

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



4

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**



6

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
chachin@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



8

Ручка Ambition в новых цветовых вариантах

Новый год встречает нас новыми оттенками ручек серии Ambition из полимера. Нежные цвета, сиреневый и зеленая мята, украшают теперь элегантные принадлежности данной линии. Вслед за вариантами из черного полимера, красновато-коричневого грушевого дерева, экзотического кокосового дерева и матовой высококачественной стали следуют письменные принадлежности нежных пастельных оттенков.



Металлические части хромированы и отполированы, благородно оттеняя насыщенные цвета корпуса и придавая свежий и яркий характер. Вы будете писать письма друзьям и коллегам всегда с удовольствием.

Официальный представитель компании «Faber-Castell» в России ЗАО «Компания «Арт КВГ»», г. Москва

Новая коллекция папок для профессионального офисного сотрудника

Компания «Esselte» доводит до сведения своих партнеров и клиентов, что с начала 2009 года из ассортимента компании выводится серия папок-регистраторов Leitz Active Pro. В это же время на рынок будет представлена новая коллекция Prestige, полностью отвечающая профессиональным запросам.



В коллекцию также войдут блокноты форматами А4 и А5 и продукты из мягкого пластика: папки с клапанами, разделителями, карманами, бокс и папка для проектов.

Выбор был остановлен на энергичной, городской цветовой гамме: внутренний цвет продуктов – серый. Снаружи используются насыщенные цвета синий, махагон, черный. Привлекательная застежка – один из основных элементов дизайна. Дополнительный карман для аксессуаров в папке-регистраторе для визиток, дисков и прочих мелочей.

Компания «Esselte», г. Москва

Хит сезона: папка-регистратор от «Бюрократ»

Ассортиментный ряд компании «Бюрократ», которая под собственной торговой маркой предоставляет широкий выбор настольных наборов, пополнился папками-регистраторами с покрытием «под мрамор» по весьма демократичной цене.



Новые картонные папки-регистраторы от «Бюрократа», аналог знаменитой «Короны», вполне достойны стать хитом сезона. Высококачественное покрытие (бумага, обработанная особым износостойким составом), корешок из износостойкого материала, на котором есть наклейка для маркировки. Арочный механизм выполнен из особо прочной стали и имеет удобную широкую ручку. Папки снабжены фиксатором рычажного механизма на первой странице обложки, что позволяет ставить их на полки, не опасаясь опрокидывания. Имеется сменная этикетка на корешке и торцевое отверстие с металлической окантовкой.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на 1-й обложке журнала. **Компания «Бюрократ», г. Москва**

Рекламный носитель на целый год

Сегодня ежедневник помимо своей основной функции – планирования времени, выполняет роль уникального рекламносителя: ведь этим изделием пользуются практически каждый день!



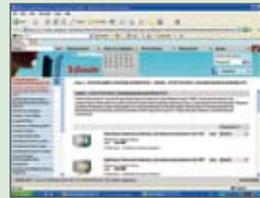
Тем, кто хочет в полной мере заявить о себе, компания «Галилей» предлагает разместить свой логотип на продукции для делового планирования pagarepogabrielli и Leader. Разнообразие коллекций, широкая цветовая гамма, изысканный дизайн – все это делает ежедневник непревзойденным бизнес-сувениром, а логотип Вашей компании будет напоминать о Вас деловым партнерам круглый год.

Для клиентов, которые сделают заказ на продукцию для делового планирования до 1 ноября, «Галилей» предлагает специальную акцию – нанесение логотипа бесплатно!

Компания «Галилей»: Мир офисных товаров, г. Санкт-Петербург

Каталог «Esselte» стал доступней

На официальном сайте компании «Esselte» в разделе «Продукция» конечные пользователи и партнеры Esselte могут воспользоваться обновленной версией электронного каталога продукции. Теперь можно легко и быстро найти все продукты, представленные в печатном каталоге «Esselte», воспользовавшись несколькими способами поиска: по дате выхода продукта, по алфавиту, по бренду. Так же есть возможность воспользоваться динамичной строкой поиска. Начиная печатать артикул продукта или его название, система предложит список со всеми товарами, полностью или частично совпадающими со строкой поиска. Еще одним новшеством стала возможность рассмотреть продукт на более крупной фотографии. Также добавлены более подробные описания продуктов.



Компания «Esselte», г. Москва

Органайзер для покупок от «Dragon Gifts»

Что самое необходимое для покупателя в супермаркете? Конечно, список продуктов, помогающий не забыть обо всех необходимых вещах, которые нужно купить «непрерывно сегодня и обязательно к ужину»!

«Dragon Gifts» предлагает настоящую палочку-выручалочку, которая поможет забыть о маленьких раздражающих клочках бумаги, вечно теряющихся в карманах и дамских сумочках. Листочки, укрепленные на специальной картонной основе с зажимом для карандаша или ручки – как нельзя более подходят для «шопинговых» записей.

Мало того, что приспособление, включающее в себя магнит на обратной стороне, легко крепится к холодильнику, оставляя все время на виду и предоставляя возможность в самое подходящее время и в самом удобном месте пополнить список...



Кроме этого, благодаря своей особой специально разработанной конструкции, органайзер легко, просто и невероятно удобно крепится к ручке продуктовой тележки.

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

Только для женщин: жираф, питон и зебра от Cross

Компания «Бюрократ», эксклюзивный дистрибьютор Cross, представляет новую коллекцию пишущих инструментов Sauvage, спроектированную специально для стильных женщин.

При создании ручек Sauvage были учтены все предпочтения современной женщины, каждая деталь продумана до мелочей: баланс, форма, стиль. Силуэт пишущих инструментов дизайнеры бренда разрабатывали более года. Ручки Sauvage представлены в нескольких вариантах оформления и в самом модном стиле этого сезона – африканском. Модель Wroop целиком покрыта глубоким коричневым лаком с изысканной гравировкой, напоминающей пятна на шкуре жирафа. Корпус Sauvage Moonstone, оправдывая свое название, покрыт лаком цвета лунного камня, а колпачок ручки в отделке имитирует кожу питона. В модели Sauvage Zebra классическое контрастное черно-белое сочетание корпуса и колпачка дополняется гравировкой «под зебру».



Все ручки представлены в трех пишущих системах: шариковая, ручка-роллер, перьевая и поставляются в элегантных подарочных футлярах.

Контактную информацию нашей фирмы Вы можете найти на 1-й обложке журнала.

Компания «Бюрократ», г. Москва

Доступная канцелярия от «TOP-SPIN»

Ассортимент компании «TOP-SPIN» пополнился новыми позициями. Среди новинок: блоки для записей любых размеров и по очень доступным ценам. Также следует отметить ролики для факса и другую сопутствующую продукцию собственного производства компании «TOP-SPIN».

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



Компания «ТОП-СПИН», г. Москва

ЗОЛОТАЯ СКРЕПКА

VI ЕЖЕГОДНАЯ
НАЦИОНАЛЬНАЯ
ПРЕМИЯ
по итогам '08
РЫНКА
КАНЦЕЛЯРСКИХ
И ОФИСНЫХ
ТОВАРОВ



- Прием заявок на соискание Премии ведется с 1 сентября 2008 года
- По вопросам поддержки одной из самых престижных в России Премий в области канцелярских и офисных товаров обращайтесь в Оргкомитет

ОРГКОМИТЕТ ПРЕМИИ:

Телефон/факс: (495) 648 9138; (495) 789 9380
e-mail: clip@apkor.ru; сайт: www.apkor.ru
105120, Москва, Нижняя Сыромятническая,
д. 5/7, стр. 9, офис 320

ОРГАНИЗАТОР: **АПКОР**

Ассоциация Производителей и Поставщиков
Канцелярских и Офисных товаров России

информационная поддержка



Офис, отличный от других

Автор: Александр Лёвкин

«Ой, а куда я попал?», — можно иногда услышать от человека, который по ошибке зашел не в тот офис. И действительно, когда в одном бизнес-центре находится несколько десятков офисных помещений, их похожесть может сбить с толку любого. Некоторые стараются отличаться показным выражением успешности фирмы, вкладывая тысячи долларов в хромированные детали стойки ресепшена и гигантский аквариум с тропическими рыбками в переговорной. Такой подход, несомненно, имеет место быть и не требует порицания или критики. В то же время, он повторяет ошибку офиса, на оформление которого затратили 20 рублей и 3 бутерброда — потому, как и в нём нет индивидуальности. То есть восприятие в 90-е понятие «элитарный» к нему применить можно, а вот не менее любимое в ту же эпоху «экслюзивный» — никак нельзя. Не очень приятное «ой, а куда я попал», думаю, можно услышать и в офисе с гигантским аквариумом.

«КАК ВАМ ТАКОЙ КОЛОРО?»

Отчаиваться не надо, в меру своих возможностей каждая компания может сделать так, чтобы подобных вопросов не возникало. Для этого обратимся к нашей любимой области знаний: маркетингу, брендингу и рекламе. Все вместе и каждая из наук в отдельности существенное внимание уделяют фирменному стилю торговой марки или бренда. Фирменный стиль — это «единство постоянных визуальных и текстовых элементов, идентифицирующих принадлежность к конкретной фирме и отличающих ее от конкурентов. Набор цветовых, графических, словесных констант, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров и услуг, всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления». А в практическом понимании определения — основа коммуникационной политики фирмы. Сегодня на рынке работает все меньше и меньше компаний без фирменного стиля. Логотип, собственный шрифт есть практически у всех. Осталось добавить фирменный цвет — и минимальный набор инструментов для создания собственного уникальности готов. Другой вопрос, что надо еще суметь грамотно этими инструментами воспользоваться. Среди наиболее заметных примеров современной российской рекламы в голову приходит фирменный стиль сотового

оператора «Билайн». Их контрастные черно-желтые полосы не только украшают рекламные ролики, билборды, бизнес-сувениры, одежду промоутеров и всячески бросаются в глаза, но и заметно выделяют компанию среди своих конкурентов: «МТС» и «Мегафон». «Билайновцы» четко придерживаются важного правила брендинга: «как можно чаще транслировать фирменный стиль во внешний мир». По-хорошему, пользуясь собственным логотипом, цветом, дополнительными графическими элементами, можно украсить (или «забрендировать», как говорят рекламщики) всё, что угодно: от шариковой ручки до космического корабля. Именно так, кстати, и поступил англичанин Ричард Бренсон, владелец бренда Virgin.

От столь глобальных примеров практического использования фирменного стиля перейдем к основной теме статьи и вспомним её начало, где говорилось о практически идентичной похожести подавляющего большинства российских офисов. А надо всего лишь привнести в интерьер хотя бы немного элементов фирменного стиля, и офис уже будет иметь собственное уникальное «Я», которое никогда не спутаешь с конкурентом.

МАЛЕНЬКАЯ СТРАНА

Заместитель генерального директора брендингового агентства «Дизайн-СПб» Тютюникова Марина: «Офис, оформленный в фирменном стиле, в первую очередь говорит о серьезном подходе руководства к своей компании и её имиджу. Решает такие задачи, как обеспечение единства фирменного стиля, повышение узнаваемости и формирование лояльности клиентов к компании». Кроме этого, не только клиенты, но и сами сотрудники будут другому чувствовать себя в «своём офисе». Они найдутся не просто среди компьютеров, перегородок и столов, а как бы на территории собственного маленького государства, являются гражданами страны со своим гербом, законами и, конечно, правами и обязанностями. Со слов коммерческого директора рекламного агентства «Пастернак» Екатерины Ковтун: «Сотрудники офиса проникаются корпоративной культурой, и, как следствие, усиливается командный дух фирмы. Ведь каждый работник компании является её маркетологом! Такое состояние и отношение

передаются и к пришедшему в офис клиенту вместе с общением об успешности и солидности компании».

У взаимосвязи дизайна интерьера и фирменного стиля, помимо узнаваемости, есть и более узкие задачи, которые решает единое стилистическое оформление офиса. Среди них можно отметить достижение целей, направленных на поддержание функции работы одного отдела. Например, оформление небольшого офиса продаж в фирменном стиле, при грамотном исполнении, создаст у клиентов ощущение открытости и доверительности компании и, как следствие, незаметно будет подталкивать их на совершение покупки. И это вкюпе с уникальностью всего интерьера. В других случаях, отмечают специалисты, особенно крупным и амбициозным компаниям, при заключении важных сделок «на своей территории», необходимо особенно подчеркнуть свой статус, встать как бы на ступень выше своего партнера, и одним из психологических факторов для достижения этого результата может выступать, в том числе, и грамотно продуманное оформление офиса. «Чтобы вызвать доверие и расположение заказчика, — рассказывает Екатерина Ковтун (РА «Пастернак»), — необходимо, в первую очередь, показать статус и серьезность компании. Когда офис оформлен в корпоративном стиле, компания демонстрирует свою солидность, серьезность, успешность, настрой на последовательную работу, а также хорошие манеры и вкус. Ведь логическая цепочка в этом случае проста: если у Вас дела идут хорошо, то и у ваших клиентов при работе с Вами дела пойдут успешно. В результате компания получает доверие клиента и его расположение работать по таким же принципам».

Зачастую, подобное комплексное оформление, с учетом как стилистических, так и функциональных задач, сложно сделать своими силами, без участия специалистов. Главное, что должен помнить заказчик такого проекта: очень важно четко ставить задачу перед исполнителями — архитекторами и дизайнерами. Вести проверку и согласование на всех этапах строительства, чтобы при случае была возможность оперативно устранить те или иные недочеты. И уже на стадии эскизного проекта, как советуют профессионалы этой области, надо обращать внимание, насколько грамотно и без ошибок передан фирменный стиль.

ГАРМОНИЧНОЕ ИНТЕГРИРОВАНИЕ

Конечно, будет слишком просто только разместить логотип на стенах или повесить на окна жалюзи в фирменных цветах. Такие единичные элементы не создадут действительно корпоративного «настроения», но тоже имеют место быть при ограниченном бюджете или при невозможности полного переоборудования помещения.

В любом случае даже всестороннее оформление требует использования этих констант. Специалисты рекламной области в один голос говорят, что вдохновение в любом случае должно черпаться из брендбука — руководство, содержащее в себе всю информацию о позиционировании компании, фирменном стиле и правилах его использования. В хорошем брендбуке должна быть до миллиметра расписана возможная толщина линий на черно-белом фирменном бланке, варианты дизайна визиток, правила построения рекламных модулей, допустимость применения дополнительных элементов и много других «мелочей». Он укажет, в каком направлении надо двигаться и поможет избежать ошибок. Но брендбук есть далеко не у всех, а элементы фирменного стиля присутствуют почти у каждого. В принципе, и этого уже достаточно.

«В первую очередь используется логотип и фирменные цвета компании, — рассказывает Екатерина Ковтун (РА «Пастернак»), — на этом базируется весь дизайн интерьера. Конечно, анализируются и «исходные данные»: цвет стен, высота потолков, дверные проемы, а

также цвет мебели и оборудования. На основе этого подбираются возможные сочетания цветов и решений. Однако этим дизайн интерьера не ограничивается. Зачастую мы вводим в оформление постеры, панно, световые консоли с очень разными изображениями. Но главная задача сохраняется — выдержка тона, связь с корпоративными цветами и ценностями, их гармоничное интегрирование в интерьер офиса».

Фирменный стиль может быть передан и косвенным путем. Например, повторением в деталях мебели или техники формы логотипа или фирменного знака. С помощью акцентирования функциональных предметов или аксессуаров можно передать идейный посыл вашего позиционирования. Строительная компания может заказать вешалку для одежды в форме башенного крана, а брачное агентство поставить на столы своих сотрудников подставки для карандашей в виде сердечка. «Также важный момент — это подбор формы и материала для вывесок, табличек и других навигационных элементов», — напоминает Екатерина Ковтун.

Если оформление офиса в фирменном стиле выполнено профессионально, то минусов у него практически нет. Разве что, как отмечают специалисты, ребрендинг может повлечь большие затраты на изменение интерьера. Еще одна проблема может возникнуть, если компания решит переехать в другой офис. Хотя в этом случае большую часть элементов интерьера, таких как перегородки, аксессуары, таблички, можно забрать с собой на новое место.

НАПОСЛЕДОК

Сегодня фирменное оформление интерьеров наиболее распространено в клиентских зонах различных банков, офисов продаж операторов сотовой связи. Это хоть и показательные примеры, но немножко не по нашей теме, так как их нельзя назвать офисами в чистом виде, но во многом они устроены по принципам, описанным выше. Более точным примером послужат некоторые компании с разветвленной дилерской сетью или большим количеством филиалов. Среди них: Корпорация «Сибирское здоровье», ряд иностранных представительств. Конечно, существуют и обычные риелторские конторы, где весь интерьер подчинен единому стилю с учетом фирменной символики. По словам Екатерины Ковтун, только за июнь 2008 года в агентстве «Пастернак» было три заказа, связанных с оформлением офисов. На рынке офисной недвижимости также существует постоянный спрос на новые помещения. То есть российский бизнес развивается, появляются новички, разрастаются ветераны. А с учетом, что наш бизнес все больше стремится соответствовать западным стандартам, есть подозрения, что и при планировке новых офисов будет учитываться индивидуальный фирменный стиль. Рано или поздно, но понимание этого придёт, хотя бы под давлением конкурентной среды. В любом случае, если непосредственно офис играет большую роль в работе компании и туда часто приходят посетители; если есть желание быть индивидуальным и во всем отличаться от конкурентов; если руководство много внимания уделяет корпоративной политике, то создание фирменного интерьера, может стать одним из важных инструментов для достижения этих целей. ☒



An office that is like no other
According to one of the most important branding rules, “you must transmit corporate design features to the world as often as you can.” Alas, this rule is very seldom observed for office interiors. In this article, experts will tell you how to decorate your office according to your company’s corporate design and what advantages you may gain. Taking into account the fact that the quality of Russian business is steadily growing, it is quite possible that such services can be in great demand soon.



АЛЬТЕРНАТИВА:

Всем, всегда, любой компании в целом и каждому человеку в отдельности нужны ручки. Это закон. Офис-менеджеры со стабильной периодичностью закупают ручки для нужд вверенного им офиса. Студенты и школьники постоянно держат их наготове в своих пеналах, и обычно по несколько штук, с пастой разных цветов. Да и вообще, редко кто выходит на улицу без шариковой ручки в портфеле. Ситуаций, когда она может понадобиться, существует великое множество. Думаю, нет смысла говорить где, когда и как эксплуатируют ручки, все и так прекрасно понимают, что как бы далеко не зашел технический прогресс, они всегда будут в нашей потребительской корзине.

Теперь возникает другой вопрос, какими ручками лучше всего пользоваться? Есть два основных критерия, которые формируют наш выбор того или иного пишущего инструмента. Первая — это внешний вид ручки. Здесь многое зависит от собственного вкуса и целей человека. Второе — страна-производитель.

Это достаточно объемный критерий и подлежит детальному рассмотрению.

Покупая большую партию ручек для офиса, для учебного центра или просто выбирая в канцелярском магазине ручку на каждый день для записи внезапно появившихся идей, мы, так или иначе, посмотрим, в какой стране она была произведена. Примерно с начала 90-х, когда наступила эпоха рыночной экономики, и мы стали учиться выбирать, на полках канцелярских отделов альтернатива сводилась к двум доминантам: Азия и Европа. В данном случае, это не столько обозначение двух сторон света, сколько целый набор характеристик, присущих товару. Китайские ручки, конечно, пишут, но их качество, как и качество всех товаров широкого потребления из Поднебесной, уже давно известны российскому покупателю. То есть, приобретая китайскую ручку, мы знаем, что век её недолог, сломаться может в любой момент, поэтому и потерять её не жалко. В то же время и цена соответствует качеству. Другой вариант — ручки из стран, которые находятся западнее России. Здесь лидерами по поставкам остаются Швейцария,

Германия, Италия и Франция. Тут уже, как говорится, совсем другой колорит. Пластик корпуса, пишущий узел, стержни, поворотный механизм — каждая деталь продумана и делает ручку надежным инструментом для «долгосрочных отношений». Такую ручку покупают, чтобы она стала надежным другом и соратником своему хозяину.

Только после одного упоминания страны-производителя, в голове возникает набор ассоциаций, связанных с ней. Азия: дешево, некачественно, товар на один день. Европа: надежно, недорого, приятно пользоваться. Они уже стали во многом неотделимыми от нас архетипами, и мы не замечаем, что бывают и исключения: в Китае, например, тоже могут произвести вполне добротную вещь, тогда как и с конвейеров Старого Света иногда сходит халтура. Пусть ручка — вещь «незначительная», но практичный человек должен всесторонне подходить к любой деятельности, пусть это даже и мимолетный выбор пишущего инструмента.

В связи с нерушимостью наших архетипов, многим может показаться новой достаточно очевидная вещь: среди двух вариантов выбора можно обнаружить третью альтернативу. Достаточно очевидным также может показаться то, что, выбирая, какой иностранный товар нам больше подходит, мы забыли, что прямо у нас под боком есть заводы и фабрики, станки и конвейеры. Есть собственный богатый опыт — ни на минуту не оставившийся процесс модернизации и усовершенствования, зарегистрированы новые патенты. Ошибочным будет мнение, что российский сегмент этой продукции неконкурентоспособен и не заслуживает внимания, но массовость и агрессивность рыночного продвижения восточных и западных производителей в 90-е годы, на некоторое время оттеснили своими спинами российского производителя. Если провести аналогии с другими группами товаров, ручка — это канцелярия первой необходимости, как хлеб, молоко и мясо в нашем повседневном рационе. А эти продукты мы предпочитаем покупать у местных фермеров. Заокеанские «Ножки Буша» выглядят неаппетитными. Притом, что данная конкуренция была выиграна за счет характерис-



MADE IN RUSSIA

Автор: Александр Лёвкин

тик отечественного продукта. Качество, которое ничем не уступало западному. То же самое и в канцелярии — плюсы российских ручек очевидны.

Мы уже упомянули об их качестве и соответствии современным требованиям. Скажем о принципиальном достоинстве: цене. Элементарно, российские ручки не надо везти за 10 000 километров из Китая, не надо платить пошлины на границе с Евросоюзом. Подсказка для офис-менеджера, которому необходимо заказать крупную партию ручек для повседневных нужд работников: обратиться напрямую к производителю, минуя канцелярские магазины и других посредников. Прямо с конвейера можно получить партию добротных ручек. И они не будут ломаться, как китайские, а цена при этом останется крайне демократичной.

Что касается модельного ряда, то в канцелярском магазине можно найти разнообразные варианты российских ручек для постоянного пользования. Гелевые — для тех, кто предпочитает глянцевоый блеск чернил, или относительно новые ручки на масляной основе, которые очень мягко и плавно пишут. Различные типы классических шариковых ручек, в том числе комбинированные шариковые авторучки с металлическими деталями. В общем, по всем фронтам российская канцелярия может успешно соревноваться с западной и тем более с азиатской.

В первую очередь, выбирая российские пишущие инструменты, следует обратить внимание на продукцию известного завода «Souz». На нем уже более 80-ти лет идёт

полноценное производство высококачественных ручек. Вряд ли китайская мастерская может похвастаться таким богатым опытом. Всё, от пишущих узлов, стержней до корпусов и клипов, производится на российском предприятии; только чернила используются иностранные — лучших итальянских, швейцарских и германских марок. Среди продукции компании Вы найдете как обычные шариковые ручки для школы, так и стильные авторучки для деловых людей. Отдельно стоит отметить ручки «Лого» и «Тетра», специально созданные для нанесения логотипа и прочей фирменной символики. Они наиболее оптимальны в качестве бизнес-сувенира для раздачи на промо-акциях или выставках.

Качество, оперативность, доступная цена — три главных составляющих, на которых строится работа завода «Souz». И сегодня они крепко держат лидирующие позиции среди всех остальных российских производителей канцелярии. ☒

“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.




SOUZ

Мы знакомы с детства...

Наши ручки легко и плавно скользят по бумаге, превращая любую работу в удовольствие.

ЗАО «Объединение СОЮЗ»
192007, г. Санкт-Петербург, ул. Курская, 21
Тел./Факс: (812) 766-17-16. (812) 766-16-46
www.spb-soyuz.ru | info@souz.spb.ru

НОВОСТИ С ОФИСНОГО СТОЛА: КЛАССИКА И МОДЕРН

Автор: Александр Лёвкин

Офис может быть без окон или без вешалки для одежды, но канцелярия в нем должна быть обязательно. Причем, что интересно, как бы ни шагал технический прогресс, с наших рабочих столов не исчезает бумага для записей, а рядом всё также выплевывает сообщения факс. Нет, это не значит, что все поголовно отделяются бетонной стеной от технического прогресса, просто флешка и ручка прекрасно уживаются и взаимно дополняют друг друга. А вот что нового приготовили нам инновационные изобретения и традиционные классические офисные принадлежности, можно узнать из этого обзора.



ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ФЛЕШКИ И ЭКСКЛЮЗИВНОЕ УСТРОЙСТВО

Флеш-карты стали необходимой составляющей жизни каждого современного человека. Мало того, что это прекрасный способ передачи информации, позволяющий хранить сведения до 10 лет, обеспечивающий высокоскоростной доступ к данным и обладающий мобильностью, превосходящей другие аналогичные накопители, это еще и замечательный рекламный носитель, которому свойственны свои модные течения.

А найти любую флеш-карту, учитывающую все последние тенденции, можно в ассортименте компании «Ias-group». Если у Вас имидж делового человека, и Вы соблюдаете его во всём, то у вас на столе должна красоваться флешка в виде ручки или же строгая и стильная флеш-карта в металлическом корпусе. Для сотрудника креативной и яркой компании подойдет флешка в резиновом корпусе с броским рисунком. Всего — более 200 видов флешек.

Но главное преимущество компании — возможность сделать под заказ флеш-карту любой формы и с использованием различных материалов по желанию заказчика. Это не только поможет подчеркнуть собственную индивидуальность, но и станет отличным бизнес-сувениром, как никакой другой подчеркивающим деятельность компании.

Кроме флешек в каталоге компании можно найти другую примечательную электронику. Здесь особенно следует отметить эксклюзивное для российского рынка устройство Voice-mail — приспособление для передачи речевых сообщений в формате MP3 по электронной почте. Полученное сообщение можно прослушать на любом компьютере. Устройство также можно использовать в качестве голосового напоминания, вместо обычной записи в ежедневник, куда не всегда вспоминаешь посмотреть.

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ПО СУПЕР ЦЕНАМ!

В преддверии осени компания «TOP-SPIN» предлагает новую линию товара собственного производства «Классики». Конечных покупателей особенно порадуют низкие цены продукции при её достойном качестве. На коллекцию в первую очередь следует обратить внимание всем, кто собирается в школу. В ней есть не только школьные принадлежности — наборы счетных палочек (от 4, 6 руб.), стакан-«непроливайка» (4, 2 руб.) — но и необходимые для офиса предметы. Среди них: блок для записей (от 12 руб.), ролик для факса (от 25 руб.) и еще множество товаров можно найти в каталоге «TOP-SPIN».



ООО «TOP-SPIN» работает на рынке канцелярской продукции с 1996 года, и успела зарекомендовать себя как активно развивающаяся производственная компания. В настоящее время можно с гордостью отметить, что фирма ООО «ТОП-СПИН» входит в число ведущих российских производителей канцелярских товаров. Имея большой опыт и современные производственные мощности в области сварки на станках ТВЧ, мы можем предложить своевременное и качественное изготовление школьных обложек, обложек для документов, автодокументов, упаковки для текстиля и парфюмерии, а так же многое другое. Вниманию клиентов предлагается более 500 наименований выпускаемой продукции. В соответствии с изменением конъюнктуры рынка и требований клиентов фирма ООО «ТОП-СПИН» постоянно проводит работу по расширению спектра новых материалов и расцветок.

Также одно из направлений деятельности компании — изготовление высокохудожественных изделий из натуральной кожи, которые можно использовать в качестве переплета книг, фотоальбомов, шкатулок, ежедневников и много другого. Над новыми коллекциями работают опытные дизайнеры, а сами изделия изготавливаются вручную. ☒

News from the office desktop: classics and modern

A present-day flash memory stick and classic ballpoint pen coexist on any desktop nowadays. New office supplies prove this. Different companies replenish their resources of flash memory sticks on an active basis, develop custom-tailored memory cards, promote new collections of memory stores and produce inexpensive fax paper.





Международная Ассоциация Презентационной Продукции

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



Журнал Профессионал рекламно-
сувенирного бизнеса
www.profi.iapp.ru



Журнал Лидер МАПП



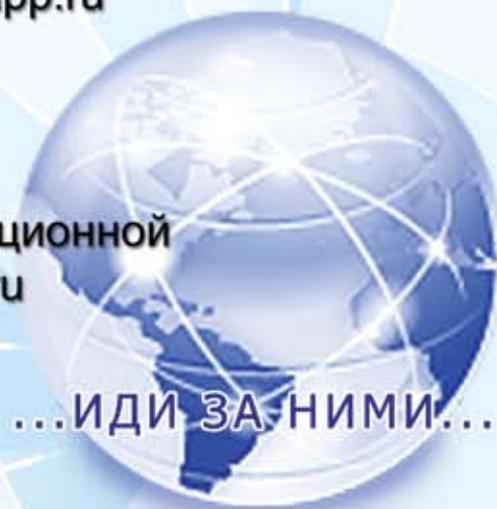
Для конечных
заказчиков бизнес-
сувениров
www.leader.iapp.ru



Сувенирный БазаR покупка и
продажа бизнес-сувениров
www.bazar.iapp.ru



База данных презентационной
продукции www.blaza.ru



...ИДИ ЗА НИМИ...

Сувенирный портал www.iapp.ru