЫ БИОРАЗЛАГАЕМЫЕ ОТ 100 ШТ.

www.pakety-logotip.ru + 7 (495) 913-63-93

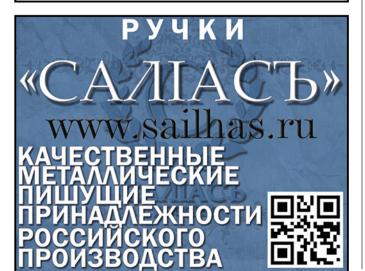




ALL4 PROMO.RU



www.all4promo.ru +7 (495)225-99-53



КЛАССИФИКАТОР МАПП



ПОДАРКИ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ /GIFTS, RETAIL TRADE/

spb www.artsteklov.ru mos www.bluntumbrellas.ru petr www.finift-nhp.ru chist www.karelmaster.ru

...........

ПОДСТАВКИ ДЛЯ ПИСМЕННЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ /PEN HOLDERS/

petr www.karelmaster.ru

TOPTMOHE /WALLETS/

mos www.meza.ru

портфели

из кожзаменителя

/SYNTHETIC MATERIAL BRIEF CASES/

mos www.lexxplusgift.ru mos www.usb2b.ru

портфели из кожи

/LEATHER BRIEF CASES/

spb www.artsteklov.ru

ПОСУДА /ТАВІ БМІАВІ

/TABLEWARE/

mos www.all4promo.ru rost www.finift-nhp.ru spb www.russam.ru

РУБАШКИ-ПОЛО

/POOLO-SHIRTS/

mos www.eurotex.me mos www.starkcotton.ru

РУЧКИ ШАРИКОВЫЕ

/BALL-POINT PENS/

mos www.aero-pak.ru
mos www.all4promo.ru
mos www.premec-russia.ru
mos www.usb2b.ru
spb www.carelia-pen.com
spb www.sailhas.ru
sam www.rgsuvenii.ru
mos www.pakety-logotip.ru

..........

РУЧКИ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ

/EXCLUSIVE PENS/

spb www.carelia-pen.com spb www.sailhas.ru

РЮКЗАКИ

/RUCKSACKS/

mos www.usb2b.ru

СКАТЕРТИ

/TABLECLOTHS/

mos www.best-uniform.ru

СЛАДКИЕ ПОДАРКИ

/SWEETS/

mos www.mospresents.ru

СУВЕНИРЫ ИЗ ДЕРЕВА

/SOUVENIRS FROM WOOD/

petr www.karelmaster.ru spb www.mojito-spb.ru

СУВЕНИРЫ ИЗ СТЕКЛА

/SOUVENIRS FROM GLASS/

mos www.gotovim-vodu.ru mos www.artsteklov.ru

сумки из кожи

/LEATHER BAGS/

mos www.aero-pak.ru mos www.pakety-logotip.ru

СУМКИ ИЗ ТЕКСТИЛЯ

/TEXTILE BAGS/

mos www.aero-pak.ru mos www.eurotex.me mos www.best-uniform.ru mos www.pakety-logotip.ru mos www.usb2b.ru

ТЕРМОСЫ

/THERMOSES/

mos www.all4promo.ru

толстовки

/SWEATSHIRTS/

mos www.starkcotton.ru

УПАКОВКА ПОДАРОЧНАЯ И АТРИБУТЫ К НЕЙ

/GIFT'S BOXES/

sar www.poctp.pф mos www.usb2b.ru

ФОТОРАМКИ

/PHOTO FRAMES/

spb www.russam.ru mos www.usb2b.ru

ФУТБОЛКИ

/T-SHIRTS/

mos www.aero-pak.ru
mos www.eurotex.me
mos www.pakety-logotip.ru
mos www.starkcotton.ru
mos www.effectpress.ru

ШАРФЫ, ГАЛСТУКИ, ПЛАТКИ

/TIES AND SCARFS/

mos www.best-uniform.ru

ювелирные изделия

/JEWELRY/

rost www.finift-nhp.ru spb www.russam.ru

USB- АКСЕССУАРЫ

/USB-ACCESSORIES/

mos www.3venta.ru
mos www.lexxplusgift.ru
spb www.mojito-spb.ru
smr www.rgsuvenir.ru
mos www.usb2b.ru
mos www.effectpress.ru

VIP-ПОДАРКИ

/VIP GIFTS/

spb	www.artsteklov.ru
mos	www.bluntumbrellas.ru
mos	www.all4promo.ru
mos	www.lexxplusgift.ru
spb	www.mojito-spb.ru
sar	www.pocтp.pф
spb	www.russam.ru
mos	www.effectpress.ru
rost	www.finift-nhp.ru

РЕКЛАМНЫЕ УСЛУГИ

вышивка на изделиях /EMBROIDERY/

www.starkcotton.ru mos www.vyshivka-moskva.ru mos

ГРАВИРОВКА ЛАЗЕРНАЯ /LASER ENGRAVING/

www.aero-pak.ru www.pakety-logotip.ru mos

ГРАВИРОВКА **МЕХАНИЧЕСКАЯ** /ENGRAVING/

www.aero-pak.ru

ДИЗАЙН /DESIGN/

www.mojito-spb.ru •••••

коробки подарочные (ПРОИЗВОДСТВО от одной штуки) /GIFT BOX PRODUCING/

www.mojito-spb.ru •••••

наклейки методом **ШЕЛКОГРАФИИ** /SILKSCREEN STICKERS/

mos www.zomer.ru •••••

ОБСЛУЖИВАНИЕ ТОРГОВОЙ **МАРКИ ЗАКАЗЧИКА** /SERVICE BRAND CUSTOMER/

www.artsteklov.ru •••••

РУЧНЫЕ РАБОТЫ /HANDWORKS/

snh www.artsteklov.ru petr www.karelmaster.ru spb www.mojito-spb.ru

СЛЕПОЕ ТИСНЕНИЕ, KOHLDEBHUE

/BLIND EMBOSSING, RELIEF/

www.aero-pak.ru mos www.pakety-logotip.ru

ТАМПОПЕЧАТЬ /PAD PRINTING/

www.usb2b.ru

тиснение фольгой /FOIL STAMPING/

www.aero-pak.ru www.pakety-logotip.ru

ТРИКОТАЖ, ПРОИЗВОДСТВО /TEXTILE INDUSTRY/

www.best-uniform.ru www.eurotex.me

ШЕЛКОГРАФИЯ /SERIGRAPHY/

mos www.aero-pak.ru mos www.pakety-logotip.ru



mos – Москва, Россия/ Moscow, Russia

spb – Санкт-Петербург, Россия/

S-Petersburg, Russia vps – Верхняя Пышма, Россия/ Verhnyaya Pushma, Russia

csp – Чистополь, Россия/ Chistopol, Russia

srk – Саранск, Россия/Saransk, Russia

vus – Великий Устюг, Россия/ Veliky Ustyug, Russia

rst – Ростов-на-Дону, Россия/ Rostov-na-Donu, Russia

zis – Златоуст, Россия/ Zlatoust, Russia

tula – Тула, Россия/ Tula, Russia plv - Павлово, Россия/ Plvlovo,

prm – Пермь, Россия/ Perm, Russia sam – Самара, Россия/ Samara, Russia



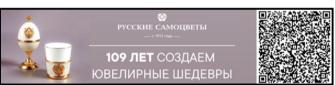






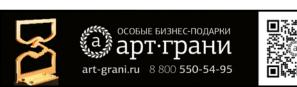


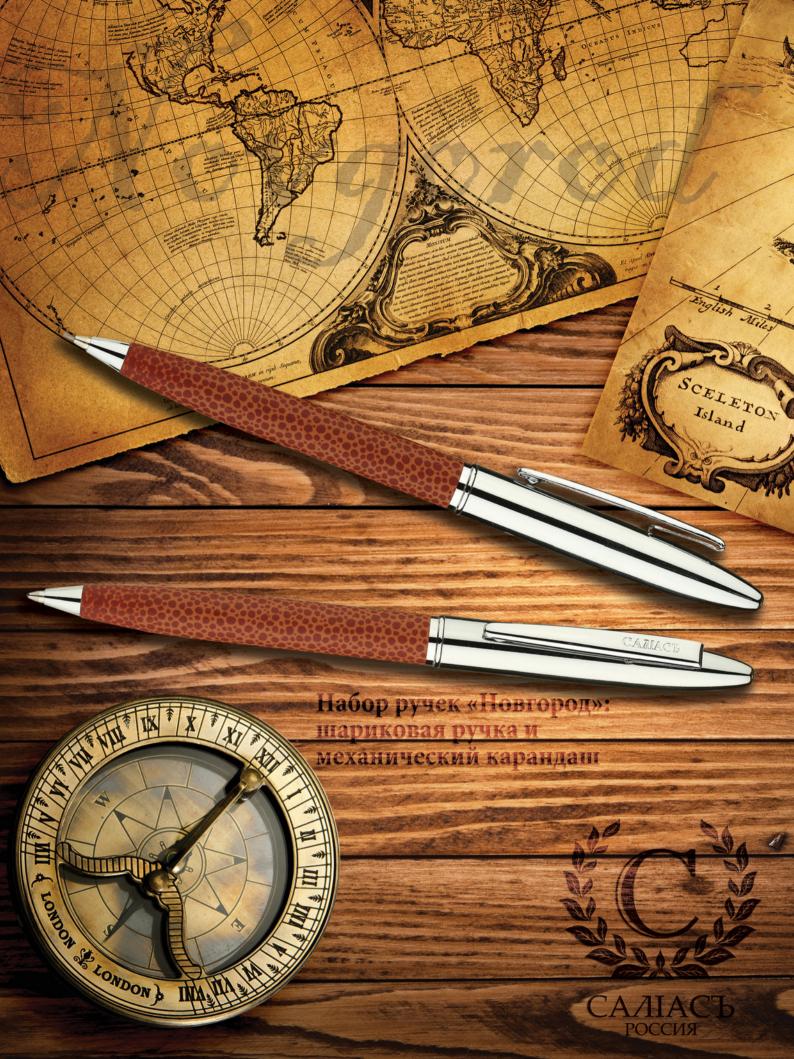














Сувенирная КУХНЯ





Маленькие мечты – большие результаты!

Каждая маленькая девочка мечтает стать отличной хозяйкой! У многих из нас в детстве была игрушечная кухня, на которой мы готовили званые вечера для гостей, угощали импровизированными обедами своих домочадцев и радовались нашим «маленьким» достижениям. И как приятно, когда наши детские мечты воплощаются в реальность.

Буквально на днях в своей реальности оказалась и я, когда моя маленькая дочка незаметно для меня выросла и смогла приготовить для меня сюрприз, который я увидела за завтраком. Это был её первый самостоятельный кулинарный опыт. Очень вкусный опыт под названием «Каприз для мамы».

Войдя в кухню, я увидела на столе торт. Аккуратно выложенный слой за слоем, с ароматной начинкой и источающий поразительно манящий аромат. Я была просто поражена вкусом, именно поэтому хочу поделиться с вами рецептом, который «по секрету» мне достался от моей маленькой хозяйки.

Ароматный и сытный пирог из кабачков — настоящая палочка-выручалочка для каждой из нас. Его можно съесть на завтрак, обед или ужин, подать гостям, взять с собой на работу в качестве перекуса или на пикник. Мало того, пирог с кабачком легко и недорого приготовить в любое время года! Убедитесь в этом сами.

НАМ ПОТРЕБУЕТСЯ:

- кабачок:
- 3 куриных яйца;
- мука;
- специи по вкусу;
- майонез;
- чеснок;
- помидор;
- сыр твёрдых сортов;
- зелень.

Кабачки промыть, очистить от шкурки. Если для приготовления используются молоденькие овощи, то чистить их нет необходимости. Натереть на крупной тёрке в отдельную миску. Слегка отжать их от жидкости. Кусочек твёрдого сыра также потереть. Зелень измельчить. Помидор вымыть и порезать тонкими колечками.

Готовим тесто для быстрого пирога с начинкой из кабачков. В широкой ёмкости смешать яйца с кабачками. Посолить и перемешать до однородного состояния. Добавить мелко порезанную зелень и размешать. Просеять муку и добавить кабачковой массе постепенно. Хорошо размешать полученную массу. Можно добавить чайную ложку разрыхлителя или гашёной соды. Тогда кабачковый пирог получится пышным. Подготовить форму для выпечки. Застелить дно пекарской бумагой, посыпать панировочными сухарями. Если нет сухариков, можно слегка присыпать мукой или манкой. Выпить в форму тесто с кабачками. Сверху выложить колечки помидоров и посыпать тёртым сыром.

Поставить в предварительно разогретую до 190 градусов духовку. Выпекать заливной пирог с кабачками и сыром 30 минут. Выключить духовку и оставить выпечку ещё на 15 минут подходить. Подавать на стол в тёплом виде.

Приятного аппетита!!!! Творите и создавайте!!!

ЕКАТЕРИНА ЛОГИНОВА, ВЕДУЩИЙ СПЕЦИАЛИСТ КОМПАНИИ РПК «ПИ-АЙ-ВИ», МОСКВА WWW.P-I-V.RU







Быстрый салатик с руколой и креветками

Бежим, спешим, торопимся... Перекусываем на ходу — на завтрак бутерброд, яичница, сосиска. На обед — быстрый бизнес-ланч или Милти-Шмилти:). На ужин уже можно позволить себе чего-нибудь изысканного, но уже ночь, и нужно снова что-то на скорую руку. Вот и приходит на помощь быстрый и довольно лёгкий рецепт салатика с руколой и креветками «Parm&Prawn». Время приготовления 30 минут. Калорийность неизвестна. Вкус — на «отлично».

ингредиенты:

- рукола, упаковка;
- шампиньоны 200 г;
- креветки королевские без головы 200 г;
- сыр пармезан (можно местный) 50 г;
- помидоры черри 100 г;
- кедровые орешки 1 ст. ложка с горкой;
- масло оливковое 3 ст. ложки;
- соус соевый 2 ст. ложки;
- перец чёрный (из мельницы или ступки).

Итак, поехали: шинкуем шампиньоны — обжариваем, чистим креветки — обжариваем, нарезаем помидоры. Смешиваем в пропорции 3/2 оливковое масло и соевый соус. Соединяем шампиньоны, креветки, помидоры, руколу, добавляем соус — аккуратно перемешиваем, нарезаем пармезан

тонкими прозрачными помтиками (можно потереть на крупной тёрке), добавляем к салату. Посыпаем кедровыми орешками...

Приятного аппетита!

MAKCUM ГАГАРКИН, ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ «PROMOLINE GROUP» (БРЕНДЫ I'MLEATHER, GOLDENSTICKER, PRODAY), MOCKBA WWW.PROMOLINE.RU



инетолько ия мюдей со вкусом!



БОЛЕЕ

100 ВАРИАНТОВ

ВКУСНЫХ ПОДАРКОВ

- ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ
- 🖊 НА ЛЮБОЙ БЮДЖЕТ
- С БРЕНДИРОВАНИЕМ
- под ключ



СКАЧАТЬ КАТАЛОГ

PERONIHONEY.RU +7 (495) 133-87-03



МЁД-СУФЛЕ:



ОРИГИНАЛЬНЫЙ ПОДАРОК НА ЛЮБОЙ ПРАЗДНИК МУЖЧИНЕ ИЛИ ЖЕНЩИНЕ



ЛУЧШЕЕ КАЧЕСТВО С 2013 Г. ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ МЁДА-СУФЛЕ BO BCEM MUPE!



100% НАТУРАЛЬНЫЙ, ПОЛЕЗНЫЙ СОСТАВ



ПОСТАВЛЯЕТСЯ **НА ЭКСПОРТ В 20 СТРАН** УЖЕ 5 ЛЕТ



УНИКАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ **МЁД НЕ НАГРЕВАЕТСЯ -**

ВСЯ ПОЛЬЗА ОСТАЕТСЯ!



БРЕНДИРОВАНИЕ БЕСПЛАТНО

ПО КОДОВОМУ СЛОВУ "ЛИДЕР



ДОМ И ОФИС





ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ ОТРАСЛИ

РОССИЙСКИЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ФОРУМ

СТАНЬ ЭКСПОНЕНТОМ КРУПНЕЙШЕГО КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОГО **МЕРОПРИЯТИЯ ВЕСНЫ 2022!**

«Российский Канцелярский Форум» (РКФ) - международная выставка для профессионалов индустрии школьных и офисных товаров, материалов для художников, сувенирно-подарочной и новогодней продукции, расходных материалов для офисной техники, продукции для хобби и творчества, материалов для обучения и оборудования для дошкольных и учебных заведений.



Международный выставочный центр

Павильон №2, зал №7

ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ НА **УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ** ВЫ МОЖЕТЕ НА САЙТЕ KANCFORUM.RU





ПОСЕТИТЕЛИ: СОТРУДНИКИ И ВЛАДЕЛЬЦЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ. ОЖИДАЕМОЕ ЧИСЛО ПОСЕТИТЕЛЕЙ - 10 000.



ЭКСПОНЕНТЫ: БОЛЕЕ 100 КОМПАНИЙ-ЛИДЕРОВ ОТРАСЛИ ШКОЛЬНЫХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ, ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ХОББИ И ТВОРЧЕСТВА, СУВЕНИРНОЙ И ПОДАРОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ИГР И ИГРУШЕК.

Наши двери открыты для всех компаний, которые стремятся достичь новых высот в развитии бизнеса! Всю детальную информацию о стоимости и условиях участия уточняйте у организаторов:

ООО «ОБЪЕДИНЁННАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ»

Грибанов Дмитрий (Генеральный директор) тел.+7 (910) 242-28-92

e-mail: d.gribanov@kancforum.ru

Долгов Дмитрий

(Зам. генерального директора) тел.+7 (964) 776-44-98

e-mail: d.dolgov@kancforum.ru

Алешкин Михаил

(Менеджер выставочного проекта) тел.+7 (916) 189-41-29

e-mail: m.aleshkin@kancforum.ru

Отраслевые выставки Подробности на www.iapp.ru в разделе «Выставки»

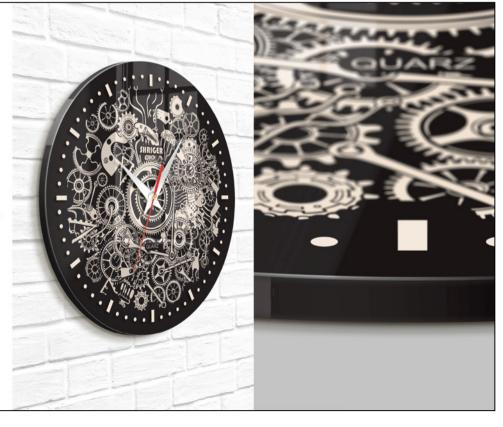
IPSA&PSI Russia	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	07-09.09.2021	www.ipsa.ru
RemaDays Kyiv	Киев, МВЦ ІЕС- ЕХРО	07-09.09.2021	www.remadays.com.ua
Promogift и Digicom	Мадрид, Feria de Madrid	14-16.09.2021	www.ifema.es
Christmas Box. Podarki	Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	14-16.09.2021	www.christmasbox.ru
Осенняя КанцФеренция	Москва, отель «Marriott	18-20.09.2021	www.kanz.club
	Grand Moscow Hotel»		
Presentica	Москва, ВК «Гостиный Двор»	20-23.09.2021	www.presentica.net
Жар-Птица. Осень 2021	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	29.09-03.10.2021	www.nkhp.ru
Форум предпринимательства Сибири	Красноярск, МВДЦ «Сибирь»	14-16.10.2021	www.krasfair.ru
Форум «5рEXPO»	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	18-20.10.2021	www.5p-expo.ru
Реклама-2021	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	18-21.10.2021	www.reklama-expo.ru
Форум маркетинга и рекламы «Жираф» 2.0	Ростов-на-Дону,	28-29.10.2021	www.форум-маркетинга-юга.рф
	ДонЭкспоцентр		
O'ZBEKinPRINT – O'ZuPACK	Ташкент, УзЭкспоЦентр	16-18.11.2021	www.uzprint.uz
Ярмарка ремесел	Калинград,	18-20.11.2021	www.balticfair.com
	ВЦ «Балтик-Экспо»		
Ладья. Зимняя сказка – 2021	Москва, ЦВК «Экспоцентр»	15-19.12.2021	www.ladya-expo.ru
PSI Show 2022	Дюссельдорф,	11-13.01.2022	www.psi-messe.com
	Düsseldorf exhibition centre		
Скрепка Экспо	Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	02-04.02.2022	www.skrepkaexpo.ru
ProMediaTech	Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	03-04.02.2022	www.pmtf.ru
Невский Ларец	Санкт-Петербург, КВЦ	04-06.02.2022	www.larets.expoforum.ru
	«Экспофорум»		
Российский Канцелярский Форум	Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	01-03.03.2022	www.kancforum.ru
Central Asia Office 2022	Казахстан, Алматы,	29.05-01.06 2022	www.officexpo.kz
	ВЦ «Атакент»		
Central Asia Reklam 2022	Казахстан, Алматы,	31.05-02.06.2022	www.reklamexpo.kz
	ВЦ «Атакент»		



промостойка

Брендированные настенные часы для офиса, торговой точки, пункта выдачи или филиальной сети очень популярны как предмет интерьера, подчеркивающий статус и повышающий узнаваемость торговой марки. Практичная идея для эффектного корпоративного подарка. Диаметр часов 300 мм. Яркая цветопередача, качественные материалы основания, индивидуальный подход к разработке и воплощению макета.

ООО «ТЕХНОЛОГИИ ВИЗУАЛИЗАЦИИ УСПЕХА», Москва, Павелецкая набережная, дом 2, стр. 11 www.standline.ru, +74953693839







Реклама







Под патронатом













contigo[®]

