





# ОТЦЫ И ДЕТИ

Автор: Лео Костылев, президент МАПП



У Аркадия Аверченко есть рассказ «Вы наши отцы, мы ваши дети» о взаимоотношениях Германии и Турции в исторической перспективе. В зависимости от военных и экономических успехов, немцы с турками по очереди восклицают: «Вы наши отцы, мы ваши дети».

Глобальные игры в агрессивно-прикладную игру «господин/раб» наблюдались в истории и раньше. Полу-дикие германцы, усвоившие азы христианства, неистово громили просвещенный Восток тысячу лет назад. Во имя Христа горели университеты в Багдаде и Бухаре. Восток из центра культуры и наук превратился в дикий и пребывает в этом состоянии до сих пор, жестоко мстя за это христианскому миру терроризмом и интифадой. Что ж, мы сами этого хотели! Настроить человека на насилие весьма просто. Вопрос в том, как его потом остановить и возможно ли это в принципе. «Если ты убил одного немца, убей другого — нет для нас ничего веселее немецких трупов». Это не цитата из фильма про серийного убийцу, а Илья Эренбург, пострадавший больше от своих, чем от немцев, но так и не понявший, что никакому насилию нет оправдания. Насилие — всегда плохо, какими бы фразами оно не прикрывалось. «Употребление насилия несовместимо с любовью как с основным законом жизни», — пишет Лев Толстой, и это не просто мнение старика, но мировоззрение человека, прошедшего чеченскую войну, и хотя бы поэтому знающего цену своим словам. Адресатом этих слов был Махатма Ганди, автор концепции пассивного сопротивления, который в числе своих учителей называл именно Толстого.

Даже Леша Карамазов, доведенный полусумасшедшим братом до иступления, готов к насилию в ответ на зверство. Исследователи творчества Достоевского почти единогласно сходятся на мысли, что в своем последнем романе, Фёдор Михайлович в лице всех четверых братьев (Смердяков ведь тоже брат), изобразил себя. Как же бесконечно мучительно должен был жить он, раздираемый такими противоречиями. Конечно, судьба Достоевского столь же трагична, сколь и величественна: тюрьма, каторга, солдатчина, без пяти минут смертная казнь — вехи пути плоти. А другие — разума: эпилепсия, чувство вины за убийство отца, неудачи с женщинами, вечное безденежье и как следствие этого, вечная работа под заказ, не для творчества. Это ли не даёт ему сделать последний шаг прочь от насилия, и выдаёт последнюю индальгенцию на «отстрел извергов»? В любом случае, рано умерший Достоевский так и не вознесся душой к тем высотам, которых достиг, на двадцать лет дольше проживший, Толстой.

Банальным уже стало: насилие порождает лишь насилие. Примером тому палестинцы, празднующие убийство израильских детей. И дело здесь не в том, что одни евреи, а другие арабы, и даже не в том, что кидаться друг в друга камнями они начали уже более двух

тысяч лет назад. Человек, способный радоваться смерти ребёнка, достоин жалости и сожаления, ибо в этой радости он опускается ниже зверя.

Во всех странах существуют законы, запрещающие пропаганду насилия, но разве не являются государства первыми нарушителями этих законов? Разве не государства обучают своих детей стрелять во врага первым, чтобы остаться живым самому? И разве не государства должны отвечать за то, что наученные убивать, и убивавшие от его имени, и его, государства, врагов, продолжают делать это уже по собственной инициативе. Научить убивать легко, вопрос в том, как потом отучать. И снова Толстой: «И потому вся жизнь христианских народов есть сплошное противоречие между тем, что они исповедуют, и тем, на чем строят свою жизнь: противоречие между любовью, признанной законом жизни, и насилием, признаваемым даже необходимостью в разных видах, как власть правителей, суды и войска, признаваемым и восхваляемым». Даже то малое, что российское государство могло бы себе позволить, оно всячески тормозит. Президенты, один за другим, ныряют по церковным алтарям, но что думают они, крестясь и кланяясь на христианские иконы? Почему до сих пор не сделают, хотя бы, армию профессиональной? Малый шаг, но в правильном направлении. Почему и до сего дня мальчикам указывают, что служить в армии их долг и почётная обязанность? Вернуться оттуда с отбитыми яйцами, в лучшем случае, это и есть их долг Родине? Или научиться разделять людей на «наших» и «чужих» в целях убийства последних, это их почётная обязанность? Кому нужны такие мальчики? Ими легче управлять после такой прочистки мозгов? Воистину, только насилие рождается от насилия!

И вырастают эти мальчики в лысых и бородатых дядек, которые, разбрызгивая слюну по телестудиям, доказывают друг другу, что необходимо вернуть смертную казнь. А ведь мораторий на её отмену, шаг вперёд уже сделанный. И все их аргументы, принципиально сводятся к фразе: «А что, если это (убийство, изнасилование), не дай Бог, случится с вашими детьми». Да, страшно подумать! И ответ напрашивается сам, ангельски-карамазовский: «Убил бы гада!» Но то дело мы, несовершеннолетние, с наделёнными чувствами существа. А государство — дело иное. Государство должно быть милосердным, ибо для него — мы все одинаковы, убийцы и убиенные. Особенно, государство это, которое нас, мальчишек, обучало убивать. Убийцы были, есть и будут, и от наличия или отсутствия смертной казни за них, мало что изменится. И моратории принимаются не для них, а для нас с вами. Нужно больше думать не о тех, кто в силу каких-то причин, стал убийцей и насильником, а о большинстве нас, других, которые не убивают и не насилуют никого. И о нашем разуме, который сам по себе не переделается. Сначала нужно переделать мир вокруг себя. Вот так просто! ☒

## FATHERS AND SONS

The author of the article – the IAPP President Leo Kostylev, looks into the problem of violence and the significant part this deplorable phenomenon has played in the world history and still holds in modern society. The author subscribes to a couple of principal views: a statement made by Tolstoy claiming that “any employment of force is incompatible with love as the highest law of life” and a common truth that “violence generates violence”.

All the countries have laws prohibiting advocacy of violence. Yet, isn't it true that these are governments themselves, who are the first to break the laws? Training to kill is not difficult, the problem is how to train not to do it thereafter...



## ЛИДЕР **Z** бизнес-сувениры

- ОТ РЕДАКЦИИ**
- 2 Отцы и дети
- 3 **ВЫСИАВКИ**
- 5 **НОВОСТИ**
- ТОЧКА ЗРЕНИЯ**
- 8 Просто промоушн
- 11 Получить подарок и отдохнуть
- ГОВОРЯТ ПРОФЕССИОНАЛЫ**
- 12 В поисках оригинального подарка
- 13 Сувениры, как эффективный инструмент рекламы
- ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ**
- 14 Еще раз про... значки
- 15 Ваш зонт – это ваш имидж
- 16 Флеш для всех
- 17 Побег на волю
- 20 Природная красота Гжели
- 21 **ТЕКСТИЛЬ**
- 24 **КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ**



8



12

## ЛИДЕР **Z** офисная канцелярия

- 2 **НОВОСТИ**
- ОФИСНОЕ ПРОСТРАНСТВО**
- 4 Офис-джунгли
- ОФИСНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ**
- 6 Молния: главные канцелярские новинки
- ОФИСНАЯ ТЕХНИКА**
- 8 Когда в офисе жарко



14



17

### ЛИДЕР **Z** №7 июнь

Президент МАПП:  
**Лео Костылев**  
info@finndesign.ru  
Директор МАПП:  
**Александра Сойту**  
aleso@iapp.ru

Редактор журнала:  
**Александр Лёвкин**  
levkin@iapp.ru

Художественный редактор:  
**Алексей Чачин**  
chachin@mail.ru

Корректор:  
**Марина Краюхина**

Журналист:  
**Александр Косачев**

Сотрудники МАПП:  
**Алла Алейникова,**  
**Галина Дроздова,**  
**Татьяна Улисова,**  
**Валерия Сергеенко,**  
**Ольга Титанова**

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

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

Адрес редакции: 194044, Россия,  
С-Петербург, Беловодский пер., 7  
Тел. +7 (812) 313-69-01, 313-69-02  
e-mail: aleso@iapp.ru

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

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

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

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



**2008**  
23–25 сентября

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
ВЦ "Михайловский Манеж"  
Манежная пл., 2

Организатор:  
**РЕСТЭК**™  
Тел.: (812) 320-9688, 303-9861  
[www.restec.ru/vdrh](http://www.restec.ru/vdrh)

**ВДРХ**

IX специализированная выставка  
**ВЫСТАВКА ДОСТИЖЕНИЙ  
РЕКЛАМНОГО ХОЗЯЙСТВА**  
**В.Д.Р.Х 2008**

Дизайн в рекламе. Программное обеспечение  
для дизайна. Сувенирная продукция. Реклама и продвижение  
товаров на местах продаж. Рекламные технологии и Public Relations.  
Маркетинговые коммуникации. Наружная реклама.  
Организация событий. Масс-медиа. Фотоуслуги.  
Оборудование для рекламных агентств, офисов и типографий.  
Полиграфические услуги. Бизнес-упаковка.

**Термотрансферы в виде лап и носа животных**

Компания «3-Т» продолжает расширять ассортиментный ряд выпускаемых принтов — термотрансферов и наклеек холодного переноса (переводные татуировки, холодный деколь). Продукция «3Т» дает широкое поле для творческой фантазии дизайнеров одежды, модельеров, рекламистов и маркетологов. Среди новинок этого сезона — 3D принты, термотрансферы для изготовления игрушек, имитирующие фактуру подушечек лап и носа животных, а также другие объемные эффекты.



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

Компания «3-Т», г. Москва

**Дорожный набор VIP-класса**

«Русский элитный подарок» представляет очередную новинку в ряду дорожных наборов — подарочный набор VIP-класса «Генеральский» (на две персоны) в сумке-барсетке из натуральной кожи черного цвета с ручной росписью золотой краской. В состав набора входят: нож производства Златоустовского оружейного завода с золоченой гравировкой на клинке, фляжка с златоустовской гравировкой, пьезо-зажигалка, позолоченные стаканчики, ложки, вилки, а также две бронзовые чарки с художественным литьем и позолотой. Разработанный компанией набор может стать превосходным подарком для руководителя любого ранга.



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

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

**Для совершенного мужчины**

Компания БЮРОКРАТ, эксклюзивный дистрибьютор CROSS в России, представляет новую коллекцию запонков Crosslinks. Этот аксессуар великолепно дополнит классический костюм и завершит образ успешного, уверенного в себе человека, которому не чужды модные тенденции.

В коллекции представлены три направления Conical, Heritage и Autocross. Запонки из Conical Collection по своему дизайну напоминают всемирно известную «верхушку» ручек CROSS, с отделкой позолотой (23 карата) или родиевым покрытием, эмалью или хрусталиком в центре.



Heritage Collection имеет корпус с родиевым покрытием и искусной гравировкой в стиле pinstripe, покрытый высококачественным многослойным лаком, который специально полируется вручную, для достижения ослепляющего блеска. Отличие запонков Autocross — родиевое покрытие и мягкие кожаные вставки насыщенных цветов: глубокий черный, песочный и бордо.

Компания «Бюрократ», г. Москва

**Сувенир для приятных моментов жизни**

Компания «Картдизайн» предлагает Вашему вниманию термосалфетки high-класса. Специально для них разработана новая технология изготовления, благодаря которой поверхность термосалфеток не выгорает, устойчива к абразивным воздействиям, Термосалфетки могут быть с пробковым покрытием (не царапают лакированную поверхность). Вся продукция рассчитана на длительный срок эксплуатации.



Термосалфетки могут стать эффективным рекламным сувениром, который будет автоматически ассоциироваться с приятными моментами в жизни вашего клиента, смотреться дорого и благородно.

Компания «Картдизайн», г. Новосибирск  
www.ccarddesign.ru

**Золото и бриллианты помнят все**

Компания «Бюрократ» предлагает новинки — USB накопители от ведущих мировых брендов.

A-DATA представляет бриллиант Nobility 702, фантастический сплав технологий и моды. Стильный дизайн под огранку самой популярной драгоценности блондинок, уникальный вращающийся на 180 градусов разъем, который полностью закрывается, превращая флеш-драйв в аксессуар. Каждая грань этого бриллианта отполирована до зеркального блеска, падающий на него свет отражается десятками бликов, создавая полную иллюзию ювелирного украшения.

Transcend воплотил модные тенденции в моделях V90Pizazz и JetFlash 168.



Дизайнеры первой модели украсили вязью-паутинкой носитель из золотистого металла, оснастив его серебристой цепочкой. В итоге флеш-драйв более всего напоминает автомобильный брелок как минимум от порше или бентли. Ненавязчивый шик сочетается с классическим воплощением.

Компания «Бюрократ», г. Москва

**Часы в вашем формате**

Компания «Cuba production house» представила очередную новинку — производство корпоративных часов в форме логотипа. Основное отличие изделий от обычных брендированных часов с нанесением — форма, полностью повторяющая логотип компании. Часы изготавливаются из глянцевого цветного полистирола любыми тиражами — от 1 шт. для использования в офисе до больших партий. Это принципиально новый уровень корпоративных подарков, поскольку до сих пор максимум фантазии, которую проявили подрядчики сувенирной продукции, заключался в установке часовых механизмов на квартальники или нанесении логотипов на готовые часы.

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

Компания «Cuba production house», г. Москва  
www.cubapro.ru



**Для совершенного мужчины**

Компания БЮРОКРАТ, эксклюзивный дистрибьютор CROSS в России, представляет новую коллекцию запонков Crosslinks. Этот аксессуар великолепно дополнит классический костюм и завершит образ успешного, уверенного в себе человека, которому не чужды модные тенденции.

В коллекции представлены три направления Conical, Heritage и Autocross. Запонки из Conical Collection по своему дизайну напоминают всемирно известную «верхушку» ручек CROSS, с отделкой позолотой (23 карата) или родиевым покрытием, эмалью или хрусталиком в центре.



Heritage Collection имеет корпус с родиевым покрытием и искусной гравировкой в стиле pinstripe, покрытый высококачественным многослойным лаком, который специально полируется вручную, для достижения ослепляющего блеска. Отличие запонков Autocross — родиевое покрытие и мягкие кожаные вставки насыщенных цветов: глубокий черный, песочный и бордо.

Компания «Бюрократ», г. Москва

**Сувенир для приятных моментов жизни**

Компания «Картдизайн» предлагает Вашему вниманию термосалфетки high-класса. Специально для них разработана новая технология изготовления, благодаря которой поверхность термосалфеток не выгорает, устойчива к абразивным воздействиям, Термосалфетки могут быть с пробковым покрытием (не царапают лакированную поверхность). Вся продукция рассчитана на длительный срок эксплуатации.



Термосалфетки могут стать эффективным рекламным сувениром, который будет автоматически ассоциироваться с приятными моментами в жизни вашего клиента, смотреться дорого и благородно.

Компания «Картдизайн», г. Новосибирск  
www.ccarddesign.ru

**Деревянные деньги как сувенир**

Рекламно-производственная компания «ДЕКО Медиа» изготовила деревянный рубль, которому не грозит ни инфляция, ни девальвация в отличие от своего металлического собрата.

Такой сувенир станет интересным инструментом в PR-кампании мебельных и других фирм, работающих с деревом, а также для банков и прочих финансовых институтов. Деревянный рубль можно вручать в качестве подарка-медальона или раздавать на промо-акция, как необычную подставку под кружки.

Кроме того, «ДЕКО Медиа» как изготовитель изделий из дерева, сувениров из кожи и подарочной упаковки участвует на выставке «Люксупак» и всем, посетившим стенд компании, подарит настоящий рубль из дерева от «ДЕКО Медиа».

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

Рекламно-производственная компания «ДЕКО Медиа», г. Москва



**«Агентство Гармония» снова на «железном» коне**

ООО «Издательский дом «РусВело» заключило договор с «Агентством Гармония» о генеральном партнерстве на поставку полиграфической и сувенирной продукции для своих нужд. В рамках договора ООО «Агентство Гармония» приступило к разработке Интернет-портала национального велосипедного журнала «проВЕЛО».

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

ООО «Агентство Гармония», г. Москва





#### Ценные бумаги стали подарками

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

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

РА «Фабула» г. Москва

#### Одежда-хамелеон от «Dragon Gifts»

Отдел «Dragon Gifts» компании «Gain Dragon Int. Ltd.» представляет «умную футболку» — уникальное решение для тех, кто хочет выделиться из толпы. Под солнечными лучами футболка может легко и быстро менять окраску. Еще один вариант магической трансформации обычных на вид вещей — изменение цвета в зависимости от температуры тела или окружающей среды. Суперпопулярное творение дизайнеров — одежда, меняющая цвет от случайного прикосновения. Из черного в белое, из светлого в темное, из пестрого в однотонное, из цветного в бесцветное. Своеобразная и неповторимая одежда XXI века поможет каждому вступить в ряды самых прогрессивных модников. И главное — не остаться незамеченным в любом месте и любой компании.



Компания «Gain Dragon Int. Ltd.», отдел «Dragon Gifts»  
Китай, г. Гуанчжоу

#### Выставочные стенды со сменным изображением от компании «GreenLUX»

Компания «GreenLUX» представляет роллерные стенды с возможностью смены изображения Expand M2 и Expand MediaScreen 4. Изображение закрепляется сверху зажимным профилем, а снизу приклеивается специальным скотчем. Смена изображения чрезвычайно легка и дает возможность пользователю делать это самому. Обладая телескопической мачтой, эти стенды дают возможность устанавливать изображения высоты от 150 до 220 см. Любой человек без труда может менять изображение и варьировать его размеры, а также то, что на конструктив дается пожизненная гарантия, делает M2 и MediaScreen 4 очень выгодными покупками!



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

#### Модные решения для корпоративной и промо-одежды

Только дизайн-проекты, выполненные с учётом модных тенденций могут отразить дух компании. В компании «Ко-Мод» работают дизайнеры, профессиональные конструкторы, опытные швеи и технологи, которые сделают корпоративную одежду узнаваемым лицом любой фирмы, а одежду для промо-акций — лицом любого бренда.

«Ко-Мод» разработает и нанесёт фирменную символику различными способами: вышивка, шелкография, термотрансфер, флексография и прочее.

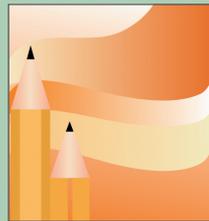


Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Одежда для пром-оакций», «Разработка фирменного стиля».

Компания ООО «Ко-Мод», г. Москва  
www.ko-mod.ru

## Новости

#### Карандаши увеличивают внутренний диаметр



Компания «Красинский карандаш» расширяет свой ассортимент рекламных и сувенирных карандашей и в ближайшее время выпустит экспериментальную партию четырехгранных карандашей увеличенного внутреннего диаметра. Также к хорошо известным классическим деревянным карандашам «Стиль», «Стандарт Плюс», «Мастер» добавится новая модель граненого карандаша «Деловой» диаметром 9,5 мм.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете посмотреть в Классификаторе сувенирной продукции, рубрике «Карандаши» или на нашем сайте WWW.KARANDASHI.COM  
Компания «Красинский карандаш», г. Москва

#### Дизайнерские пакеты и календари

Компания «Фортуна» расширяет ассортимент изготавливаемой продукции. Теперь дизайн-студия компании разрабатывает индивидуальную яркую продукцию: фирменные бумажные пакеты, кубарики с логотипом на каждом листочке, трехуровневые календари, открытки и многое другое.

ООО «Фортуна» (ТМ «KRIS»), г. Санкт-Петербург



#### Яркая деталь женского гардероба

Компания Leela Sales Promotion к летнему сезону представляет новинки ассортимента: женские футболки и поло. Эти стильные модели станут яркой, запоминающейся деталью любой промо-акции, привлекут и надолго удержат внимание потенциальных клиентов. И всё это по более чем выгодной цене!

Футболка LEELA JULIA и рубашка-поло LEELA QUEEN из 100% хлопка плотностью 240 г/м<sup>2</sup> и 95% хлопка, 5% эластана плотностью 190 г/м<sup>2</sup> соответственно. Размеры S-M-L. Выбор из белого, бирюзового, розового, красного цветов для футболки JULIA. Выбор из белого, оранжевого, красного и тёмно-синего для рубашки QUEEN.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Бейсболки», «Рубашки-поло», «Толстовки» и «Футболки».

Компания Leela Sales Promotion, г. Москва

#### Самая маленькая флешка в мире

В Интернет-каталоге сувенирной продукции «GIFTSPARK» теперь можно найти одну из самых крошечных USB-флешек в мире. Ее размеры — 31,3x12,2x2 мм, а максимальная емкость 8 Гб. Несмотря на миниатюрные размеры у малышки хорошее рекламное поле для логотипа, а кожаный чехол-брелок не позволит ее потерять. Но это еще не все: в качестве VIP-подарка малышка поставляется с 24-каратным золотым покрытием.

Контактную информацию Вы можете найти в Классификаторе сувенирной и канцелярской продукции, в рубриках «Бизнес-сувениры оригинальные», «Ежедневники», «Календари настольные», «Ручки шариковые».

Компания «МАЙ», г. Москва



**Новые возможности для сувенирных часов**

ООО «Мерх Тим» представляет новинку — универсальные металлические часы-фоторамка. Их не только можно поставить на стол, но и повесить на стену. Фотографии в окнах, расположенных возле циферблата, могут быть обыграны в зависимости от целей рекламной кампании (фото филиалов, презентаций продукции, основное направление деятельности, фото сотрудников), что также существенно экономит время на презентацию. Кроме того, лицевая металлическая поверхность может быть эффективно использована для гравировки логотипа или другой информации. Часы упакованы в белую глянцевою картонную коробку, которая также может быть персонализирована.



ООО «Мерх Тим», г. Москва  
www.merxpromo.ru

**Новый игрок на сувенирном рынке**

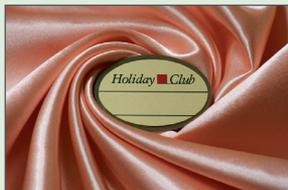
На динамичном рынке бизнес-сувениров одной компанией стало больше. ООО «RedOne» — молодая и перспективная фирма, занимающаяся производством и поставками текстиля, сувенирной продукции и аксессуаров из стран Ближнего Востока и Азии (Турция, Индонезия и другие страны). Кроме того, компания имеет свое представительство в Китае. Преимуществом ООО «RedOne» — работа с производителями сувениров без посредников, выполнение заказов в кратчайшие сроки при высоком качестве продукции. Индивидуальный подход, высокий профессионализм, авторитет у заказчиков и поставщиков делают компанию серьезным конкурентом на рынке.



Компания ООО «RedOne»,  
г. Москва  
www.redone.ru

**Бейджи любой формы**

Компания «МеталГраф» — металлографика представляет очередную новинку — бейдж нестандартной формы. Форма изделия создается благодаря лазерной резке, что предоставляет обширное поле для фантазии в области форм и размеров изделий. Объемный вид бейджу придает использование аппликации из металлов разной фактуры: глянцевая основа и матовый верх. Магнитная застежка на обратной стороне изделия завершает его облик, придав ему необходимую функциональность.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Нанесение многоцветного изображения на металл».

Рекламно-производственная фирма «МеталГраф»-металлографика, г. Санкт-Петербург

**Представительство компании «ТТС» в Санкт-Петербурге**

Компания «ТТС» рада информировать об открытии Представительства в Санкт-Петербурге.

Компании «ТТС» — российский производитель блоков для записи с клеевым слоем (Notes, типа post-it) с логотипом клиента, в т.ч. Z-образных. Бумажные кубы с боковым нанесением (включая полноцвет). Оригинальные бумажные блоки с рекламой клиента на скошенном крае с 3D-эффектом. Блокноты разнообразных конструкций. Подробно о продукции «ТТС» можно узнать, позвонив в офис компании. Также любой желающий может заказать бесплатно комплект образцов с доставкой.

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



Компания «ТТС», г. Санкт-Петербург  
www.ttsservice.ru

**Любимая кружка в подарок**

Уже 3 месяца кружка «Креативо» лидирует в хит-листе продаж каталога «Эмоции» фирмы «М-Фактор». Специалисты компании связывают это с тем, что кружка — самый долгоиграющий и информативный сувенир и всегда стоит на офисном или кухонном столе. Только сувенирная кружка должна быть не любая, а Любимая — как «Креативо». Оригинальная форма, разные цвета, возможности нанесения деколи на выпуклых элементах и на ручке превращают бизнес-сувенир в Любимую кружку для любого, кто получит ее в подарок. Это и помогло кружке стать лидером продаж.



Компания «М-Фактор», г. Москва

**Праздник от «Вятской художественной мастерской»**

Вятская художественная мастерская подготовила оригинальную коллекцию Новогоднего символа 2009 года — быка. Это различные сувениры, магниты, открытки в цветном и золотом исполнении, в том числе и корпоративные открытки ручной работы с гипсовыми барельефами.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Бизнес-сувенир, оригинальные».

Компания «Вятская художественная мастерская», г. Киров



**В помощь летнему ресторатору**

С наступлением лета появляются новые кафе и фирма ООО «НеваЛинна Групп» предлагает полный спектр услуг для создания атрибутики, необходимой для открытия точки быстрого питания. «НеваЛинна Групп» быстро, качественно и недорого изготовит униформу для официанток и поваров, фирменные скатерти, салфетки и различные знаки отличия (флажки, флаги, значки, кружки и бокалы с логотипом заведения).

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубриках «Одежда для промо-акций».

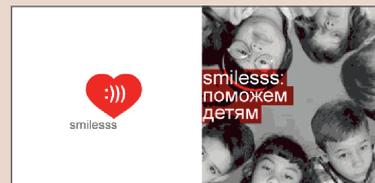
ООО «НеваЛинна Групп»,  
г. Санкт-Петербург



**ZAMBEZY делает шаг навстречу детям**

1 июня 2008 года креативное агентство ZAMBEZY совместно с Санкт-Петербургской благотворительной общественной организацией «Шаг навстречу» в рамках «Дня защиты детей» проведут мероприятие в детском доме №4 города Павловска для детей с ограниченными возможностями. При поддержке завода художественных красок «Невская палитра», они постараются помочь юным художникам сформировать каждому свою мечту и воплотить ее в рисованном образе.

На основе этих рисунков дизайнеры проекта создадут креативный дизайн футболок, каждой из которых будет крепиться ярлык с краткой информацией о каждом ребенке-художнике. В дальнейшем созданные футболки будут задействованы в культурно-креативном благотворительном проекте по решению задач эстетического развития детей с ограниченными возможностями.



Креативное агентство «ZAMBEZY», г. Санкт-Петербург

# ПРОСТО



Пик спроса на сувенирную продукцию приходится на зиму, когда все коммерческие структуры начинают ломать голову над новогодними подарками для клиентов, партнеров и сотрудников. Быть беззаботным, немного неофициальным новогодним подарком — это и есть главное предназначение зимнего бизнес-сувенира. Летом же он чаще всего предстает перед нами в другом облики. Меняет приставку «бизнес» на «промо» и массово мигрирует на открытый воздух, под сень супермаркетов, к вестибюлям станций метро — там, где скапливается большое количество людей, где сувенир с полной самоотдачей выполняет свое высшее летнее предназначение — вручается тысячам и сотням тысяч рук как скромный презент-напоминание о компании, которая проводит промо-акцию.

Конечно, это лишь условное разделение, основанное на акцентах, присущих тому или иному периоду, однако такая тенденция есть. В этой статье мы поговорим о такой разновидности сувенира, как промо-сувенир, и попробуем всесторонне рассмотреть данный вопрос. Как разговор о литературном произведении не будет полноценным без знания биографии его автора, так и промо-сувениры невозможно представить в разрыве от их непосредственного, можно сказать, прародителя, важного инструмента рекламно-маркетинговых коммуникаций — её величества промо-акции.

## Наш подарок — ваша покупка

Промо-акцией, или промоушном, называют комплекс мероприятий, направленных на стимулирование сбыта продукции. В принципе, этой цели посвящены все рекламные средства, в том числе и бизнес-сувениры. Ведь даже если вы, после заключения сделки, дарите своему партнеру шариковую ручку с логотипом своей фирмы, то рассчитываете, что этим символическим подарком установите более тесные отношения, которые приведут

к продлению выгодного контракта и, как следствие, увеличению прибыли. И уж, тем более, промо-сувенир не имеет никакого смысла, если не напоминает собой о компании-дарителе и не помогает продавать продукцию, чьим представителем является.

И это лишь косвенный путь, когда промо-сувенир помогает увеличить спрос на рекламируемую продукцию. Некоторые механизмы промо-акций подразумевают непосредственное участие сувенира в продаже товара, так называемое стимулирование сбыта. Почти все жители более-менее больших городов встречались с возможностью купить вот прямо сейчас упаковку йогурта и получить, например, набор чайных ложек (с логотипом, конечно). Логика тут проста и действует безотказно: йогурт все равно надо покупать, потому что мы постоянно едим их на завтраки, так лучше купить тот, за который бесплатно дадут ложки, они никогда лишними в хозяйстве не будут. В итоге покупатель получает необходимый ему товар и приятный бонус к нему, а у продавца появляется «агент» на кухне этого человека, который постоянно напоминает о нём,

причем в весьма позитивном ключе.

Получается обоюдовыгодное сотрудничество и реклама без всякого обмана. Такое рекламное мероприятие — и есть промоушн в чистом виде, непосредственное (прямое) стимулирование сбыта, содействие продажам товара. «Механика «подарок за покупку» поможет справиться со спадом продаж, например, в летний период, — рассказывает руководитель отдела Promotion рекламного агентства «Бренд Сенс» Любовь Аринина. — Если подарок будет востребованным, вызовет интерес у конечного потребителя, он, скорее всего, примет участие в акции». Такая акция, прежде всего, призвана ускорить процесс товародвижения и стимулировать интерес к товару — это и есть главное отличие промоушна от обычной рекламы. В то же время, как и любая реклама, промо-акция не несет сиюминутной выгоды здесь и сейчас, это такой долгосрочный вклад, призванный работать на благо марки в течение долгого времени, однако эффективность и непосредственный результат промо-акции можно видеть даже невооруженным взглядом. Владимир Проскуряков из рекламного агентс-



# ПРОМОУШН

Автор: Александр Лёвкин

тва «Ажио» поделился своим опытом: «Реклама — это тот вид затрат, который не приносит непосредственно денег, но увеличивает оборот продаж и объем аудитории. И стоимость сувениров при проведении промо-акции возвращается, но не совсем прямым способом. Выглядит это так: на время проведения мероприятия, если оно спланировано профессионалами, продажи рекламируемого товара увеличиваются в 3-5 раз. То есть кроме увеличения клиентской аудитории, улучшения их отношения к бренду, есть непосредственный рост единовременной прибыли».

Однако только промо-акции наиболее полно, среди других задач, помогают увеличить прибыль и товарооборот, в отличие от роликов по телевидению и уличных щитов. Николай Тихонов в статье «Спецназ под чертой», опубликованной в журнале «Индустрия реклама», пишет о промо-акциях: «ни одна другая рекламная активность не приближается так близко к самому процессу воздействия на покупателя и, следовательно, процессу продажи товара». У потенциального клиента появляется возможность поближе познакомиться с брендом, наладить более тесный контакт: услышать презентацию товара из уст живого человека, попробовать его на вкус или убедиться в функциональных свойствах продукта и, не в последнюю очередь, получить памятный сувенир. Всё в комплексе производит положительный эффект на потенциального покупателя, «заставляет» его немедленно принять решение о покупке. Но даже если человек ничего не купил сейчас, у него сформируется представление о продукте, отношении. И чтобы оно осталось хорошим, вся акция в целом и каждая ее составляющая должны быть качественными и интересными.

## Использовать или не использовать

Выше мы рассмотрели только один механизм промо-акции — «подарок за покупку». В нем использование промо-сувениров наиболее очевидно, да и просто необходимо. Руководитель рекламного агентства «Пчелы» Юлия Скрипкина, специализирующегося в сфере BTL, отмечает: «В промо-мероприятиях сувениры могут использоваться при различных механизмах проведения. Все зависит от бюджета кампании и цели ее проведения. Даже самый маленький сувенир может принести радость получателю, если он правильно подобран. Для привлечения внимания потребителя и получения им положительных эмоций, небольшие сувениры могут распространяться и при обычном сэмплинге (это могут быть открытки, календари, воздушные шары, которые выдаются вместе с образцом продукции). Еще больше сувениры необходимы при таких видах промо, как подарок за покупку, дегустация, консультация, анкетирование и многое другое. В этих случаях в качестве сувениров могут выступать ручки, блокноты, магниты на холодильник». Менеджер по рекламе петербургской сети розничных магазинов в своей работе также пользуется механизмом промо-акций: «Наши промоутеры постоянно

раздают листовки в людных местах. Кроме этого, внутри магазина все время проходят различные мероприятия: клиент может выиграть, например, ручку в беспроигрышной лотерее. В скором времени планируем открыть новый магазин, и для его раскрутки и повышения лояльности покупателей обязательно будем использовать промо-сувениры».

Несомненно, сувенир придаст красок любой промо-акции и привлечет большее количество людей, хотя бы из-за элементарной тяги к бесплатному. Юлия Скрипкина (РА «Пчелы») так формулирует этот принцип: «промо-сувениры распространяются в ходе рекламных акций с целью сообщить о своей компании, зарекомендовать себя на рынке и рассказать покупа-

телям о качестве своих товаров и услуг. В последнее время все большее место отводится именно сувенирной продукции, как отличному способу для компании стать ярче и привлекательнее». По информации агентства полевого маркетинга «База», в Санкт-Петербурге рекламодатели в большинстве своем предпочитают пользоваться листовками, а если принимают решение о промо-сувенирах, то чаще всего им становится проверенная шариковая ручка с логотипом или фирменный карманный календарик. «Это связано с их низкой стоимостью, — рассказывает менеджер агентства Виктория Самойленко, — бизнес-сувениры хотят использовать многие, но бюджет не позволяет». С такими трудностями сталкиваются многие компании и это, пожалуй, единственная причина, которая тормозит повсеместное использование промо-сувениров. В весенней акции одного Интернет-провайдера было много промоутеров в костюмах, но сувениров не было. «Нам надо было охватить очень большое количество потенциальных клиентов наших услуг, нашего бюджета на промо-сувениры для всех просто



### Практика

Рекламная кампания крупнейшего банка строилась на символических сувенирах, призванных наглядно продемонстрировать преимущества и простоту использования новой услуги — открытия накопительных и одновременно расчетных счетов. Процедура открытия счета была предельно упрощена и занимала всего несколько минут времени клиента. Героями визуального ряда плакатов, рекламных модулей в СМИ, полиграфической продукции и видеороликов стали простые предметы, связанные с темой открытия буквально: блокнот, консервный нож, портмоне, зонт, открывалка для бутылок, символический ключ от банка с брелком, веер, коробка леденцов, портсигар. Эти предметы, снабженные слоганом «Моментальное открытие», логотипом банка и телефоном клиентского отдела, вручались всем потенциальным клиентам. Уже в первые недели реклама доказала свою эффективность и было решено повторить ее в региональных отделениях банка.

Отрывок из книги «100 сувенирных историй».

не хватило бы. Зато мы раздавали жетоны с номерами, которые позволяли зарегистрироваться на нашем сайте», — прокомментировали в отделе рекламы компании.

### Какие бывают промо-сувениры

Промо-сувениры предназначены для охвата большой аудитории потенциальных клиентов, в отличие от бизнес-сувениров, которые являются более адресной коммуникацией и вручаются сотрудникам, партнерам, постоянным клиентам или журналистам на пресс-конференциях. Характер «массовости» промо-сувениров во многом диктует и требования, предъявляемые к ним. Во-первых, они должны быть доступны по цене. Даже при очень большом бюджете потратиться на дорогие промо-сувениры не получится, да это и ни к чему. Потребитель не поймет, если на улице ему вместе с листовкой вручат вазу или mp3-плеер. Лично я бы почувствовал в этом

что-то неладное. Единственно, что более дорогие подарки можно использовать в качестве приза в лотерее. «Общей классификации сувенирной продукции не существует, — считает Владимир Проскураков (РА «Ажио»). — Можно, конечно, делить ее по цене или типу использования, но это уже индивидуальное дело каждой компании. По популярности самыми востребованными можно назвать различные брелоки, ручки, зажигалки, кружки, магниты, кепки и футболки... список можно продолжать еще долго». Заметьте, что упомянутые сувениры функциональны и пригодятся практически всем.

Также желательно найти повод для промо-подарка. Плохо будет смотреться такой подход: нашей компании исполняется десять лет, поэтому примите в дар этот маленький вентилятор. Можно обыграть ситуацию: в течение десяти лет нам всегда сопутствовал попутный ветер, возьмите этот скромный вентилятор, чтобы и на вашем пути не встречалось никаких препятствий. Хороший способ — строить коммуникацию промо-акции на основе времени года. «В моей практике особенно удачной была промо-акция, для которой мы избрали тему летних пикников, — вспоминает Любовь Аринина (РА «Бренд Сенс»). — Подарки были соответствующие — коктейльная посуда, форма для льда, корзинки. Акция имела большой интерес у целевой аудитории».

Полезными советами делится Юлия Скрипкина (РА «Пчелы»): «При выборе сувениров для промо-акций приходится отталкиваться от выделенного бюджета. Но в любом случае, следует рассматривать несколько вариантов, различных по стоимости. Также существует градация по целевой аудитории. Например, рюкзак или кепка лучше подойдет для молодого человека, а любая кухонная утварь — для женской половины. Прежде всего, стоит помнить, что промо-сувенир — это очень простой, но, в тоже время, весьма действенный инструмент рекламы. Выбирая сувенир, особое внимание следует уделять его качеству, ведь от него будет зависеть отношение получателя к компании-дарителю. Кроме того, важен креативный подход к сувениру, ведь оригинальность выделяет компанию среди конкурентов и повышает эффективность проводимой акции. Также важно, чтобы сувенир, независимо от того, когда он

дарится покупателю, вызывал четкие ассоциации с компанией-дарителем. Не забываем, что сувенир должен быть приятным, красивым и лучше всего полезным — чем чаще человек будет им пользоваться, тем чаще на его глаза будет попадаться логотип рекламируемой компании».

В преддверии лета промо-акции становятся как никогда актуальными. В это время года люди чаще выходят из дома, открыты для всего нового, ждут ярких впечатлений, и задача организатора мероприятия — не разочаровать эти ожидания. Специалисты единодушно сходятся в одном мнении — промо-акция без сувенира возможна, но эффект получится ниже ожидаемого. И, наоборот, при удачном применении промо-сувениров, даже средней средней руки, промо-акция может превзойти все ожидания. Главное, как и в любом деле, продуманный и профессиональный подход. ☒



### Just promotion

This article provides information about promotion actions, their role in the set of advertising communications and, to be sure, about promotional souvenirs. According to the experts, it is possible to implement certain promotion actions without any promotional souvenirs while in other cases these souvenirs are a must. At the same time, promotional souvenirs consume a substantial part of advertising budgets, and not all customers can afford this.



рекламная компания

(495)424-70-91 (многокан.) www.aloks.ru

Футболки  
Бейсболки  
Шляпы

Промо-сувениры



Дизайн полиграфия  
бизнес-сувениры

тел./факс: +7(812) 312-09-70, 314-54-38,  
571-67-90

# ПОЛУЧИТЬ ПОДАРОК И ОТДОХНУТЬ

Автор: Александр Лёвкин

Лето для ряда компаний — активная пора, когда спрос на их продукцию особенно высок. К ним относится и туристический сектор, к услугам которого прибегает почти каждый житель страны. Казалось бы, если дела и так идут хорошо, зачем некоторые турфирмы используют сувениры? Об этом в интервью журналу «Лидер МАПП» рассказала сотрудник рекламного отдела компании «Нева» Олеся Рогачева.

— В чем принципиальная разница работы турфирмы в летний и зимний период?

— Летом, в период отпусков, как несложно догадаться, спрос на туристические услуги существенно возрастает. Все сотрудники нашей компании работают в усиленном режиме, в том числе не отстаёт и рекламный отдел. Зимой работа протекает в обычном темпе, только на время новогодних праздников и школьных каникул возвращается летняя активность.

— Какие инструменты рекламы использует ваша турфирма в летний период, и какое место среди них занимают рекламные сувениры?

— В преддверии нового туристического сезона турфирма «Нева» использует все традиционные рекламные средства: наружная реклама, реклама в прессе, на телевидении, радио. Рекламная коммуникация должна не только помочь выделиться среди конкурентов, но и закрепить хорошее отношение клиентов и партнеров к нашей фирме. Для этого мы как раз и используем сувениры: сумки, футболки, панамки, бейсболки, дорожные наборы. Ассортимент достаточно широк и, как видите, все сувениры напрямую или косвенно связаны с туризмом. Но, кроме них, в нашем ассортименте, конечно, есть и традиционные ручки, планинги, ежедневники, календари.

— Каким образом ваша компания использует сувениры в летний период?

— Летом значительная часть сувениров уходит на представительские нужды. Наши менеджеры встречаются с партнерами, работают на выставках и в обоих случаях дарят фирменные сувениры. Также мы каждый сезон делаем подарки постоянным клиентам и победителям различных конкурсов. Вместе с каталогами они получают маленький презент — ручку, панамку или футболку.

— Какие именно промо-сувениры использовала турфирма «Нева» в прошлом году, и какие планирует в этом?

— В турфирме «Нева» уже сложился определенный ассортимент промо-сувениров. Конечно, мы следим за новиками и последними тенденциями в сувенирной продукции, подбираем вещи под разные целевые группы, но сам список сувениров уже сложился. Главное в выборе сувениров, то чтобы вещи, на которых стоит наш логотип, обладали не только эстетической, имиджевой ценностью, но и были также практичны, удобны и полезны. Турфирма «Нева» заботится о своих клиен-

тах, предлагая им услуги высокого качества, поэтому наш логотип всегда означает гарантию качества и надежности.

— Какую задачу бизнес-сувениры должны решать в продвижении турфирмы «Нева»?

— Бизнес-сувениры работают для поддержания имиджа компании и укрепления доверительных отношений. С помощью них мы формируем представление о турфирме «Нева», как надежной компании, которая нацелена на долгосрочные отношения. Бизнес-сувенирами мы проявляем уважение и заботу к людям, с которыми работаем.

— Делаете ли вы корпоративные подарки своим сотрудникам?

— Да, мы дарим фирменную сувенирную продукцию нашим сотрудникам при проведении корпоративных мероприятий, как приз.

— Сформулируйте ваш общий подход к использованию бизнес-сувениров.

— Надежность и доля консерватизма — вот, что мы хотим передать в наших сувенирах. Люди, которые получают их, должны понимать, что имеют дело с компанией, которая придерживается этих принципов. ☒

Get a gift and have a rest  
In summer, the travel industry faces higher demand for its services. During the season, travel companies do not only have to distinguish from their competitors but also maintain good relations with their clients and partners. Promotional souvenirs play an important part in solving this problem along with other advertising tools. A journalist from Leader IAPP discusses this with Olesya Rogacheva, an employee of the Advertising Department from the Neva Travel Agency.



Говорят профессионалы

## В ПОИСКАХ ОРИГИНАЛЬНОГО ПОДАРКА

Автор: Александр Лёвкин



В последнее время участники сувенирного рынка озабочены проблемой поиска оригинальных бизнес-сувениров. Рынок перенасыщен брелоками и зажигалками и хочется чего-нибудь необычного, но чего именно, не всегда знают даже профессионалы. Чтобы немного прояснить ситуацию и понять, какими бывают оригинальные подарки и как избежать абсурда в поиске креативных решений для бизнес-сувениров, журнал «Лидер МАПП» поговорил с руководителем проекта «GIFTSPARK» Анной Пчелкиной (рекламное агентство «МАЙ»). Сотрудники агентства уже не первый год на фоне сувениров в стиле «casual» предлагают своим заказчикам яркие нестандартные решения.

— Какой сувенир можно назвать оригинальным? То есть где проходит грань между оригинальным и не оригинальным подарком?

— Проблема оригинального сувенира сегодня стоит остро. К нам часто обращаются с просьбой сделать сувенир, характерный для отрасли заказчика. Например, если это нефтяная компания, то она, как правило, готова подарить своим партнерам сувенир в виде нефтяной вышки или масляной лампы. Это было оригинально пять лет назад, сегодня этим никого не удивишь. Наша компания старается предложить заказчику действительно оригинальный сувенир. Например, что может подарить своим партнерам компания, специализирующаяся в области предоставления финансовых услуг? Визитницы, зажимы для денег...? Нам показалось это не очень интересным. Мы обратили внимание на корпоративные ценности компании, на ее молодой динамичный коллектив. В итоге подарок

получился простым, но оригинальным — пара настоящих боксерских перчаток, с логотипом и слоганом компании, который по достоинству был оценен его получателями.

— А какой оригинальный подарок Вы бы предложили в качестве промо-сувенира?

— В промо-сувениры гораздо легче вложить интересную креативную идею. Если навскидку — можно наделить функционалом логотип компании или другой элемент фирменного стиля. Кто обратит внимание просто на флешку — обыкновенный пластиковый прямоугольник с логотипом? А вот флешка в форме логотипа компании или отраслевого продукта — уже интереснее. Надо уметь выделяться.

— Получается, каталоги можно даже не смотреть?

— Каталоги однозначно имеют право быть! Производство оригинальных сувениров — это длительный процесс. Не у всех компаний есть возможность ждать больше месяца, а чаще всего о сувенирах вспоминают вообще в последний момент, но это не означает, что сувенир должен быть стандартным. Каталоги ежегодно обновляются. В них можно найти интересные «неизбитые» идеи, но есть и некоторые минусы:

— каталоги находятся в свободном доступе и через некоторое время оригинальность и новизна идеи теряются; — в процессе просмотра каталогов от обилия сувениров в голове образуется калейдоскоп из картинок при полном отсутствии конкретики.

Поэтому если стоит задача выбрать бизнес-сувенир из каталога или разработать оригинальный подарок, который запомнится, имея до мероприятия некоторый временной запас, лучше обратиться к профессионалам.

— А как Вы считаете, что важнее в бизнес-сувенире — практичность или ею можно пожертвовать в угоду оригинальности?

— Сегодня оригинальность гораздо важнее. Практичный подарок можно самостоятельно купить в любом специализированном магазине\*. Вы хотите подарить партнеру или своему сотруднику визитницу с логотипом Вашей компании? Задумайтесь, а какое количество визитниц уже есть

у делового человека на его рабочем столе? Бизнес-сувенир уже не просто знак внимания, он должен быть заметным и уметь выделять компанию-дарителя, в противном случае, подарок просто не решает свою задачу.

— То есть, если бы эта визитница была, скажем, в форме лягушки, то она непременно пришла бы по вкусу получающей стороне?

— Если она при этом еще бы прыгала по столу и квакала, думаю вполне. Получатель, как минимум, отметит и запомнит компанию-дарителя.

— А если серьезно, ведь такой безудержный креатив может отпугнуть клиентов и партнеров. Как быть строгим консервативным компаниям?

— Конечно, чувство меры и гармония просто необходимы. Строгие консервативные компании тоже могут, и, наверное, должны делать оригинальные подарки, просто в этом случае, креатив будет более сдержанным. Ведь оригинальность не только привлекает внимание, но и демонстрирует своеобразную игру ума, умение находить интересные яркие решения.

Смелый, дерзкий креатив больше подходит брендам, ориентированным на молодежную аудиторию или рекламным агентствам — наши подарки всегда должны удивлять. Ведь хорошее рекламное агентство — это фабрика креатива.

\*По мнению редакции, оригинальный подарок может быть только массовым (единичный экземпляр подразумевает понятие «экслюзив»), исходя из этого, оригинальность и практичность должны в нем сочетаться, пусть и не в равной степени. ☒

Looking for an original gift

Do souvenirs need to be useable or original nowadays? A lot of professionals working in the souvenir industry discuss this issue. In her interview for the Leader IAPP magazine, Director of the GIFTSPARK project Anna Pchelkina shares her opinion about original business souvenirs. She thinks people give a lot of souvenirs as gifts nowadays, and it is important to distinguish from others.



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

# СУВЕНИРЫ, КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Автор: Генеральный директор компании ООО «Сувенирка ком» Александр Соколов

Подарки любят все. Благодаря этому замечательному свойству рекламные сувениры могут являться самым эффективным маркетинговым инструментом.

Главное отличие РЕКЛАМНОГО сувенира от обычного подарка в том, что его следует рассматривать, как инструмент для решения конкретных маркетинговых задач:

- продвижения торговой марки, увеличения продаж;
- повышения лояльности потребителей;
- формирования и поддержки имиджа компании; и так далее. Чтобы добиться наилучшего результата, сувениры должны быть подобраны в соответствии с поставленной задачей.

Исходя из этого, всю сувенирную продукцию можно разделить на 3 основные группы:

1. Промо-сувениры, которые должны привлечь внимание к торговой марке и к конкретному продукту. Их основное назначение — ярко представить получателю образ и свойства продукта, добиться запоминания бренда, выделить его из массы конкурентов. «Работающим» промо-сувениром можно назвать те подарки, которые имеют максимальную рекламную площадь на наиболее заметных деталях, соответствуют сути и характеру рекламного посыла.

Особенно интересны вещи, которые при использовании играют роль Вашей наружной рекламы: промо-одежда, воздушные змеи, пляжные тенты и т.д.

2. Деловые сувениры — полезные вещи, которые бу-

дут ежедневно напоминать о Вас клиентам и партнёрам, повышая лояльность к Вашей торговой марке. Основным критерием выбора должна являться функциональность и оригинальность подарка. Старайтесь подбирать то, чем с удовольствием пользовались бы сами, но что-то не слишком традиционное — вероятность того, что клиент будет пользоваться именно Вашим ежедневником из пяти подаренных — минимальна.

3. Имиджевые сувениры, задача которых отражать Ваш неповторимый стиль и имидж, являться символом Вашей Миссии. Для достижения наибольшего эффекта следует исходить из ассоциативной связи подарка с перечисленными элементами. Стремитесь продемонстрировать таким подарком не свой логотип, но свои самые выгодные качества и добрые намерения. И, будьте уверены, люди не останутся равнодушными.

Руководствуясь этими принципами, Вы сможете добиться максимального эффекта от использования сувенирной продукции в рекламной поддержке своей компании. Удачи! ☑

Souvenirs as an efficient advertising tool

To improve your results in meeting your marketing objectives, the General Director of OOO Souvenirca.com recommends selecting souvenirs according to your objective. For example, a promotional souvenir must stand out and stick to memory. Business gifts need to be functional and original. Image souvenirs are aimed at demonstrating the advantages and good intentions of the brand.



## Когда **SOUVENIRCA** работает на Вас...

- Прямые поставки из Юго-Восточной Азии.
- Яркие промо-сувениры как лучшие рекламные носители.
- Оригинальная электроника как воплощение функциональности.
- Стильные бизнес-сувениры как отражение Вашего имиджа!

Наш профессионализм обеспечивает максимальную надёжность выполнения заказов при оптимальном соотношении цена / качество.

Презентация компании:  
[www.souvenirca.com/presentation.pps](http://www.souvenirca.com/presentation.pps)  
Новинки каталога:  
[www.souvenirca.com/news.pps](http://www.souvenirca.com/news.pps)

Мы ждём вас!

**WWW.SOUVENIRCA.COM**  
**+7 (495) 540-17-11**

Мы находим для Вас самое интересное!

Заходите  
Звоните

# Еще раз про... ЗНАЧКИ



Сегодня любая уважающая себя компания считает за правило иметь собственные корпоративные сувениры — это широчайший спектр изделий, выполненных в фирменных цветах с логотипом и названием компании-заказчика.

В то время как телевизионный рекламный ролик закончится через 30 секунд, билборд снимут примерно через месяц, у сувенира гораздо более долгий срок жизни.

обязанности спустя рукава, если дирекция отметила его подобным знаком отличия.

Добавить корпоративную символику в наградной знак — один из возможных вариантов. Компания «Олсам» изготовит целый комплекс сопутствующих наградному знаку бизнес-сувениров. Вместе они составят единое решение для воплощения любого фирменного стиля. Фуршет, по поводу Дня рождения компании или другого значимого события, украсят достойные сувениры: и медаль, и маленький значок с вашим логотипом, а к нему зажим для галстука, запонки или подвеска-брелок для мобильного телефона, который вручат сотрудникам и гостям в красивой бархатной упаковке. Все вместе будет смотреться весьма эстетично и создаст имидж солидной фирмы.

Рассказывает директор компании «Олсам» Наталья Олефиренко: «Основываясь на своем личном опыте работы на этом специфическом рынке, хочу сказать, что в нашей компании индивидуальный, творческий подход к каждому клиенту. Вкусы у людей настолько разные, что обобщенные, однобокие приемы в изготовлении сувениров совершенно непригодны. Поэтому, получая заказ на изготовление, мы стараемся дать рекомендации и по технологии, и по дизайну, качественно его выполнить и доставить своему заказчику. Если вы хотите, чтобы ваш логотип красовался на значке или юбилейной медали приходите, пишите, звоните, всегда рады вам помочь». ☒



ни. Одной только шариковой ручкой можно пользоваться не меньше года, к тому же постоянный контакт с сувениром формирует у получателя подарка лояльное отношение к бренду-дарителю. Но сегодня сувенирная отрасль готова предложить такой сувенир, который может прослужить не один десяток лет.

Компания «Олсам» специализируется на изготовлении значков, медалей, наградных знаков. Эмблема компании, воплощенная в строгие формы корпоративной медали приобретает новое значение, серьезность, вес. Отношение к такому корпоративному символу формируется более уважительное — сотрудник не будет выполнять свои



**Олефиренко Наталья**  
**Компания «Олсам»,**

Москва, Суцьевский вал, дом 5, стр. 20, офис11.

тел/факс (495) 981-82-37; моб.8 916 688-64-80.

[allsam.ru](http://allsam.ru); [natali@allsam.ru](mailto:natali@allsam.ru).

Once more about... badges

Employees will not fulfill their duties in a slipshod manner if the company has awarded them with a special distinction, e.g. a corporate medal. A company medal in addition to a badge of distinction, tie clasp, cufflinks and mobile phone decoration — all this looks aesthetically beautiful and will create an image of a respectable company. On the Russian souvenir market, services related to the manufacturing of such products are rendered by



# ВАШ ЗОНТ — ЭТО ВАШ ИМИДЖ

Автор: Александр Лёвкин

Интересно, каким зонтом пользовалась Мери Поппинс для своих полетов? Абсолютно точно, что у мисс Само Совершенство был самый лучший зонт во всей Европе, и не удивлюсь, если это был зонт марки Doppler.

Первые зонты Эрнст Допплер начал выпускать еще в 40-х годах XX века в Австрии. В то время господствующий сегодня метод конвейерного производства не имел широкого распространения, и вещи получались более качественные, эксклюзивные, настоящие, если хотите. В эту эпоху почти ремесленного труда предприниматель обозначил принципы своего бизнеса: «Все наши отношения основываются на духе взаимопонимания, партнерства, на энергичной продуктивности сторон и осознанной потребности друг в друге». Так началась история бренда Doppler.

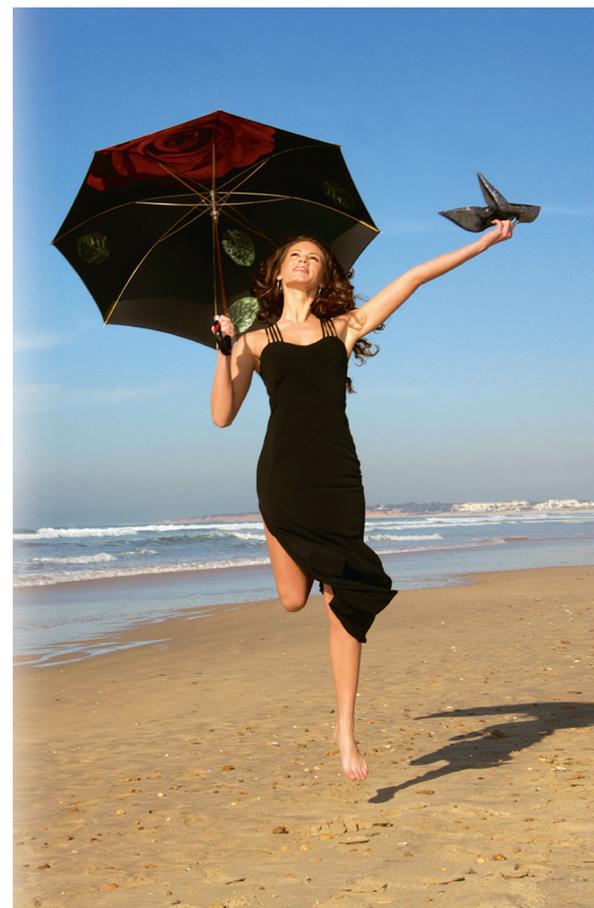
Зонты Doppler сегодня — это более 55 лет успешных инноваций, усовершенствований, поисков идеального баланса между ценой и качеством. У Doppler есть полное право носить титул бренда, в отличие от многих наспех сделанных современных торговых марок и безымянной продукции неизвестного производства. Любой сильный бренд ценит свою репутацию, делает качественные вещи и не обманывает ожидания клиентов. При производстве зонтов Doppler используются лучшие материалы, а передовые современные технологии сочетаются с кропотливостью и тщательностью ручного труда. Да, хороший зонт нельзя изготовить без работы обычной швеи. Прибавьте к этому творческий подход ведущих европейских дизайнеров, которые для каждой новой модели придумывают свой эксклюзивный дизайн, и вы получите зонт Doppler во всем своем великолепии. Бренд в полном смысле этого слова.

С развитием рекламно-сувенирного рынка, профессионалы отрасли обратили внимание, что зонты

Doppler как нельзя лучше подходят в качестве носителя корпоративного стиля. Во-первых, зонт пригодится абсолютно любому человеку, а значит это беспроигрышный подарок для клиента, партнера или сотрудника. Во-вторых, это достаточно неизбитый и интересный бизнес-сувенир. В-третьих, качественный зонт в подарок партнеру без лишних слов расскажет о дарителе, как о уважаемом человеке со вкусом, знающим толк в деловом этикете. В модельном ряду Doppler каждый найдет тот зонт, который будет соответствовать целям рекламной коммуникации. Здесь и строгие классические, компактные складные модели, поместятся даже в небольшую дамскую сумочку, стильные тросточки особенно актуальны сегодня, когда в моде винтажные аксессуары. Подобрать место для размещения логотипа не составит труда. В зависимости от целей можно сделать яркое необычное нанесение логотипа или элементов фирменного стиля на сам купол зонта. Для более сдержанной коммуникации — аккуратная печать на ручке или чехле. Кстати, одна из последних тенденций: при создании фирменного зонта, многие компании просят оставить аккуратный логотип Doppler, а свой поставить рядом. Тем самым получатель подарка будет точно знать, что ему вручили хороший, качественный зонт, а не безымянный ширпотреб. Такое соседство выгодно выделяет компанию-дарителя.

Очень важно, чтобы зонт был качественным, от этого во многом зависит репутация фирмы. Не вовремя поломанный зонт — маленькая, но очень досадная неприятность. Зонт как бизнес-сувенир должен быть надежным и не сломаться во время проливного дождя, чтобы клиент вспоминал только позитивные моменты, связанные с компанией. Уверенность в этом обеспечит Doppler. Свой имидж им доверила уже не одна крупная компания с мировым именем, среди них: Knauf, Nissan, Славнефть.

Даже без рекламной нагрузки зонты Doppler — стильный и модный аксессуар преуспевающего человека. Их рекомендуют гляцевые журналы, уже давно знают и любят в Европе. В России бренд Doppler также успел найти преданных сторонников — успешных людей со вкусом, которые заботятся о своем имидже и предпочитают качественные вещи. Обычно они покупают зонт Doppler сами, но иногда, его можно получить в подарок. ☒



[www.dopplerzont.ru](http://www.dopplerzont.ru)  
[doppler@dopplerzont.ru](mailto:doppler@dopplerzont.ru)



Your umbrella is your image

Quality makes an essential property of any business souvenir, particularly, an umbrella. Otherwise, having failed on a rainy day, this item will mar its owner's mood and, accordingly, spoil the impression produced by the brand on the gift. You will face no such problems with Doppler umbrellas. Production principles adopted by Doppler involve using the best materials and most advanced techniques combined with handcraft. As a sign of their trust in Doppler, many companies request for their newly created logos to be put side by side with that of Doppler. This would enable the recipient to be absolutely confident of the gift's top quality.



# ФЛЕШ ДЛЯ ВСЕХ

**В**аша презентация

Автор: Александр Лёвкин

Какое устройство носит в кармане каждый современный студент? Без чего нельзя представить работу любого бизнесмена? Что лежит на столе возле компьютера любого офисного работника? Конечно, USB Flash Drive! Или, как говорят в народе, просто флешка. Она пришла на смену громоздким дискетам, и сегодня — самое удобное устройство для хранения, переноса и обмена цифровыми данными. Большой объем памяти, легкость при подключении к компьютеру, компактность сделали флешку незаменимым девайсом практически для любой деятельности. И мы уже думаем: как же раньше обходились без такого замечательного устройства? Да, сегодня без привычной флешки в кармане или портфеле нельзя представить полноценной современной жизни. Именно поэтому флеш-накопители практически с момента своего появления стали использоваться как бизнес-сувенир. Менеджеру, директору, секретарю, журналисту... абсолютно всем будет приятно получить такой подарок. Особенно, если это качественная и стильная флешка марки «BAZINT».

В ассортименте компании «РУССКИЙ ПРОЕКТ», эксклюзивного дистрибьютора марки «BAZINT», находится огромный модельный ряд всевозможных флеш-накопителей, специально созданных для бизнес-сувенирных целей. Изделия отличаются не только по форме, дизайну, но и по дополнительным функциям. Общее для всей продукции «BAZINT» — высокое качество, использование в производстве передовых технологий и современного оборудования. Каждая флешка этой марки хранит информацию не меньше 10 лет, а количество циклов перезаписи — более 100 000. Компания «РУССКИЙ ПРОЕКТ» сво-

ей репутацией ручается за качество «BAZINT» и дает гарантию 12 месяцев на всю продукцию.

Теперь давайте посмотрим в каталог, где есть интересные, необычные и даже удивительные флеш-накопители. Все они специально подобраны и изготовлены с учетом, что их будут использовать в качестве бизнес-сувениров. Поэтому разнообразие форм, материала и расцветок дают возможность выбрать именно тот уникальный экземпляр, который будет выделять вашу компанию среди конкурентов. На выбор предлагаются небольшие цилиндрические модели в виде капсул — хороши для раздачи на промо-акциях. Или закрытые алюминиевым корпусом, напоминающие военный жетон, с цепочкой — понравятся сильным мужчинам. Системные администраторы и IT-специалисты пользуются флешками каждые полчаса и им подойдут компактные, складывающиеся модели.

Если вы хотите, чтобы бизнес-сувенир удивлял, обратите внимание на флешки с дополнительной функцией. Например, на флешку с лазерной указкой. Такой подарок понравится не только преподавателю, но и менеджеру, который по роду своей деятельности часто проводит презентации. Есть варианты, когда информацию можно хранить в перочинном ноже, по соседству с раскладным лезвием, ножницами и пилочкой для ногтей. Особо следует отметить USB PEN DRIVE — устройство, совмещающее шариковую или перьевую ручку со встроенной флеш-картой. Респектабельный внешний вид и практичность делают бизнес-сувенир прекрасным деловым подарком для партнеров и важных клиентов компании.



Весь ассортимент флеш-накопителей от компании «РУССКИЙ ПРОЕКТ» имеет широкое поле для нанесения. Логотип можно разместить с помощью печати или гравировки. А возможность выбора любой модели в соответствии с фирменным цветом компании, делают продукцию «BAZINT» оптимальным решением для воплощения корпоративного стиля.

Каждый артикул ассортимента «РУССКИЙ ПРОЕКТ» всегда есть в наличии на складе в Москве. Не обращаясь к посредникам, клиентам компании предоставляют услуги по нанесению логотипа и прочей необходимой символики. Все вместе дает возможность в сжатые сроки изготовить фирменный сувенир для любых рекламных задач. Пользуясь статусом эксклюзивного дистрибьютора, «РУССКИЙ ПРОЕКТ» до минимума сокращает все ценовые «накрутки», предлагая конечным заказчикам доступный по стоимости продукт. ☒

Flash cards for everyone  
Flash cards came into existence only a short time ago but have already become popular business souvenirs. The catalogue published by the Russian Project includes Baziant flash cards. The variety of models and colors enables you to choose business souvenirs for meeting a wide range of advertising objectives. We would like to emphasize unusual flash cards featuring laser pointers and devices built into fountain pens. 

**BAZINT**

BAZINT - высокотехнологичные бизнес сувениры:  
- Флеш-накопители, ручки с флеш-накопителями и другая продукция.

Эксклюзивный дистрибьютор продукции компания "РУССКИЙ ПРОЕКТ":  
- Широкий ассортимент;  
- Наличие на складе в Москве;  
- Услуги по нанесению логотипов и другой символики.

Гибкая система скидок.  
Специальные условия для дилеров.

Контакты ООО "РУССКИЙ ПРОЕКТ"  
тел/факс: +7 (495) 646-98-20 (многоканальный)  
www.ru-proekt.ru  
e-mail: info@ru-proekt.ru, 6469820@mail.ru  
Адрес: 121170, г. Москва, Кутузовский проспект, дом 36, строение 3



## ПОБЕГ НА ВОЛЮ

Автор: Александр Косачёв

Тот, кто её сжигал, нынче помощник мэра.  
Видит живой огонь на пикнике раз в год...  
The Dartz «Переверни страницу»

Стремиться к природе, быть ближе к ней — вот к чему постепенно начинает склоняться современный человек. Отягощенный грузом житейских проблем, унынием офисных будней, суетой городской жизни, он с тоской смотрит в окно, где ему грезится, как светит солнце, роща шумит листвою, прохладой веет от ручья, и щебет птиц так не похож на сигналы автомобилей. И думается ему: «Вот был бы повод, я бы покинул эти проклятые стены и на пару дней забылся бы на просторе полей, лесов, рек...» А лето-то уже на дворе, и надо его не пропустить!

С 2000 года компания «Пикник-Сервис» дает усталым бизнесменам повод оставить город и насладиться всеми прелестями походной жизни, причем со вкусом, со вкусом, с ароматом горячего шашлычка.

Поверьте мне на слово, в городских условиях в автомобиле не так уж нужны домкрат, набор инструментов, фонарь. На улицах, в случае поломки, за вами придут машина автосервиса, или протянет руку помощи проезжавший мимо доброхот. А вот на природе... На природу не попадешь, если не будет мотивации. Поэтому линейка автомобильных наборов, которые предлагает «Пикник-Сервис», в багажнике автомобиля всегда будет кстати. В удобных кейсах удачно размещается все необходимое: тарелки, столовые приборы, термосы, фляги, стопки, переносные мангалы и шампуры — то есть те предметы, которые помогут забыть на свежем воздухе, что мы дети «городской» цивилизации.

Не менее приятной неожиданностью для сотрудников фирмы будет и подарочный набор для загородного отдыха для 2-х и более человек. Организуя корпоративную вечеринку в преддверии летнего сезона, не забудьте, что «совместный труд — он объединяет». Организуя торжество на выезде, преподнесите в чемоданчике из кожи набор стопок, шампуров и флягу для крепких напитков. Ножи и вилки декорированы художественным литьем, которое придаст торжественность событию и добавит процессу приготовления и последующего потребления мяса утонченности и эстетики.

Для поездки на большие расстояния без машины, бывает, что точно не знаешь, с кем, когда и где придется разделить трапезу. Поэтому походный несессер со столовыми приборами на двух, трех или четырех человек, позволит произвести неизгладимое впечатление на партнеров. В комплект может входить и колода игральных карт, которая позволит скрасить досуг в ожидании рейса. Не менее

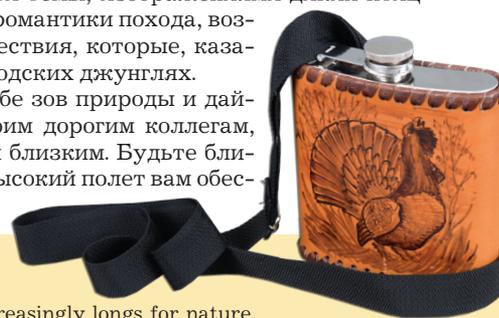
## Ваша презентация

полезным вдали от дома окажется и гигиенический набор: с мылом, бритвой, дезодорантом и полотенцем. Так что, если вам по долгу службы положено организовывать деловые поездки, задумайтесь, как сильно оценит ваш путешественник такую трогательную заботу о его комфорте в пути.

Да если возникает просто необходимость сделать яркий подарок на всю жизнь, то и тут «Пикник Сервис» выручает. Кальян в жестком кофре или фляга всегда найдут своих поклонников. Качество, элегантность и индивидуальность каждого изделия заставят затрепетать от восторга, наверно, любое сердце.

Функциональный бизнес-сувенир — хороший бизнес-сувенир. А если к этому добавить оригинальность решения, декор, использование элитных материалов и ручную работу, то подарок превратится в дар. Все изделия компании «Пикник Сервис» уникальны, оформление художественным выжиганием на натуральной коже рисунками на охотничьи темы, изображениями диких птиц и зверей добавляют романтики похода, возрождают дух путешествия, которые, казалось бы, угасли в городских джунглях.

Пробудите в себе зов природы и дайте услышать его своим дорогим коллегам, клиентам, друзьям и близким. Будьте ближе к земле, и тогда высокий полет вам обеспечен. ☒



Nowadays, the man increasingly longs for nature. Keeping this fact in mind, the Picnic-Service company offers exclusive tools vital for surviving in the wild. Besides, here is an occasion to get out of doors equipped with convenient camping kits, which include not only cutlery, but also portable char grills, and skewers. Handy cases for the kits, skillfully decorated with images of wild animals, will bring the spirit of adventure back to your mind, while being a perfect gift for the forthcoming summer season. 

## Пикник-Сервис

Производство

и оптовая

продажа

рекламно-сувенирной

и подарочной продукции



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

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



 **senator**

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



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

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



## Ваша презентация

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

**TROIKA®**  
G E R M A N Y

**НАЧНИ С ВИЗИТКИ!**



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



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

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



Мы работаем для Вас!



design&printing

Возможно всё...

дизайн • календари • открытки  
конверты • визитки • бланки • листовки  
блокноты • пакеты • буклеты • каталоги  
пригласительные • ручки • сувениры  
магниты • папки • ежедневники • портфели  
ленты • дипломы и самое главное  
всегда в срок, качественно и ...  
с хорошим настроением!

**mural**

DESIGN & PRINTING

тел.: (495) 981-0153, 981-0152, 783-0455  
info@mural.ru | mural@run.ru | www.mural.ru

**DRAGON gifts** Россия Китай  
новые горизонты  
вашего бизнеса

Бейсболки с различной фурнитурой

Футболки

Олимпийская одежда

Флисовый набор: шапочка, шарфик, перчатки, толстовка

Куртки Ветровки

Дарите клиентам комфортный креатив!

Всё это и МНОГОЕ ДРУГОЕ на нашем сайте!  
[WWW.GAIN-DRAGON.RU](http://WWW.GAIN-DRAGON.RU) [gifts@gain-dragon.ru](mailto:gifts@gain-dragon.ru)

## ПРИРОДНАЯ КРАСОТА ГЖЕЛИ



Истари люди на Гжельской земле занимались гончарным промыслом. Для земледелия почвы были здесь скудные, но в недрах своих таили огромные глиняные запасы.

Само название Гжель, предположительно, указывает на основной процесс производства гончарных изделий — жечь, обжигать глину. В летописях этих лет говорится: «крестьяне промышленляют деланием разных сортов посуды и сервизов». Местом сбыта гжельских изделий служила вся Россия — от Петербурга до Крыма, от западных губерний до Сибири.

Сегодня традиции гжельских мастеров трепетно хранят и творчески преумножают современные мастерские. Разнообразие форм с растительно-цветочной, графически-изысканной росписью с использованием сюжетов, наделяют изделия особой декоративной выразительностью. Простота, элегантность и связанность художественной формы с материалом присущи всем гжельским изделиям. Характерно многообразие форм изделий, подчинение утилитарному и их декоративно-прикладное назначение. Максимально применяется принцип соединения посуды со стилизованной скульптурой. Специфическая технология обеспечивает прочность гжельских изделий, долго сохраняющих яркость и свежесть красок. Поэтому здесь всегда можно выбрать замечательный сувенир, сделать индивидуальный заказ или приобрести оптовую партию

продукции. Высокопрофессиональные и талантливые мастера обратят в художественное фарфоровое изделие любой замысел клиента, а опытные художники предложат различные варианты его росписи. Исполнение росписи вручную позволяет создавать множество вариантов одного и того же декоративного мотива. Импровизация, благодаря которой мастер не копирует тот или иной рисунок, а создает каждый раз новые варианты узора или изменяет начертания мотивов. Эта импровизация и составляет основу в работе художников-живописцев. Поэтому любой логотип, вензель, подарочную надпись художники для вас сделают и... готов роскошный представительский подарок. А для придания изделиям привлекательности, изящности и изысканности используется декорирование золотом, что вызывает особый интерес и спрос у придирчивого покупателя. Интересное направление, особо востребованное — это изразцы для каминов и печей. Помимо возможности выбрать форму каминов, можно расписать на изразцах пейзажи или романтические сюжеты. Эти камни и печи не повторяют друг друга, каждый уникален. В салонности и аристократичности этих печей какой-то невыразимый дух и привкус. У раскаленного устья камина принято посидеть с бокалом искрящегося вина или чашкой горячего чая, и не повспоминать прошлое, но и помечтать о будущем. Ну а где камин, там и светильники, подсвечники, напольные вазы, настенные плакетки... выбор велик. Это действительно чудо — звонкое, яркое! Гжельские умельцы ценят природную красоту и умеют её видеть, а красота дарит доброту. Вот так формируется человек — художник, мастер одухотворенный, трепетный, самобытный и традиционный — гжельский.

Рождение этих сказочных изделий вы сможете увидеть своими глазами, ведь мы принимаем экскурсии — показываем и рассказываем о Гжельском народном промысле. Хотим приобщить, прежде всего наших детей к прекрасному. Здесь на территории предприятия создан целый минизоопарк. Есть даже павлины, фазаны, горные козлы и страусы. В тени раскидистых деревьев, неподалеку от пруда, где плавают белые и черные лебеди, утки, гуси находится часовенка Святого Николая Чудотворца, сине-голубая, как чудо-Гжель. Она дает возможность кому-то облегчить душу, кому-то найти спасение, кому-то задуматься о своей жизни, о земном, о небесном, о вечности. А потому разносится над Гжелью колокольный звон, который пробуждает, то лучшее, что есть в человеке, поэтому и рождается здесь много прекрасных изделий, поэтому и не угасает Гжельский народный промысел. ☒



Художественный фарфор ручной работы;  
Изготовление изделий с Вашей символикой,  
дарственной надписью или по Вашему дизайну.

**«Синь России»**  
научно производственное объединение

140145, Московская область, Раменский р-н, с. Гжель  
8 (496) - 464-73-52, 8-926-296-64-72

sinnross@yandex.ru  
www.sinnross.ru



The natural beauty of Gzhel

Gzhel is a native Russian technique of making pottery with typical blue glazed designs. Today's workshops carefully keep and creatively develop traditions of the old Gzhel potters. With a help from skilled and talented workmen, any of the customer's ideas will be turned into a piece of art materialized in china, while experienced artists will offer a variety of colored designs. An article may be made even more exquisite if decorated with gold. A business souvenir produced by Gzhel craftsmen will be a gorgeous representative class gift, a real windfall for the image of a prosperous company.



КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



**Stedman**<sup>®</sup>

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

**ОДЕЖДА ДЛЯ КАЖДОГО!**

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



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



**AXXON**

www.axxon-bag.ru +7 (495) 220 - 64 - 52

Разработка индивидуальных коллекций.  
Изготовление сумок, портфелей, рюкзаков с логотипом заказчика для промоакций и корпоративных потребностей.  
Собственное производство

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

[www.maxra.ru](http://www.maxra.ru)  
[www.polotence.net](http://www.polotence.net)  
dmmkv@dol.ru  
atrium04@inbox.ru  
(495) 317-35-81, 317-23-09  
(495) 317-28-72, 317-35-77

ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ УПАКОВКА  
СТИЛЬНЫЕ АКСЕССУАРЫ

СУМКА С ДИНАМИКАМИ  
"ПРОМО ВЕРСИЯ"  
NEW!!!

ПРАЗДНИЧНЫЕ  
МЕШКИ

КОРПОРАТИВНАЯ  
УПАКОВКА

МЕШКИ-СУМКИ  
ДЛЯ ДЕРЕВЬЕВ

Спортивные  
НОМЕРА

МЕШКИ  
ДЛЯ ОБУВИ

НОВОГОДНИЕ ПОРБЫ  
из бархата и парчи. Офисные сумки  
для документов.

**PROMO - СУМКИ**  
Более 700 разновидностей сумок  
для рекламы и PR.

Заявки на изготовление принимаются  
круглосуточно [ikasa@mail.ru](mailto:ikasa@mail.ru)

**www.ikasa.ru** тел: (495) 507-61-69

Эксклюзивные коробки и мешки  
для вашей продукции!

**Пак-Трэйд**  
[www.paktrade.ru](http://www.paktrade.ru)

Готовая продукция

- Футболки,
- бейсболки,
- козырьки,
- поло,
- ветровки

Рекламно сувенирная печать

Пошив промо-одежды

- куртки,
- ветровки,
- шорты,
- спортивные костюмы,
- толстовки,
- изделия из флиса,
- фартуки,
- платки, повязки на голову.

г. Москва, ул. Просторная, дом 7  
Тел.: (495) 505-22-10, 508-61-05,  
543-57-47 т/ф.: 380-27-02,  
[pak-trade@mail.ru](mailto:pak-trade@mail.ru)

Текстиль

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

# ПОЗВОЛЬ СЕБЕ МНОГОЕ!

**Hanes** ОСТРОВ СОКРОВИЩ проводит летнюю рекламную акцию. Самые популярные модели американского бренда **Hanes** всё лето со склада в России со скидкой\*.

**-15%**

**-15%**

**15%**

\* предложение действует до тех пор, пока товар в наличии на складе.

Скидки на самые популярные модели со склада в Санкт-Петербурге!



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

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

