

ВНЕШНОСТЬ - МОЖЕТ БЫТЬ ЛЮБОЙ,
НО ВНУТРИ - ВСЕГДА VICTORINOX



SwissCard от Victorinox - это многофункциональный инструмент с набором из 11 или 13 функций.
Корпус SwissCard имеет большую площадь для персонификации.



Компания Бюрократ - эксклюзивный дистрибьютор Victorinox в России.

www.buro.ru



PROMOSHAPKA

РОССИЙСКАЯ ШВЕЙНАЯ ФАБРИКА



Ярославль
(фабрика)

150030, ул. Льва Толстого, 26
тел/факс: (4852) 58-29-29, 58-29-15, 58-29-16
e-mail: info@promoshapka.com

Москва
(представительство)

ул. 3-я Прядильная, 7, оф. 9
тел/факс (495) 652-28-05, (885) 231-89-89
e-mail: moscow@promoshapka.com

Санкт-Петербург
(представительство)

Литовский пр., 111
тел/факс (812) 324-33-75
e-mail: spb@promoshapka.com

www.promoshapka.com

www.promoshapka.com

www.promoshapka.com

www.promoshapka.com

www.promoshapka.com

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



ВИННЫЕ НАБОРЫ

ВИЗИТНИЦЫ

ПОДАРКИ

К НОВОМУ ГОДУ!

**БИЗНЕС-
СКУЛЬПТУРЫ**

ПЛЕДЫ

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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru



Москва слезам не верит

Автор: Лео Костылев, президент МАПП



Не верит не только слезам, но почти ничему. И никому. Москвичи, бывающие в других городах России, удивляются и говорят: «Там живут совсем другие люди». И это правда. Другие. Более открытые, добродушные, откровенные, простые. И менее циничные, уставшие, недовольные и высокомерные. Москва верит Мамоне, и лишь призрачный блеск золота и бриллиантов освещает душу москвича, если, конечно, она ещё не заложена. Всё меряется деньгами, всё продается и покупается. Достоинство человека определяется количеством материальных благ, которыми он обладает. И здесь, в борьбе за первенство, сил не жалеют.

Еще сто лет назад Москва была глушью, провинцией, купеческим раем. Герои Толстого и Чехова бежали сюда в добровольные ссылки, цари ссылали в Москву и принудительно. Москва была тем, чем была Америка для Европы. Захолустьем, в котором добыча денег превратилась, за неимением лучшего, в профессию и хобби, развлечение и идею, подменив собой жизнь. Но у Америки и не было другого выхода. Туда бежали, в основе своей, люди практического труда, привыкшие больше к насыщению плоти, а не духа. А уж их потомки были просто хорошими учениками. А у Европы, не говоря о России, выход как раз был. Однако, как видим, страна им не воспользовалась.

В чём американцы действительно хороши, так это в умении навязывать свой стиль и манеру мыслить и жить. Россия же, заявляя о своей особенности, стараясь всеми средствами отгородиться от Америки, живет, на самом деле, по американским принципам и законам. «Православие, самодержавие, народность», — было сказано в свое время об основах российской жизни. «Деньги, олигархия, амбиции», — скажу я про основы сегодняшние. Беспредельная и непобедимая коррупция, управление огромной страной из одного центра, попытки разыгрывать из себя великую державу на нефтяной подоплёке.

А куда же делась российская духовность? Вот она-то и выслана в провинцию, где остались ещё люди, которым неважны марки автомобилей и одежды, во что бы то ни стало. Вытеснена в глушь, чтобы быть забытой навсегда. Уничтоженной извечными российскими бедами — дураками и дорогами.

Что ж, можно жить и так. Живет же Америка. Только гляньте как широко и весело, я бы сказал,

задорно, по-колхозному оптимистично улыбается сенатор Хиллари Клинтон речи своего (чуть не написал «благоверного») мужа в поддержку Обамы, которого еще пару месяцев назад считала неподходящим на роль президента. И когда Обама делал её на праймериз по всей Америке, Бил ублажал соседок. «Но поражение от победы ты сам не должен отличать», — сказал Пастернак. Вот Хиллари и не отличает, по-видимому, ибо поражением для нее было бы потерять власть, приносящую ей материальные блага, а не достоинство как женское, так и профессиональное. «God bless America», — заканчивал Бил Клинтон свои выступления во времена президентства. Но только Мамона, божество древних сирийцев, может благословить такую Америку, и таких её подражателей, для которых благосостояние равняется благополучию, а успех измеряется в денежных единицах. В мире, где правят деньги, нет места чувствам и морали. Они просто оказываются ненужным балластом. А жаль!

И поэтому, большинство главных улиц российских городов продолжают носить имя Ленина. И по улицам этим идут православные священники, неся на перезахоронение останки семьи Романовых из помойной кучи, куда их бросили после расстрела по приказу то же Ленина. Если Николай Романов, последний царь России — святой, то почему в Мавзолее на Красной площади лежит Ленин? Как объяснить это российским детям? Когда нации становится безразлично, что хорошо, а что плохо, первым из языка исчезает слово «совесть». А без слова этого, как в кромешной тьме, все способы хороши! ☒



Moscow Does Not Believe in Tears

In his editorial, Leo Kostylev analyzes the spiritual state in Russia or, to put it more exactly, what has left of it. "Money, oligarchy and ambitions" is the present-day Russian motto, which expelled the bygone spirituality to provincial areas where there are people who do not care at all about car or clothes brands as yet.



ЛИДЕР Z бизнес-сувениры

- ОТ РЕДАКЦИИ**
- 4 Москва слезам не верит
- 6 **НОВОСТИ**
- ТОЧКА ЗРЕНИЯ**
- 10 Будни и будущее бизнес-сувениров
- 14 Отечественное – значит лучшее
- ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ**
- 16 Не бывает неразрешимых задач, бывают непростые решения
- 18 Еще раз про... значки
- 19 Много в одном
- 21 **ТЕКСТИЛЬ**
- 24 Говорящая одежда
- 26 **КЛАССИФИКАТОР СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ**



10

ЛИДЕР Z офисная канцелярия

- 2 **НОВОСТИ**
- ОФИСНОЕ ПРОСТРАНСТВО**
- 4 Офис, отличный от других
- ОФИСНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ**
- 6 Альтернатива: Made in Russia
- 8 Новости с офисного стола: классика и модерн
- ОФИСНАЯ ТЕХНИКА**
- 9 Гаджеты для рабочего стола



14

18

ЛИДЕР Z №8 сентябрь

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
schachin@mail.ru

Корректор:
Марина Краюхина

Журналист:
Александр Косачев

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

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

Web-дизайн, фото:
Василий Тюленев
supercelt@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
www.iapp.ru
www.leader.iapp.ru

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

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

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

Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным межрегиональным территориальным управлением Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство ПИ №2-4881 от 13 декабря 2000 г



24

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 гравюрой, 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».



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

Новинка VIP! Национальные сувениры!

Рекламная группа «Rich Media» предлагает коллекцию национальных сувениров, созданных по мотивам национальных эпосов в европейских мастерских.

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

Рекламная группа «Rich Media», г. Москва



Надувные конструкции для выставок, промо-акций и наружной рекламы

В связи с наступлением осенне-зимнего периода фирма «Эдвенче» напоминает своим потенциальным заказчикам, что все надувные фигуры её производства предназначены для эксплуатации как в теплое, летнее, так и в холодное, зимнее время года. Фигуры отлично работают при температуре от -35 до +35 градусов, и им не страшны ни дождь, ни снег. Как сообщает компания «Эдвенче», эти огромные пневмофигуры не требуют подкачки или любого другого обслуживания. А также они не боятся проколов или небольших разрывов оболочки. Необходимое давление воздуха в оболочке поддерживается автоматически. На все изделия предоставляется гарантия 1 год. Средний срок службы изделий 3-5 лет.

Рекламно-производственная фирма «Эдвенче», г. Санкт-Петербург
www.aerocreativ.ru



Десять лет лидерства

Компания «Картдизайн», являющаяся на протяжении 10 лет крупнейшим за Уралом производителем пластиковых и картонных карт, объявляет новую акцию. С 1 августа по 1 октября можно заказать пластиковую карту с персонализацией всего за 7 рублей!

«Картдизайн» сотрудничает и ведет совместные проекты со многими компаниями разных регионов России. Их продукция выполнена из пластика ведущих европейских производителей и соответствует всем требованиям международных стандартов. А теперь она стала еще более доступна!

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



Представительство компании «ТТС» в Санкт-Петербурге

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

Компания «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 полноцветное). 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, самоклеящиеся», «Планинги».

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



«ДЕКО Медиа» освоила выпуск изделий из кожнозама

Не кожей единой жив корпоративный человек. И не всегда требуются бизнес-аксессуары только из натуральной кожи. Иногда клиенту нужно и «что-нибудь подешевле».

«ДЕКО Медиа» и ранее, при необходимости, выполняла заказы на бизнес-сувениры из кожзаменителя. Но это было бессистемно и не очень удобно, т.к. требовалась некая переналадка производства с кожи на заменитель. Теперь же, проанализировав ситуацию на рынке, компания решила построить специализированный цех с возможностью, при необходимости, его дальнейшего развития.

Теперь можно делать недорогие бизнес-изделия из, н-р, итальянского Quinel, но со стабильно высоким качеством ДЕКО!

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

ДЕКО Медиа, г. Москва



РА «Фабула» представило новую коллекцию

Новое предложение от рекламного агентства «Фабула» – наборы корпоративных бизнес-сувениров, созданных в едином тематическом стиле. Первой темой подобной коллекции стало творчество художников-импрессионистов. Открытки, ручки, календари, блокноты, офисная посуда и другие предметы, в дизайне которых присутствуют элементы картин великих художников, выполнены с учетом их последующего использования в качестве бизнес-сувениров. Заказчику остаётся только выбрать необходимые артикулы коллекции, поместить свой логотип и другие элементы фирменного стиля. В будущем агентство «Фабула» планирует развивать данный подход, и в скором времени появятся новые стилизованные серии бизнес-сувенирных наборов. Презентацию трех новых тем можно будет увидеть на стенде компании на выставке «РАППС», которая пройдет с 16 по 19 сентября 2008 г. в ЦДХ (Москва).

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

Рекламное агентство «Фабула», г. Москва



Красное и черное – новая классика Moleskine!

В этом сезоне, в дополнение к привычному черному цвету, Moleskine предлагает красные ежедневники и еженедельники сразу в двух популярных форматах: компактный – Pocket (9x14 см) и универсальный – Large (13x21 см)! Кроме того, значительно расширяется ассортимент датированной продукции в черной мягкой обложке: ежедневники, еженедельники и планинги



впервые представлены во всех форматах Moleskine. И, конечно, у каждого еженедельника – неповторимые черты знаменитой продукции Moleskine: практичные скругленные углы, удобная эластичная застежка, надежный прошитый нитками переплет, уникальная бумага, функциональная ленто-закладка и фирменный внутренний кармашек.

Компания «СВ групп» – эксклюзивный дистрибьютор продукции Moleskine в России

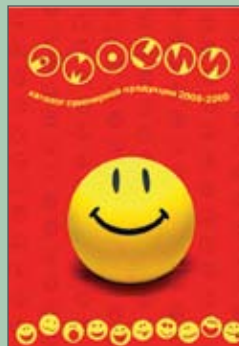
Стрит-лайн со сменным изображением от компании «GreenLUX»

Компания «GreenLUX» представляет стрит-лайн, изготовленный из алюминия и пластика, который предназначен как для использования внутри помещений, так и для улицы. Благодаря хромированным и алюминиевым вставкам конструкция выглядит очень стильно и современно, выгодно отличаясь от обычных стрит-лайнов. Зажимной профиль позволяет легко менять изображение, а специальный лист прозрачного пластика предохраняет плакат от повреждений.



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

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



Только положительные «Эмоции»

Компания «М-Фактор» объявляет о выходе в августе нового каталога сувениров «Эмоции», каждый продукт которого вызывает только положительные эмоции. В нем представлен весь спектр – от VIP до промо-подарков.

Склад пополняется. Компания «М-Фактор» готова к сезону!

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

Компания «М-Фактор», 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 16Гб. Несмотря на миниатюрные размеры у малютки хорошее рекламное поле для логотипа, а кожаный чехол-брелок не позволит ее потерять. Но это еще не все: в качестве VIP-подарка малютка 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 «МАЙпринт», г. Москва

Это не просто USB-память!

Компания «Мастер Медиа» задает новый стандарт сувенирных карт памяти - USB Flash Drive из вулканического стекла в премиум-боксе. Мастера компании вручную из обсидиана (вулканического стекла) создают подарочные USB Flash Drive, которые упаковываются в деревянные коробочки из красного дерева с ложементом из бархата. В подобном подарке, выполненном руками мастера, а не бездушной штамповочной машиной, больше эмоций, тепла, личного отношения.

Этот подарок является первым из серии эксклюзивных электронных гаджетов, которые «Мастер Медиа» планирует производить в будущем.

**ООО «Мастер Медиа», г. Москва
www.master-media.ru**

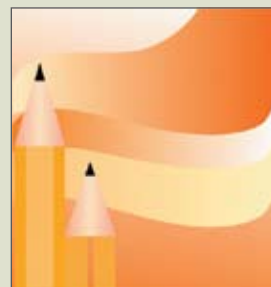


Карандаши увеличивают внутренний диаметр

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 найти в Классификаторе сувенирной продукции, в рубрике «Карандаши» или на нашем сайте WWW.KARANDASHI.COM

Компания «Красинский карандаш», г. Москва



Скажи вандалам нет!

Фирма «МеталГраф» предлагает решение проблемы недолговечности листовок и табличек, страдающих в первую очередь от рук юных варваров. Ведь в наше время все чаще обращают внимание на стойкость и долговечность изделий. Сколько раз мы встречали останки некогда красивой листовки или таблички в лифте – оборванные и зачастую обугленные? Таблички из алюминия, которые легко моются, обладают значительными прочностными характеристиками и отлично выглядят, избавят Вас от лишних тревог.

Более подробную информацию Вы можете получить у нас в офисе.

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

Компания «МеталГраф», г. Санкт-Петербург



Часы-игра

Если время течет медленно, компания «М-Фактор» предлагает поиграть с ним! Новые часы-игра скрасят Ваши будни! Посмотрите в окно и одените человечка по погоде. Специально для Вашей компании возможно изготовить индивидуальные магниты. Ни Вы, ни Ваши партнеры не соскучатся!

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

Компания «М-Фактор», г. Москва



Многогранные сувениры к новому году!

Специализированный производственный центр «Сувениры.ру» предлагает к новому году технологические новинки с использованием трехмерных объемных фотоизображений в сувенирной продукции. Очень важно профессионально разработать трехмерный дизайн с использованием рекламных фото, правильно выбрать пластик (полипропилен) для нанесения полноцветного изображения от 0,2 мм до 1,5 см и учесть еще множество нюансов. Все эти задачи успешно решаются в компании «Сувениры.ру». Обновлена линейка цветов и фактур современных материалов. Объемные фотоизображения используются при изготовлении корпоративных открыток, конвертов, квартальных настенных календарей. «3D-PRIZMA VISION» – новая технология печати многокадровых объемных анимационных изображений на плоской поверхности придаст исключительно яркий и запоминающийся вид рекламной продукции.

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

Специализированный производственный центр «Сувениры.ру», 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.carddesign.ru**

Новый сезон от «MURAL»!

Компания «MURAL» представляет новейшую коллекцию ручек из Италии: недорогие и яркие для промо-акций, стильные и не скучные для трудовых будней в офисе, дорогие и очень дорогие для VIP-подарков.

Также «MURAL» предлагает изящные и стильные коллекции аксессуаров и изделий из кожи и кожзаменителей, оригинальные портфолио.

Новая коллекция от «MURAL» позволяет Вам выпустить свой персональный ежедневник, еженедельник, в конце концов, блокнот для записей и «облачить» его в итальянскую новинку по последней моде. Доступен различный диапазон цветов, неповторяющиеся фактуры (от страуса до крокодила) и всевозможные элементы отделки – веревочки, кармашки, колечки, позволяющие установить писчий блок и дающие возможность и на следующий год, заменив его, «продлить жизнь» обложке.

Все это и многое другое в новом проекте Revelation от Компании «MURAL» на выставке «Бизнес-сувениры и подарки» 16-19 сентября 2008 г., ЦДХ, стенд 19-16.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в информационной части на стр. 17.

**Компания «MURAL», г. Москва
www.mural.ru**

Упаковка, созданная с любовью

Компания «Правила Успеха» предлагает новый для российского рынка упаковки продукт: коллекция новогодних тубусов со специально разработанными дизайнами под определенные целевые аудитории. По мнению руководителя компании Владимира Краснобаева, сейчас в России много однотипной упаковки со стандартными Дедами Морозами и Снеговиками, напоминающие советские жестяные коробки. В новой коллекции есть несколько вариантов. Для девочек упаковка с изображением кукол, а для мальчиков – машинки, которые тщательно прорисованы по всей поверхности. Тубус с изображениями ярких оранжевых мандаринов и снежинок вызовет у взрослых потребителей теплые воспоминания о Голубом огоньке, фильме «Ирония судьбы», наряженных елках на площадях города. Для повышения уровня такой упаковки на тубе используется высокоглянцевая прочная ламинированная этикетка, у тубы есть веревочные ручки, с открыткой для поздравлений.

Компания «Правила Успеха», г. Москва



«Simple Magic Factory» – Мир в стекле

Чтобы произвести впечатление, подарок должен быть не только стильным и оригинальным, в нем должна быть изюминка. Компания «Simple Magic Factory» предлагает инновацию в мире бизнес-сувениров. Стеклокристалл с объемным трехмерным изображением внутри – это лучший деловой подарок. Это лицо фирмы, носитель корпоративного стиля и рекламной идеи и, главное, это показатель уважения к клиенту или партнеру. Мы разработаем дизайн, создадим оригинал-макет и изготовим партию изделий специально для Вашей компании.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Бизнес-сувениры оригинальные». «Simple Magic Factory» г. Санкт-Петербург

Малыш «Эдельвейс»

Компания «Бюрократ», эксклюзивный дистрибьютор Victorinox в России, представляет карманный многофункциональный нож «в цветочек». Карманный нож «Эдельвейс» – наглядный пример полезной игрушки. Этот малыш, размером с большой палец (58 мм), разрисован смешными цветочками, этакий дамский вариант. Несмотря на небольшой размер, «Эдельвейс» включает восемь (!) функций. Лезвие, рукоятка с удобным кольцом для ключей, а также спрятанные выдвижные части: зубочистка, пинцет, ножницы, пилочка для ногтей с инструментом по уходу. И еще одно несомненное преимущество: в отличие от большинства современных гаджетов, в устройстве которых владелец не может разобраться и возвращает их в полной уверенности, что они сломаны, этот «цветочек» элементарен в эксплуатации. А швейцарский бренд Victorinox дает на него пожизненную гарантию. Вот такой почти вечный забавный сувенир.



Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 1. Компания «Бюрократ», г. Москва

Компактный Kingston

Компания «Бюрократ», официальный дистрибьютор Kingston, представляет новые модели супертонких USB-накопителей. Среди продукции Kingston новые флешки на сегодняшний день – самые легкие и маленькие по габаритам. Вес новинок в «говорящей» серии DataTraveler Mini Slim около 6 грамм, размер – 138x16x6 мм. Дизайн – максимально удобный: компактный флеш-драйв скорее напоминает брелок, который вполне уместен в общей связке ключей. Корпус флеш-драйва изготовлен из легкой пластмассы, а его конструкцией предусмотрен удобный защищенный разъем. Модели представлены в трех цветовых вариантах: черный, синий, розовый. Как и на всю продукцию Kingston, на DataTraveler Mini Slim предоставляется двухлетняя гарантия.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 1. Компания «Бюрократ», г. Москва



Уникальное предложение на рынке бизнес-сувениров

Рекламно-сувенирная компания «Эдельвейс» делает уникальное предложение на рынке бизнес-сувениров: разработка и производство подарочных наборов по индивидуальному заказу. Большой простор для фантазии предлагает собственная коллекция бизнес-подарков компании, включающая в себя отдельные оригинальные коллекции винных аксессуаров, подарков для женщин и подарков для мужчин. И все это в индивидуальной подарочной упаковке. Наличие собственного склада и производства дает



основания компании «Эдельвейс» гарантировать кратчайшие сроки и предлагать самые привлекательные цены. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на стр. 21. Компания «Эдельвейс», г. Санкт-Петербург

Отличный способ награждения – гравертон

Компания «ДПС медиа» наладила производство гравертонов. Особым методом изображения переносятся на специально подготовленные металлические пластины. Это может стать прекрасным индивидуальным подарком, а также хорошей возможностью наградить или отметить компанию-партнера или сотрудника.



Кроме того, типография, как и прежде, готова делать оригинальную новогоднюю упаковку. Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти в Классификаторе рекламных услуг, в рубрике «Полиграфия – все виды услуг». Компания «ДПС медиа», г. Москва

Яркая деталь женского гардероба

К новому сезону компания «Leela Sales Promotion» представляет новинки ассортимента: женские футболки и поло. Эти стильные модели станут яркой, запоминающейся деталью Вашей промо-акции, привлекут и надолго удержат внимание потенциальных клиентов. И всё это по более чем выгодной цене. Продажи уже начались.



Футболка LEELA JULIA: 100% хлопок высшей очистки, резинка 1x1, размеры S-M-L, плотность 240 г/м², 4 цвета: белый, бирюзовый, розовый, красный. Рубашка-поло LEELA QUEEN: 95% хлопок высшей очистки, 5% эластан, ткань пике, 4 пуговицы, размеры S-M-L, плотность 190 г/м², 4 цвета: белый, оранжевый, красный, темно-синий. 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

Пошив корпоративной одежды по европейским стандартам

Пошив корпоративной одежды в строгом соответствии с дизайном заказчика и одновременным нанесением фирменной символики фабричными методами теперь доступен в российском представительстве шведской компании New Wave Group. Именно для этого представители ЗАО Группа Нью Вэйв совершили поездку по странам Юго-Восточной Азии – Китай, Вьетнам и Бангладеш, – где посетили местные представительства New Wave Group и 14 фабрик. В результате, были построены новые схемы логистики и оптимизированы поставки продукции на российский рынок.



ЗАО Группа Нью Вэйв, г. Москва

БУДНИ И БУДУЩЕЕ

Реклама в России прочно заняла своё место. Один из её инструментов, бизнес-сувенир, стал неотъемлемой частью деловой коммуникации. Сотрудники, которые занимаются созданием деловых подарков для своей компании, директора и даже подростки, получающие приз за участие в промо-акции, так или иначе, знакомы с основополагающими принципами этой отрасли. Нельзя делать бизнес-сувенир без нанесения, он должен быть функциональным, отражать дух компании-дарителя, а ручка — это пока бесспорный лидер среди бизнес-сувениров. Об этом уже достаточно много написано и сказано.

Эти принципы появились не сразу. В процессе многих проб и ошибок, долгих поисков и находок. Однако и очертания континентов приобрели свой окончательный вид не в одно мгновение. Сувенирная отрасль еще не сформировалась окончательно, тем более, в отличие от континентов, она более динамична и во многом отражает тенденции современной деловой жизни. Причем, как коммерческой, так и общественной. О некоторых новых закономерностях сувенирного рынка, которые, несомненно, необходимо учитывать при работе с бизнес-сувенирами, мы попробуем рассказать в этой статье. А может кто-то захочет пойти от обратного и сформировать свой собственный подход к созданию деловых подарков. В любом случае, надо быть в курсе новых тенденций и требований, которые предъявляют сегодня к сувенирной продукции.



ТРИ НОВЫХ КИТА

Для создания объективной картины сувенирного рынка, журнал «Лидер МАПП» поговорил с экспертами этой отрасли. Ими выступили директор и специалисты ведущих производителей и поставщиков сувенирной продукции из Москвы и Санкт-Петербурга. К моему собственному удивлению, все они, не сговариваясь, отметили три важных критерия.

Качество. Все, наоборот, помнят начало девяностых, зарождение российской рыночной экономики — страх, трепет и надежду, связанную с наступлением лучших времен. В этой, еще несформированной новой жизни, нас могло удивить что угодно: убогая китайская одежда, плохо приготовленная, но с пафосом поданная ресторанная еда, плохо сделанные рекламные ролики, и могли искренне радоваться некачественной шариковой ручке с кривым логотипом, подаренной за участие в самой первой промо-акции. Теперь мы стали более профессиональными, и, как следствие, более требовательными к потребляемому продукту. Мы всё тщательней выбираем между телевизором Samsung и Sony, о китайских аналогах задумываемся лишь тогда, когда преднамеренно берем технику на «короткое время», зная, что скоро она сломается. Но, самое главное — научились отличать качественную вещь от некачественной, подлинную от подделки. То же самое и в бизнес-сувенирах. Конечно, дареному коню зубы не смотрят. А вот дареному бизнес-сувениру смотрят и «зубы, и печень, и остальные органы». И су-

дят по качеству этого сувенира и о фирме в целом, и о ее директоре в частности. А также о возможных перспективах дальнейшего сотрудничества — или же об отсутствии оных.

Казалось бы, это достаточно очевидно, что сегодня рекламный подарок должен быть качественным, но не всегда, к сожалению, это требование выполняется. Пример: в прошлом году присутствовал на пресс-конференции одной крупной компании. Всем журналистам дарили флешки. Тогда как на подобных мероприятиях максимум, что можно получить — ручку и блокнот, в редких случаях прилагается брелок или пакет. А тут организаторы расщедрились на флешку — крайне необходимую для журналиста вещь. Но не все оказалось таким уж радужным. Буквально через пару дней микросхема выпала из корпуса, через неделю флешка окончательно отказалась записывать файлы, причем в тот момент, когда это было особенно необходимо. Коллеги, кстати, жаловались, что обнаружили в ней вирус. То есть сувенир должен был расположить получателя к перспективному сотрудничеству с компанией, но результат оказался прямо противоположным. В этом случае, лучше подарить не флешку, а, скажем, ту же ручку, но качественную.

«Определенно, если еще не отжили себя, то все больше сходят на нет некачественные сувениры, — говорит президент МАПП Лео Костылев. — Мне кажется, даже на выставке уже стыдно дарить некачественную продукцию. Люди приобрели достаточный опыт в использовании

БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ

Автор: Александр Лёвкин



сувениров для бизнес-целей. Все прекрасно представляют определенные стоимостные категории вещей, и, как следствие, их деловые качества».

К этому же призывает Екатерина Цуканова, руководитель направления сувениры и бизнес-подарки компании «Бюрократ»: «Выбирайте свой бизнес-сувенир с максимальной гарантией от производителя, тогда и о вашем бизнесе никогда не скажут, что он «развалился так же быстро, как и сувенир». И, конечно же, не только профессионалы отрасли, но и заказчики понимают эту тенденцию. Подтверждение мы находим в комментарии Екатерины Елисеевой, директора по маркетингу рекламного агентства «Нева»: «Буквально недавно Питер был наводнен дешевыми ежедневниками «Светоч» российского производства, сегодня их позиция все больше сходит на нет — заказчик предпочитает более качественную европейскую продукцию».

Концепции. Понятие «качество» распространяется не только на сами бизнес-сувениры, но и на процесс их создания — путь обычного зонтика со склада сувенирной продукции до рук получателя

подарка. Теперь этот путь стал немного длиннее и заковыристей, что, несомненно, пошло на пользу общему делу. Как говорят старожилы рынка, не редки были случаи (да и сейчас иногда встречаются), когда заказчик прибежал за неделю (а то и за 3 дня) до Нового года, скороговоркой просил «хоть что-нибудь на подарок партнерам», получал пыльные позапрошлогодние пепельницы (больше просто ничего не было) и раздавал их, приложив сверстанную секретаршей в PowerPoint'e открытку. Такое формальное отношение к подарку, по принципу «лишь бы что-то подарить», также постепенно переходит в категорию архаизмов. «Сотрудники рекламных отделов стали задумывать-

ся над вопросом: «а почему мы дарим именно это? Кому и зачем мы дарим?», — говорит Лео Костылев. Такие вопросы в итоге приводят к созданию сугубо индивидуального бизнес-сувенира, в который вложена идея и определенный смысловой посыл, концепция, а такой сувенир за 3 дня не сделаешь. Эта тенденция продиктована современными рыночными условиями, пониманием механизмов воздействия профессиональной рекламы, высокой конкуренцией — бизнес-сувениров дарится всё больше и надо как-то выделиться на общем фоне. А выделиться можно не столько самим подарком — одинаково красиво преподнести хоть записную книжку, хоть МРЗ-плеер — сколь-

ко именно идеей, пусть даже не сверхкреативной, но весьма оригинальной. «Надо избегать не каких-то определенных сувениров, а общих подходов, — делится своим мнением генеральный директор компании «Во!сток» Игорь Михайлов. — Если раньше бизнес-сувениры были достаточно редким явлением, то теперь мы стали более искусственными. И важно сделать так, чтобы подарок не только был полезным и функциональным, но и интересным. Если вы дарите ручку, то потрудитесь, чтобы она была красивой, и человек, у которого уже и так с десятком подаренных ручек, хотел писать именно вашей, или хотя бы сохранил ее у себя. Именно это сей-



час важно для заказчиков сувенирной продукции». Простой пример из головы: компания дарит своим клиентам миксер. «Ну, спасибо, миксер вроде хороший, пригодится», — реакция будет примерно такой. Одновременно их конкуренты дарят такой же миксер, но красиво оформленный, в интересной упаковке и со слоганом: «Приятного аппетита!». Нетрудно ответить на вопрос: чей подарок будет выгодней отличаться.

Выделяться! Придумывать! Удивлять! — вот главные слова современной бизнес-сувенирной коммуникации. Хорошо, когда маркетинговый/рекламный отдел сам разрабатывает концепцию собственного сувенира, но сейчас крупные поставщики и рекламные агентства могут помочь в этом, только, разумеется, надо обратиться к ним заранее. «Подарить можно и булавку, если в нее вложена интересная идея», — подытожил Дмитрий Лавриков из компании «Альфа-Дизайн». Бизнес-сувенир — это коммуникация, а коммуникация должна говорить уже одним своим внешним видом.

Гаджетомания и многофункциональность. Иногда создается ощущение, что ученые обезумели. Скооперировавшись с маркетологами, они стали бесконечным потоком изобретать различные технические новшества. Мышка-телефон, карманная кофе-машина, брелок-калькулятор — все как будто из арсенала секретного шпиона. Но больше всего гаджетов имеет приставку USB. В

«универсальную последовательную шину для периферийных устройств» чего только не подключали: холодильник, вентилятор, аквариум, пепельницу, маникюрный набор, пылесос. Популярность гаджетов понять несложно. Это и своеобразный ответ на требование заказчика «сделать какой-нибудь необычный бизнес-сувенир», и все большее обрастание различной техникой в нашей повседневной жизни, и, несомненно, многие из них полезны и, что важно сегодня, имеют расширенную функциональность. «Сейчас все новинки на рынке бизнес-сувениров диктует технический прогресс, — рассказывает генеральный директор Lexx Group Юрий Стаханов. — Различной электроники будет появляться всё больше и больше. Это также связано и с тем, что цена на неё постоянно падает, что, однако, не сказывается на ее качестве. Даже различные модификации плеера iPod становятся сувениром для массовых промо-акций». С Юрием Стахановым согласны все его коллеги. «Среди новинок конечным покупателям стоит обратить внимание на гаджеты. Уверен, этот сегмент покажет самый большой рост интересных премьер», — считает Дмитрий Лавриков из Alfa-Design.

«Сейчас в Европе очень популярны портативные ноутбуки, которые в полтора раза меньше стандартных, — делится своими наблюдениями Лео Костылев, — их цена колеблется в районе 300-400 евро. В

этом году в России такие бизнес-сувениры вряд ли будут делать, но в следующем, если мини-ноутбуки подешевеют на 50-70 евро, может быть предприниматели сочтут их интересным подарком для партнеров или в качестве премии для сотрудников по итогам года».

Отдельно стоит сказать о тенденции многофункциональности бизнес-сувениров. Обратите внимание, сколько стало появляться ручек-флешек, календарей-часов, кружек-телевизоров (шутка). Все знают, что бизнес-сувенир должен быть полезным, презентуемый должен использоваться им постоянно, а если у предмета две и более функции, то, соответственно, сфера его применения существенно расширяется. Показательным подарком можно назвать «гаджет» Victorinox, который предлагает компания «Бюрократ». Карманный нож размером с большой палец оснащен шариковой ручкой, лазерной указкой, ножницами, отверткой, пилочкой для ногтей и флешкой на 16 Гб.

Также расширенная функциональность сувенира может стать помощником при создании оригинальной концепции, стать основой рекламной коммуникации. Своими идеями поделился Игорь Михайлов («Во!Сток»): «На выставках или промо-акциях можно раздавать брелки-диктофоны, с записанными рекламными сообщениями или пожеланиями. Или дарить флешку «с секретом» — когда подключаешь её к компьютеру, она автоматически открывает Интернет-страницу, которую запрограммировал заказчик».





КЛАССИКА НЕ ЗАБУДЕТСЯ

По мнению журнала «Лидер МАРП», перечисленные выше тенденции являются наиболее характерными для сегодняшнего бизнес-сувенирного рынка. И сделать хороший подарок кому угодно без их учета невозможно. Ниже мы расскажем о других прогнозах, которые упомянули опрошенные эксперты.

После всего сказанного может показаться странным, что никто не списывает со счетов «классические» ежедневники, календари, планинги, визитницы и другие чисто деловые подарки. Наоборот, в этом сегменте даже прогнозируется повышение спроса. Гаджеты-гаджетами, но для корпоративного сувенира пока ничего лучше ежедневника не придумали. Однако требования качества и концептуальности распространяются и на них. Слово Дмитрию Лаврикову («Альфа-Дизайн»): «Наша компания прогнозирует увеличение спроса на ежедневники, еженедельники и другие предметы, входящие в определение «дневники». Среди них также прослеживаются определенные тренды. Если раньше предпочитали перекидной календарь, то сейчас все больше дарят настенные календари или календари с дополнительной функцией (например, часами). При этом делают упор на оригинальность и дизайн». Менеджер компании «Калейдоскоп» Светлана Яковлева подтверждает: «В классе корпоративных подарков, несомненно, лидирующие позиции останутся у ежедневников. При этом заметен тренд в сторону более индивидуальных проектов. Заказчики теперь хотят не просто ежедневник со своим названием на обложке, а его индивидуальное наполнение, размещенные внутри данных, интересных для них и их партнеров». И в завершении темы ежедневников высказывание Екатерины Елисейевой (РА «Нева»): «Тенденции рынка бизнес-сувениров чаще всего проявляются в пожеланиях заказчика. Среди них я могу выделить то, что они стали смелее в выборе цвета. Раньше корпоративная политика требовала от ежедневников и визитниц строгие цвета: серый, коричневый, черный. Сейчас наши заказчики все чаще берут эти предметы с оранжевой, синей или красной обложкой». Как видно, даже ежедневник надо сделать интересным, вложить в него идею, прежде чем подарить. Иначе, иску-

шенный в подарках человек даже не заметит его среди десятка подобных.

Следует добавить, что из категории «классического подарка» никуда не денется ручка. Не собранная на коленке из плохих материалов, а хорошая, интересная и удобная. Всё большую популярность набирает флешка. По незаменимости она уже вполне может конкурировать с ручкой. А ее несомненное преимущество — способность к модификациям. Хотите — миниатюрную с бриллиантами, или, пожалуй, с кодовой системой защиты, а можно заказать флешку в виде банана. Всё это дает огромное множество вариантов воплощения идей для креативной рекламной коммуникации, что очень важно сегодня.

Что касается брендов, то здесь профессионалы советуют быть очень осторожным. Сейчас, когда потребительский рынок заполнен всевозможными марками, у людей складывается к ним своё отношение, и не всегда положительное. Особенно это характерно для всемирно известных брендов. Кому-то не по душе чрезмерный пафос Mercedes и он предпочитает более сдержанный, но не менее солидный Maserati. Если перенести это отношение в мир бизнес-сувениров, то можно таким образом противопоставить бренды Parker и Aurora. В этом случае, как советует Юрий Стаханов («Lexx Group»), любой крупный бренд может предложить свою продукцию для индивидуального нанесения заказчика, но без собственного лого. Или, если следовать совету Лео Костылева, в тех случаях, когда это возмож-

но, использовать продукцию менее известных, но качественных брендов, к которым нет определенного — положительного или отрицательного — отношения. Так в ходе работы над статьей, респонденты назвали некоторые марки, на которые следует обратить внимание. Среди них: разнообразные коллекции ручек Cross («Бюрократ»), кожаные аксессуары Braun Buffel, элегантные сувениры VIP-уровня Dalvey («Калейдоскоп»). Впервые в России только с 2008 года можно приобрести стильные аксессуары от Lamborghini («Альфа-Дизайн»). На эти бренды делают ставки поставщики бизнес-сувениров, и на них следует обратить внимание конечным заказчикам.

ОТ ОБРАТНОГО

В заключении хочется сказать о том, какие бизнес-сувениры делать не надо. Конечно, тут нельзя апеллировать конкретными понятиями и точными инструкциями по типу: с этого года запрещается дарить кружки, зонтики и подставки под карандаши, зато очень даже правильным будет, если вы подарите алкоголь и флешку. Надо избегать стандартных решений — в сфере бизнес-сувениров, как составляющей рекламной деятельности, шаблоны не приведут к положительным результатам. В ассортименте поставщиков сувенирной продукции есть множество интересных, необычных и функциональных подарков. Добавьте немного креатива (и свой логотип, конечно) и подарок обязательно выполнит возложенные на него функции. ☒

The present and the future of business souvenirs

As time goes by, any activities undergo radical changes. If you want to be moving forward fast and be ahead of your rivals, you must keep abreast of the today's trends and prospects of the professional market. This article will tell you about specific trends of present-day business souvenirs in Russia as well as their quality, concepts and multifunctionality.





ОТЕЧЕСТВЕННОЕ

Автор: Лео Костылев, президент МАПП.

Старшее поколение хорошо помнит этот советский лозунг, украшавший улицы городов задолго до появления в России рекламы. Да и не думали его создатели над рекламной составляющей этой фразы, просто надо было выразиться на тему, и всё тут! Звучало это в те годы, по меньшей мере, комично, ибо, при всем уважении к российским гражданам, продукция советских производств оставляла желать много лучшего. Люди готовы были часами слоняться по магазинам в поисках финских яиц, кубинского сахара, марокканских мандаринов и прочего «заморского» лакомства. Питерцы за молоком, сыром и творогом снаряжали продотряды в Эстонию, которая хоть и была частью Советского Союза, но уже пахла заграницей, со своими «Кафе», вместо привычных кондитерских и булочных, в которых горели свечи и кофе подавали не в граненых стаканах, а чашках,

и не с молоком, а с ликёром или коньяком, и которым запивали не утопившие в прогорклом растительном масле пышки (или пончики), а посыпанные шоколадной крошкой сбитые сливки. Настоящая заграница!

Когда к восьмидесятым годам окончательно стало ясно, что отечественные товары не только не являются лучшими, но даже не совсем хороших, их всё равно выпускается катастрофически мало, риторика сместилась в сторону производства вооружений, которые-де и были теми самыми лучшими в мире. Тоже миф, конечно, который было просто советскому потребителю. Я и до сего дня не могу взять в толк, кто же и с какой целью выдвинул такой лозунг тогда, в те бородастые советские годы. Какой-то полиглот, съездивший на Запад и сумевший перевести фразу из какого-нибудь рекламного ролика? Или незадачливый политик, попр-

сивший переводчика донести до него содержание понравившейся рекламы, и учуяв в этих словах потаённый смысл, созвучный советским амбициям быть во всем лучшими и везде первыми? Ведь фраза эта имеет смысл только в такой модели хозяйствования, где существует конкуренция, причём международная. Когда товаров производится с избытком, и у потребителя есть возможность выбора из них. Только тогда производитель может решить, в дополнение к качеству своего товара, его стоимости и доступности, попробовать надавить на патриотические чувства граждан. В Финляндии все 90-е крутили по телевизору рекламу: «Покупай отечественное. Сам знаешь, почему». И действительно, к этим годам уже все знали, почему. В России же, фраза настолько скомпрометировала себя в те советские годы, что сейчас никто уже и не решается поставить её слоганом своей рекламной кампании.

А жаль! Ибо лишь теперь она могли бы принести тот желанный, а главное, полезный результат. Только теперь в России уровень конкуренции и товарной наполняемости достиг той отметки, когда потребителя необходимо направлять на приобретение отечественных товаров. Да и качество многих изделий позволяют им конкурировать с импортными, а некоторые даже превосходят их. И только теперь становится необходимой в масштабах всей страны такая политика.

Но странные вещи не перестают происходить. По телевидению и в прессе рекламирует себя главная фирма российской экономики «Газпром». И теперь мы знаем что она — «национальное достояние» и ещё многое, многое другое. Однако, как фальшиво смотрится реклама компании-монополии, которая может позволить себе вообще не тратить денег на такие пустяки. Без их продукции страна не проживёт и недели, так зачем же напоминать об этом? И вот, открыто и на виду «Газпром» заказывает ничёмные рекламные кампании по телевидению (может разве для поддержки последнего), спонсирует футбольные и хоккейные команды, помогает детскому спорту и т.п. В то же время, компания ведёт важнейшую для страны работу, о которой не подозревают не только граждане России, но даже работники СМИ. Компания поставила перед собой задачу отказаться от закупок материалов и оборудования для своей деятельности от импортных источников. На сегодняшний день «Газпром» закупает за рубежом лишь 14% от общего объема, причём две трети импорта приходится на Украину, то есть, на бывшие советские заводы. Они ведут планомерную работу по им-

пенная для России, так же как это было и остаётся приоритетом в других странах. Покупая отечественное, мы поддерживаем производителя, деньги остаются внутри страны, и вся добавленная стоимость тоже. Вот квинтэссенция настоящего патриотизма. Без разрывания рубашек и деления на «наших» и «не наших». Без разделения на цвета, места регистрации и т.п. Покупая отечественное, мы оказываем ежедневную посильную помощь нашим согражданам, даём им шанс на лучшее будущее.

Нынче модно быть патриотом. Этому способствует и укрепление роли России на международной арене, и экономические успехи страны, и даже спортивные достижения россиян. Но мало носить на шее зенитовский флаг или призывать всех чиновников пересечь из «Мерсе-



— значит лучшее

портозамещению, и как можно видеть из цифр, весьма успешно. Компания проводит региональные совещания, пытаясь через них привлечь российских производителей в свои партнёры и поставщики. Нет, нет, я не сплю и не брежу! Это действительно так! Не директора заводов обивают пороги кабинетов небожителей из крупнейшей компании страны (хотя и так бывает), а они сами (спускаясь, видимо, с небес) едут в регионы и уговаривают директоров заводов начать производить необходимую для них продукцию. Видя эту работу собственными глазами, я был удивлён и не удержался от вопроса: «Неужели не проще купить всё это, например, в Японии или Италии»? — «И дешевле, к тому же» — было мне ответом — «однако, мы хотим участвовать в восстановлении экономики страны. Мы хотим платить деньги своим гражданам». Вот о чём следовало бы делать рекламные ролики. Вот по какому поводу опять уместно было бы сказать: «Отечественное — значит лучшее». И пусть пока это будет небольшой аванс, но уже сама нацеленность на отечественный рынок достойна самой высокой похвалы.

Страна начинает привыкать к тому, что российские товары не уступают аналогам зарубежным, и уже, во всяком случае, в пищевой промышленности, они по многим позициям вытесняют импорт. Научить людей протягивать руку к российской продукции — задача первосте-

десов» на куда не годные «Волги». Патриотизм — это когда каждый раз вынимая деньги из кармана или платя по счетам, мы думаем о том, есть ли возможность приобрести такой же товар отечественного производства. Каждый раз. И тогда отечественное станет непременно лучшим. ☒



“Made in Russia” means the best.

IAPP President Leo Kostylev speaks about the role of Russian goods in the national economic growth in this article. By the example of such a huge corporation as Gazprom, which buys Russian products only, the author emphasizes the need to support national manufacturers. It is a demonstration of patriotism but not an attempt to divide people into “friends” and “strangers.” By buying domestic products, we render feasible aid to our compatriots on a daily basis and give them a chance for a better future.



Не бывает неразрешимых задач, бывают непростые решения

Автор: Александр Лёвкин

Хлебом и зрелищами нельзя удовлетворить все свои потребности, человек, ко всему прочему, всегда требовал и новых испытаний для своего ума. Только по популярности шахмат можно судить, насколько важно человеку применять и развивать свою способность к абстрактному мышлению. Но не менее популярными и в Древнем Египте, и в Античной Греции, и Средневековой Франции были металлические головоломки — компактный и с виду простой символ стремления нашего мозга к различным загадкам и поиску их решений.

И в современном мире, с его бешеным темпом, потребности в интеллектуальной игре остались, даже стали еще более важными. Элегантное хитросплетение стальных колец не только поможет скоротать время в дороге или расслабиться в минуты отдыха, но и упорядочить свои мысли,

привести их гармонию. Это как медитация: погружаясь в ненавязчивый поиск решения, мысли освобождаются от информационного шума, скопившегося за день, голова становится ясной. И нередко сквозь переплетения механизма головоломки проступают новые идеи для бизнеса, ответы на вопросы, которые терзали вас долгое время. Сложно объяснить, как это получается, единственный верный способ понять — попробовать разгадать самому.

Головоломка, вместе со своей сложной философией, — крайне популярный предмет. Неважно кто ты — простой школьник или крутой бизнесмен — головоломка может надолго увлечь любого в свой необъятный и непредсказуемый мир. Например, одна авиакомпания перед рейсом раздавала своим пассажирам металлические головоломки. В результате люди на борту самолета потребляли значительно меньше алкоголя и вели себя гораздо спокойней. Более того, между пассажирами сложилось своеобразное братство. Они обсуждали варианты решения головоломки, менялись ими.

Сложив вместе все свойства головоломки, мы в итоге получили новый привлекательный бизнес-сувенир. Независимо от вкусов и социального положения, человек по своей природе испытывает притяжение к загадкам. Нам нравится ставить перед собой новые задачи, испытывать себя и свой интеллект. Можно не сомневаться, что получатель такого подарка будет использовать его по назначению, а не оставит пылиться на полке. Кроме того, головоломка весьма оригинальный и не стандартный бизнес-сувенир. А представьте, как приятно подарить с визиткой этот сувенир, от будущего партнера можно ждать только одной реакции — приятного удивления. А такие эмоции особенно важны для традиционно строгой коммуникации между компанией и клиентом. Немаловажное достоинство металлической головоломки — качество и изящество форм. Кольца, скобы и цепочки выполнены из высококачественной стали, а в некоторых коллекциях детали специально «затерты» под старину, что придает го-

ловомкам ещё более винтажный, дорогой вид.

Если Вы решили использовать металлическую головоломку в качестве бизнес-сувенира, то в этом случае нанесение логотипа чаще всего делается на упаковку. Места достаточно много, поместится контактная информация, схема проезда, слоган, логотип. Цена головоломки, в зависимости от коллекции, колеблется в районе 30 — 150 рублей. Это делает её привлекательным подарком для использования на промо-акциях, выставках или в качестве корпоративного подарка сотрудникам.

Листая каталоги бизнес-сувениров, среди новомодных гаджетов найдете проверенную веками металлическую головоломку. Придумайте для такого подарка интересную идею — и Вы обязательно найдете с её помощью новых друзей, партнёров и укрепите отношения со старыми. ☒

Эврика
магазин подарков и удивительных вещей

Ваше новое открытие

Стеклянные шахматы

Держатель туалетной бумаги с УКВ радио и часами

Офисный набор для игры в гольф

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



There are no unsolvable problems but there are difficult solutions

Different riddles attract human beings, and we are interested in solving them. Therefore, it is no wonder that puzzles have always been popular. One of them — a metal puzzle — seems to be an attractive business souvenir. Turning over pages of a business souvenirs catalogue, you are sure to find a time-proved metal puzzle among high-end gadgets. Just develop an interesting idea for such a gift, and you are sure to make new friends and business partners as well as improve your relations with the old ones.



Мы работаем для Вас!

на выставке "Бизнес-сувениры и подарки"
16-19 сентября в ЦДХ стенд 19-16



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



РЕКЛАМНЫЕ НАСТОЛЬНЫЕ ПЛАНШЕТЫ

Тел (495) 926-4961/62, Факс (495) 926-4961 E-mail: ms-domodedovo@rambler.ru

www.profyprint.com

766 94 04
360 50 35

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕЧАТИ АТЕЛЬЕ



промо СУВЕНИРЫ VIP



ГАЛЕРЕЯ СУВЕНИРОВ НА СКЛАДЕ

Более 5 000 артикулов на складе в России
* в минимальные сроки и без ограничений на тиражи
* предварительная демонстрация образцов

ГАЛЕРЕЯ ЗАКАЗНЫХ СУВЕНИРОВ

Более 10 000 артикулов - поставки из Европы и Китая
* поставка 3-4 недели



ГАЛЕРЕЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Более 1 000 артикулов на складе в России
* высокое качество и полный размерный ряд
* широкое разнообразие фасонов, моделей

ГАЛЕРЕЯ ЭЛИТНЫХ VIP СУВЕНИРОВ

Более 3 000 артикулов на складе в России
* элитная коллекция ручной работы
* широкий ассортимент
* именные коллекции



ЕЖЕДНЕВНИКИ, ВИЗИТНИЦЫ, ПЛАНИНГИ

Более 150 артикулов на складе в России
* широкий ассортимент материалов и вариантов отделки
* реализация индивидуального дизайна



РЕКЛАМНАЯ И ОФИСНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ПАКЕТЫ P.O.S.



БУМАЖНЫЕ

Около 30 готовых штампов
* широкий ассортимент материалов
* высокое качество в разумные сроки

ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ

Около 20 видов готовых пакетов под нанесение
* ассортимент цвета и толщины полиэтилена
* разнообразие технологий печати



БУКЛЕТЫ, КАТАЛОГИ, ЛИСТОВКИ, ПЛАКАТЫ
БЛАНКИ, ПАПКИ БУМАЖНЫЕ, БЛОКНОТЫ
ОТКРЫТКИ КОРПОРАТИВНЫЕ



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. 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 сформируется более уважительное — сотрудник не будет выполнять свои 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».



Олефиренко Наталья
Компания «Олсам»,

Москва, Суцьевский вал, дом 5, стр. 20, офис 11.
тел/факс (495) 981-82-37; моб. 8 916 688-64-80.

allsam.ru; 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 Allsam.



МНОГО В ОДНОМ

Автор: Александр Лёвкин



Менеджер, в задачах которого значится создание и постоянное обновление парка фирменных сувениров для своей компании, нередко может потратить много времени и сил впустую, заказывая бизнес-сувениры у разных поставщиков. За подарками для промоакций надо ехать в один конец города, потом стремглав мчаться за новогодними презентами для сотрудников и партнеров. Не забывайте, что на все бизнес-сувениры надо обязательно делать нанесение, то есть еще, ко всему прочему, менеджер должен созвониться с типографией, и очень желательно — подобрать качественную и интересную упаковку.

Как же быть? В этом случае наиболее оптимальным вариантом представляется сотрудничество с поставщиками, у которых в ассортименте должен быть максимально возможный спектр различных промо- и бизнес-сувениров, корпоративных и VIP-подарков. Обратите также внимание, чтобы их производственные силы были в состоянии обеспечить разные виды печати на продукции, а также позаботились бы об упаковке. Такой комплексной подход поставщика не только делает работу менеджера по бизнес-сувенирам значительно удобней, но и говорит о компании, как о профессионалах своего дела, понимающих нужды своего клиента.

Узнать именно такую сувенирную компанию «из тысячи» можно. Первый признак — они должны работать по нескольким известным каталогам. И, кроме того, иметь собственную эксклюзивную коллекцию. Проверенная компания, давно работающая на рынке, скорее всего, будет выступать и в качестве официального дилера одной или нескольких европейских марок. Если у них, ко всему прочему, есть собственное производство, тогда с уверенностью можно сказать, что клиент обратился по адресу.

На российском рынке всем этим требованиям отвечает компания «AGDP». В ассортименте «AGDP» есть сувенирная продукция как промо-сегмента, так и корпоративная и, конечно, большой выбор VIP-подарков. Если перечислить подробно все позиции, не хватит целого журнала. Попробуем остановиться на некоторых: ручки ведущих производителей (от Senator до Aurora), рамки для фотографий, подсвечники, всевозможные офисные принадлежности, товары для отдыха (сумки, рюкзаки), а обширная группа бизнес-сувениров представлена банданами, зажимками, зажимами для галстука, кружками, пепельницами, чашками и текстилем. В этом далеко не полном списке особое место занимает продукция немецкой марки Brunnen, официальным дилером которой является компания «AGDP». Под этой маркой производится полный спектр ежедневников, планингов, записных книжек. Их особенность в том, что они разработаны специально для российского рынка, но при этом сохраняют традиционное немецкое качество. Еще одно преимущество «AGDP» — постоянное наличие на складе популярных швейцарских ручек Prodir, а при

необходимости их всегда привезут прямо из Европы.

Но деятельность компании не была бы полной, без собственной производственной базы. В данном случае она представлена не только полиграфическими услугами по нанесению, но и оборудованием для производства пакетов. И в этом компания «AGDP» тоже старается быть первой. Здесь клиент может получить пакет для любой рекламной цели: полиэтиленовый, для использования в розничных магазинах, или бумажный, который подойдет в качестве упаковки фирменного подарочного набора от Вашей компании.

Какую бы цель не преследовала рекламная компания — привлечь новых клиентов или укрепить лояльность сотрудников — сувенирная продукция играет в этом не последнюю роль. Если любой бизнес-сувенир,

пускай даже неожиданно потребовалось деревянное йо-йо, можно оперативно получить в одной проверенной компании, то это, несомненно, существенное преимущество. И компании «AGDP» с радостью предоставит его Вам. ☒

Who is it advantageous to work with?

It is more advantageous for those who order business souvenirs to work directly with the suppliers that can offer a full range of products: from promotional to corporate and VIP gifts. Such suppliers must be presented in several well-known catalogues and have their own exclusive collections. They must also be official dealers of a European brand and, optionally, have their own production facilities. There is a company on the Russian market of business souvenirs that meets all of the above-mentioned criteria: it is AGDP.



Advertising Gifts Design Promotion

AGDP

бизнес-сувениры
полиграфия
дизайн
промоушен

www.agdp.ru
121609, Москва,
Рублевское ш., дом 40/1
+7 495 995 9723,
agdp@agdp.ru





ПромАрт

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

ФУТЛЯР

дополнительные площади
для Вашей рекламы!



ТВИСТ

шариковая ручка с поворотным механизмом
размером 135 и 100мм

МНОГОГРАННОЕ РЕШЕНИЕ ПРОМО-ЗАДАЧ

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

ТЕТРА

3 площади для вашей рекламы
шариковая
трехгранная ручка
размер 145 мм

ЛОГО

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

Санкт-Петербург, ул. Курская, д. 21
тел./факс: (812) 958-7269 (812) 766-1650 (812) 766-1646
Москва, Бережковская наб., д. 20
тел./факс: (495) 926-6611 (495) 540-6612 (495) 542-0478

ЧАСЫ С СИМВОЛИКОЙ



Восток
ТАЙМ

Большой ассортимент
часов от производителя
в наличии и на складе

www.vostok-time.ru

тел./факс (84342) 94434, 94225
e-mail: simvolika@inbox.ru

Продукция из ПВХ
Рекламная полиграфия
Планишеты, коврики
Ноунки 2009 года

ЭВОЛЮЦИЯ
КАТАЛОГ
СУВЕНИРНОЙ
ПРОДУКЦИИ

Получите бесплатно каталог ЭВОЛЮЦИЯ 2009
E-mail: ms-domodedovo@rambler.ru

ВОЛВИ - МС

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ «Волви - МС»

Более 14 лет на рынке!

Собственная производственная база, применяемые нами технологии печати и комплект имеющегося оборудования позволяет рассматривать любые запросы на изготовление сувенирной продукции, в том числе и нестандартной. Мы сделаем для Вас нанесение фирменной символики различными методами: шелкография, термоперенос, сублимация, декаль.

Наша продукция включает в себя широкий выбор трикотажных изделий (футболки, толстовки, рубашки-лод, ветровки, бейсболки), сувенирной продукции (ручки, зажигалки, брелоки и др.), фарфоровой, керамической и стеклянной посуды.

Мы предлагаем Вашему вниманию широкий ассортимент, который поможет поддержать имидж и престиж Вашей компании, а также сделать Вас узнаваемыми среди конкурентов:

- фартуки и прихватки, шейные платки, шарфики, галстуки, банданы и пр.;
- флаги, вымпелы, представительские флажки, баннеры на тканевой и пластиковой основе;
- коврики для мыши, пластиновые подставки под тарелки и кружки;
- бумажные и полиэтиленовые пакеты, бумажные кубы с салфетками.

Ждем ВАС!!!

Контакты:
 телефон 8(800) 743-3787 факс: (495) 874-8219
<http://www.volvi-ms.ru> info@volvi-ms.ru



НевоХИМ
 ГРУППА КОМПАНИЙ

Чистящие комплекты для рекламных акций.



Оргтехника
Автомобили
Компьютеры
Фото, видео техника

www.nevohim.com nevchim@sp.ru

Компания “Эдельвейс”

Рекламно-сувенирная компания “Эдельвейс” делает уникальное предложение на рынке бизнес сувениров: разработка и производство подарочных наборов по индивидуальному заказу. Большой простор для фантазии предлагает собственная коллекция бизнес-подарков компании, включающая в себя отдельные оригинальные коллекции винных аксессуаров, подарков для женщин и подарков для мужчин. И все это в индивидуальной подарочной упаковке. Наличие собственного склада и производства дает основания компании “Эдельвейс” гарантировать кратчайшие сроки и предлагать самые привлекательные цены. Тел. 8(812) 541-88-22, м.т. 8(921) 882-42-52. www.gifts-world.ru

Изготовление блистерной упаковки и коррексов, как для пищевых продуктов, так и для бытовых-потребительских товаров: косметики, парфюмерии, метизов и строительного крепежа, прочих товаров. Формируем логотип на блистере. Форма блистера - под конкретный товар. Широкий выбор универсальных форм.

Полноцветная полиграфия к блистерам. Изготовление коррексов, в т.ч. под кондитерские изделия и конфеты. Тампонная печать, лазерная гравировка и производство картонных коробок по вашим макетам. Тел/факс 8(812) 540-51-21, м.т. 8(812) 716-90-91 prodline-zinger@inbox.ru, www.productionline.ru





СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО:

- Шелкография по текстилю: **NEW 70x100 см.**
(автоматическое оборудование) 8 000 футболок в день.
- Тампопечать
(4-х красочные станки) 30 000 изделий в день.
- Деколь
- Дизайн

Россия, 129110, Москва, Протопоповский пер., 19/17
Т: (495) 225-4241, 725-6335, E-MAIL: INFO@CAMELIA.RU, WWW.CAMELIA.RU

Когда SOUVENIRCA работает на Вас...

- Прямые поставки из Юго-Восточной Азии.
- Широчайший выбор — мы постоянно в поиске интересных новинок!
- Высокое качество — жесткий контроль на всех этапах производства и доставки.
- Оптимальные цены — мы умеем договариваться с лучшими производителями региона!
- Индивидуальный подход к решению задач каждого клиента.

Презентация компании:
www.souvenirca.com/presentation.pps
Новинки каталога:
www.souvenirca.com/news.pps

Давайте строить партнерские отношения!
Мы ждём вас!

WWW.SOUVENIRCA.COM
+7 (495) 926-17-11

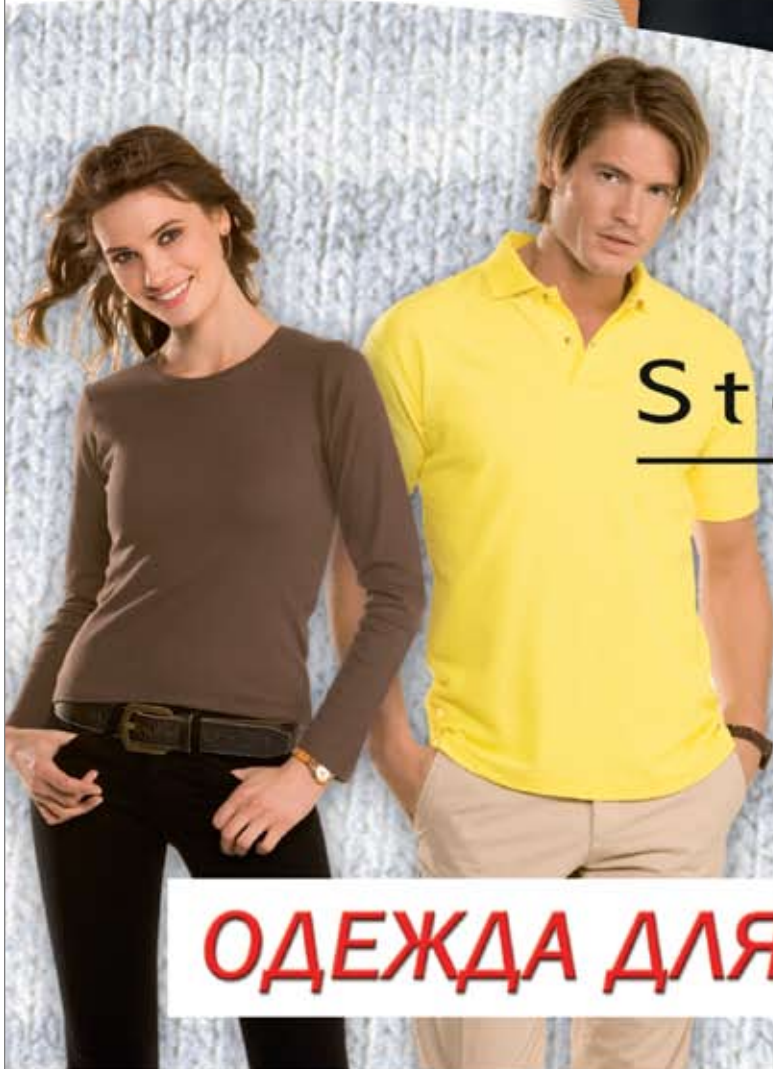
Мы находим оригинальные решения для ваших клиентов!

Заходите Звоните

КАТАЛОГ "ОСТРОВ СОКРОВИЩ" ПРЕДСТАВЛЯЕТ:



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



Stedman[®]

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

ОДЕЖДА ДЛЯ КАЖДОГО!

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



ФиннДизайн (Санкт-Петербург)
www.finndesign.ru
(812) 313-69-00,
313-69-03
info@finndesign.ru

Говорящая одежда

Автор: Александр Лёвкин



Представьте такую ситуацию: вас пригласили на светский раут или просто на званый обед в дружеской компании. Организаторы красиво оформили стол, приготовили вкусные блюда, украсили помещение лентами и шарами. Все гости рассаживаются, и тут выходит хозяйка дома или банкета.... в футболке и кепке-бейсболке. Нет, мы, конечно, люди приличные и замечаний делать не будем, но целостность атмосферы и общего восприятия праздника будет безвозвратно нарушена.

А теперь попробуем перенести ситуацию в плоскость брендинга. Здесь особенно важно сделать так, чтобы каждая деталь, слово, символ как в отдельности, так и в целом, подчеркивали и дополняли друг друга. В комплексе работали на восприятие образа бренда или торговой марки в глазах и сознании потенциального клиента. И если к разработке логотипа и слогана подходят со всей возможной основательностью, то о некоторых других вещах, и не самых мелких, зачастую забывают или не уделяют должного внимания. А тем временем они не только делают характер бренда максимально полным, но и решают более важные задачи в области продвижения конкретной торговой марки.

Постепенно мы подошли к основной теме разговора — корпоративная одежда для промоутеров. Зачастую, при тщательно разработанном механизме промо-акции, дизайне листовок и прочих атрибутах, незаслуженно мало внимания уделяется внешнему виду главных действующих лиц мероприятия — промоутеров. Они должны не только любезно и грамотно рассказать о рекламируемом товаре, но и стилистически соответствовать ему, а значит — транслировать ценности и идеологию бренда. Профессионально спроектированная и качественно выполненная промо-одежда во многом определяет и успех самой промо-акции. К человеку в своеобразной арт-униформе, подчеркивающей деятельность компании и характер торговой марки, испытываешь больше доверия. Более того, она привлекает внимание: хочется получше разглядеть наряд девушки, а заодно попробовать предложенные семплы. И очень часто в будущем именно благодаря одежде промоутера, потребитель вспоминает о товаре: «ага, это ведь те сигареты, которыми меня угощала девушка в такой прикольной шляпе!». Еще один немаловажный момент. Многие группы товаров позиционируются в категории «лайфстайл». Грубо говоря, если журнал, то исключительно для садоводов, кто без лейки и дна прожить не может, а этот напиток — только для немного хулиганистых молодых людей. В этом случае акцент на промо-одежде особенно важен, как наиболее прямой и наглядный способ донести идею рекламной

коммуникации до потенциального покупателя. В этом случае костюм промоутера — единственный способ наглядно продемонстрировать философию марки и заставить человека ассоциировать себя с ней. Она становится не просто промоформой, а самодостаточным рекламным инструментом.

Обратите внимание, что чаще всего с особой тщательностью к разработке фирменной одежды для различных рекламных кампаний прибегают всемирно известные бренды. Именно лидеры рынка больше других осознают важность и качество рекламной коммуникации посредством промо-одежды.

Может и вашей торговой марке пора завоевывать мировые рынки? Тогда в рекламном бюджете обязательно отдельным пунктом надо обозначить фирменную одежду. И перед тем, как заказывать яркий, броский и интересный костюм для промо-акции, посмотрите, может секретарю за стойкой ресепшена тоже не помешает корпоративная униформа. ☒



Наши телефоны: (495) 5803787, (495) 7438748
105120, Москва, ул. Нижняя Сыромятническая, д.11

website: www.ko-mod.ru,
e-mail: info@ko-mod.ru,
titovskaya@ko-mod.ru

Clothes that can speak

What makes a successful promotion action? To be sure, it is competent promoters. At the same time, professionally designed and brilliantly tailored promotional clothes make promoters' activities and promotional actions even more efficient. Unfortunately, only large-scale and world-renowned brands employ professional promotional clothes designers in Russia today.



ВЫШИВКА

в рекламе и интерьере



ОТКРЫТИЕ

Новое современное производство.

Приглашаем к сотрудничеству:

- студии дизайна и интерьера;
- рекламные агентства;
- производителей домашнего текстиля,
- предприятия лёгкой промышленности и частных лиц.

Тел.: +7 (4852) 26-65-29/30/31/32

г. Ярославль, ул. Герцена, д. 28

Тел.: +7 (495) 652-28-05/07

г. Москва, ул. 3-я Прядильная 7, ст.м. Измайловская

www.vishivam.ru

Оборудование не имеет аналогов в Европе

(499) 147-35-05 / 143-87-74

ЖДАТЬ НЕ НАДО!



ВСЕ УЖЕ НА СКЛАДЕ!

www.realsector.ru

**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ
КУПОНА СКИДКА 5%**

**Любая реклама
на полотенцах**

Гибкие системы скидок
для рекламных агентств

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

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