

на улицах  
РОССИИ

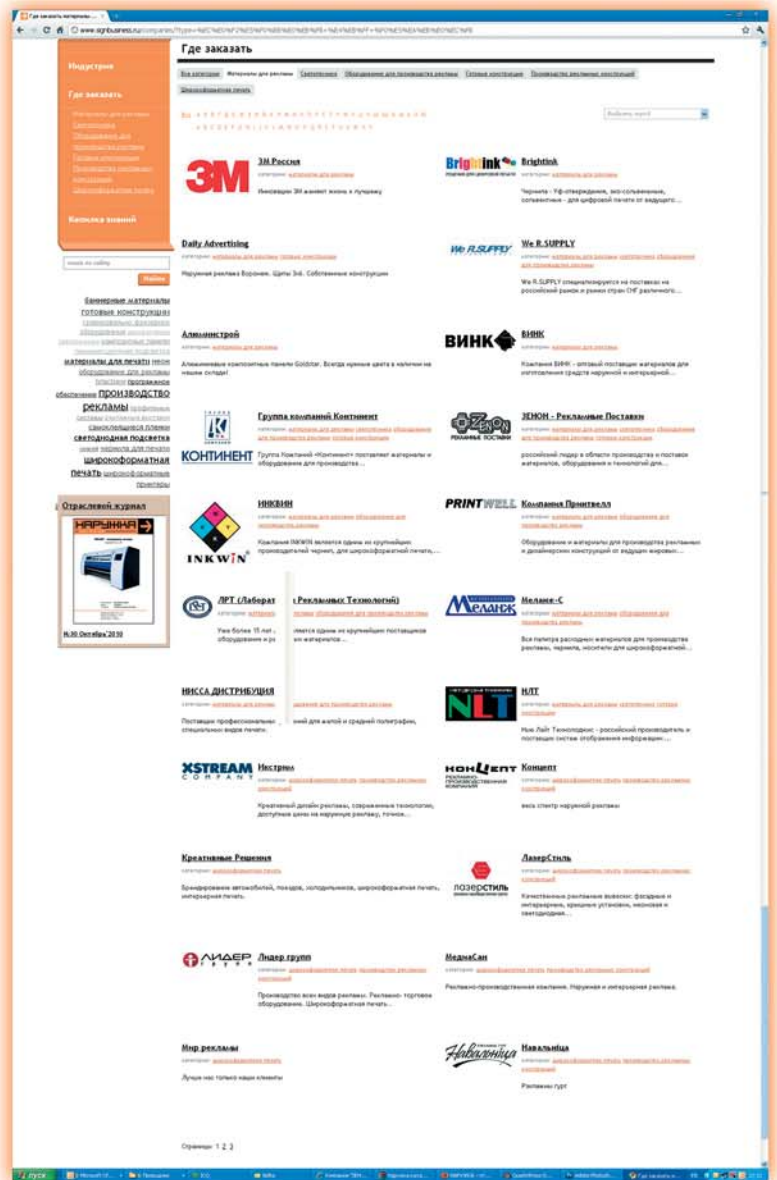
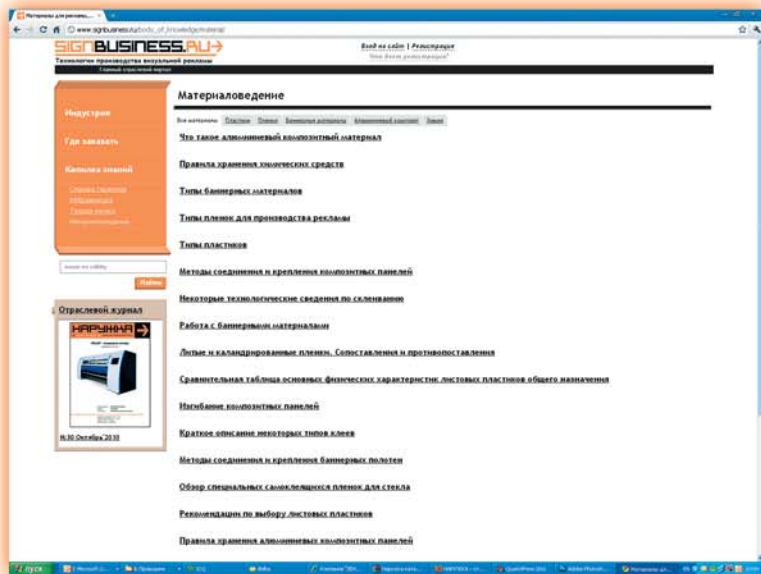
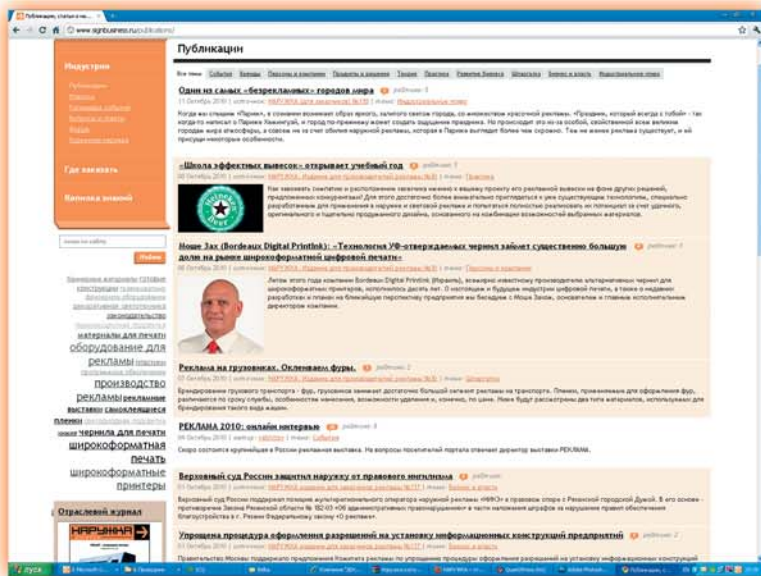
# реклама & дизайн

справочное издание  
для заказчиков  
и производителей  
наружной рекламы



## ЧИТАЙТЕ!

## ЗАКАЗЫВАЙТЕ!

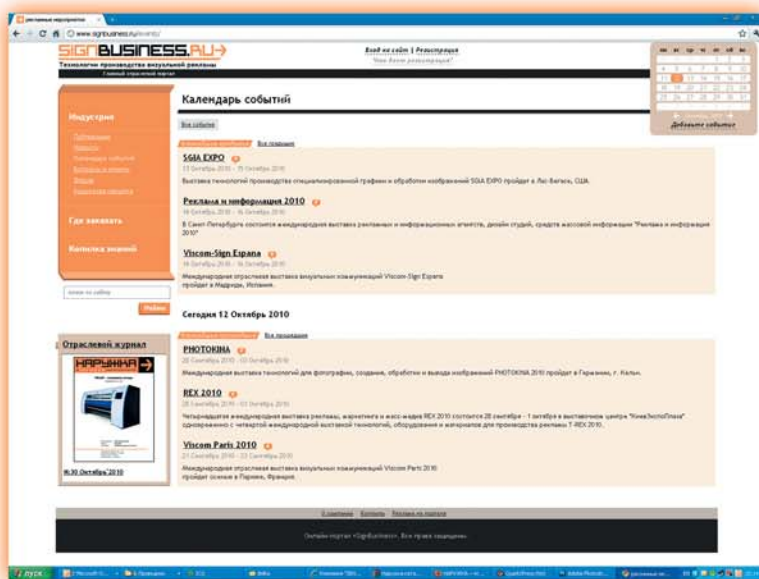
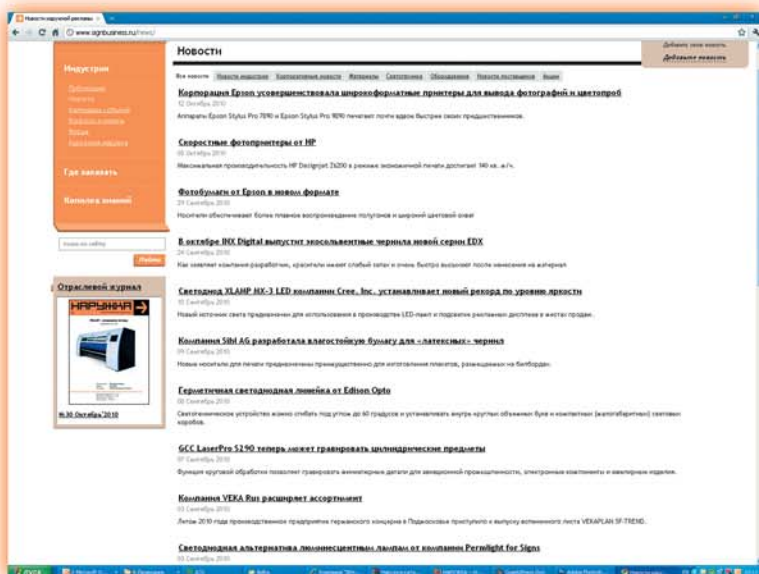


На отраслевом портале SignBusiness.ru собран огромный массив тематических публикаций и отраслевых знаний, помогающих расширять профессиональный кругозор, находить ответы на нужные вопросы.

Заказывайте материалы и оборудование для рекламы, а также производство вывесок и широкоформатную печать, обращаясь к систематизированному каталогу компаний на сайте. Кстати, регистрация компании — бесплатная!

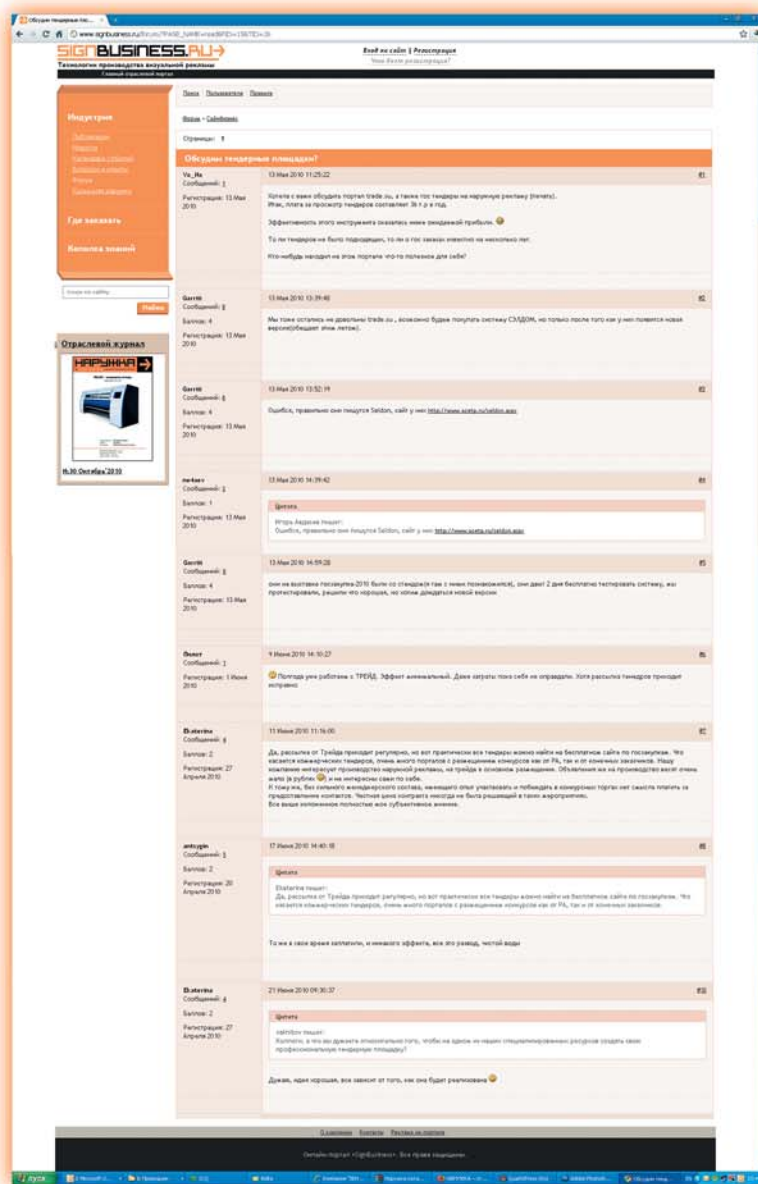
# Главный отраслевой портал для производителей рекламы

## БУДЬТЕ В КУРСЕ!



Новости индустрии из России и со всего земного шара, а также календарь отраслевых мероприятий позволят вам всегда быть в курсе текущих событий.

## ОБСУЖДАЙТЕ!



Обсуждайте в Форуме любые вопросы: от текущих деловых, до профессиональных. Задайте свой вопрос и помогите найти ответ своему коллеге!

# СОБИРАЕМСЯ ЗДЕСЬ: WWW.SIGNBUSINESS.RU



№ 16

2012

# реклама & дизайн

на улицах  
РОССИИ

ЕЖЕГОДНОЕ  
ИЛЛЮСТРИРОВАННОЕ  
СПРАВОЧНОЕ ИЗДАНИЕ



«Реклама и дизайн на улицах России» №16, 2012 г.

**Издательство «Ар энд Ди Коммуникейшнз»**

109316, г. Москва, Остаповский проезд, д.3, строение 24, офис 301  
Тел./факс: (495) 234-7494, 772-4467

Главный редактор

**Олег Вахитов**

Отдел рекламы

**Светлана Голинкевич**

Распространение

**Дарья Маркина**

Печать

**ООО «Скай ЛТД»**

196210, г. Санкт-Петербург, ул.Взлётная д.11, корп.2 Литер А  
Тел.: (812) 677-98-03

Тираж 1000 экз.

Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору  
в сфере связи и массовых коммуникаций. Свидетельство  
о регистрации средства массовой информации  
ПИ № ФС77-32675 от 25 июля 2008 г.

Использование материалов и фотографий, опубликованных в издании,  
возможно только с согласия редакции. Исключение составляют случаи  
использования рекламодателями своих собственных работ или статей.  
Редакция не несет ответственность за предоставленную  
рекламодателями информацию.

*На 1-й обложке издания:*

Комплексное оформление фасада Казанской академии тенниса выполнено  
компанией «Неон-Арт» ([www.neonart.ru](http://www.neonart.ru))

*Подробнее о работе читайте на странице 32.*

**И**ндустрия наружной рекламы продолжает набирать обороты. Многие рекламные фирмы констатируют факт высокой загрузки производственных площадей новыми заказами. В очередном выпуске каталога «Реклама и дизайн на улицах России» запечатлен еще один год российской наружки...

В этом номере издания мы решили пойти на небольшие изменения, систематизировав раздел «Производство рекламных конструкций» на подразделы по клиентским направлениям. В то же время упразднен раздел «Комплексное рекламное оформление». Сделано это, прежде всего, для удобства заказчиков рекламы, которые теперь в одном месте смогут посмотреть примеры вывесок для интересующей их отрасли (банки, торговые развлекательные комплексы, автосалоны и т.д.). Конечно, некоторые из клиентских направлений остались неохваченными, но мы надеемся, что теперь, когда тренд обозначен, рекламно-производственные компании в будущем году воспользуются возможностью продемонстрировать свои способности и опыт работы в самых разных областях, тем самым увеличив количество подразделов издания.

А пока смотрите, учитесь, выбирайте и не забывайте делать заказы у ведущих игроков отрасли, представленных в текущем выпуске каталога «Реклама и дизайн на улицах России»!

*Олег Вахитов, главный редактор*

# СОДЕРЖАНИЕ

## 01 рекламное оформление транспорта

РЕКЛАМА НА БОРТАХ ГОРОДСКОГО ТРАНСПОРТА

8

## 02 размещение наружной и интерьерной рекламы

РЕКЛАМА НА УЛИЦАХ ГОРОДОВ

14

## 03 широкоформатная печать

ПЕЧАТЬ ДЛЯ НАРУЖНОЙ И ИНТЕРЬЕРНОЙ РЕКЛАМЫ

26

## 04 производство рекламных конструкций

СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ

32

ГОСТИНИЦЫ, БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ

34

БАНКИ

36

РЕСТОРАНЫ, КАФЕ, БАРЫ

45

РОЗНИЧНЫЕ МАГАЗИНЫ И СУПЕРМАРКЕТЫ

51

ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

62

СФЕРА УСЛУГ

66

АВТОСАЛОНЫ И СЕРВИСЫ

68

КОРПОРАТИВНЫЕ ВЫВЕСКИ

70

ВЫВЕСКИ И ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

72

ОТДЕЛЬНО СТОЯЩИЕ И КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ

74

## 05 серийные рекламно-информационные изделия

УЛИЧНАЯ МЕБЕЛЬ, СКРОЛЛЕРЫ

78



## 06 нетрадиционные средства рекламы и праздничное оформление

82

## 07 современные технологии и методы в наружной рекламе

90

Где виртуальное встречается с реальным	92
Лас-Вегас: икона классических рекламных технологий	102
Наш советский газосвет	108
На щитах становится тесно	114
«Латексная» революция в печатной индустрии	118
Сколько стоит режущий плоттер?	122
Совершенство в технике — признание в творчестве	124
Правильный выбор композитных панелей ADS	126
PLEXIGLAS® от «ДЕСТЕКа»	128
Прогрессивная светотехника от ТК «Нео-Неон»	130

## 08 систематизированный список участников каталога

138

1 01

# рекламное оформление транспорта



<b>ОРИЕНТИР-М</b> КРАСНОЯРСК	10
<b>РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО НЬЮ-ТОН</b> МОСКВА	11
<b>BRANDCAR</b> МОСКВА	12

КОРПОРАТИВНЫЙ ГРУЗОВОЙ  
ТРАНСПОРТ ЗАО  
«ЖЕЛДОРАЛЬЯНС».  
В ПРОЦЕССЕ ОФОРМЛЕНИЯ 25  
МАШИН. ПРИ ИЗГОТОВЛЕНИИ  
ИЗОБРАЖЕНИЯ ПРИМЕНЯЕТСЯ  
ТЕХНОЛОГИЯ УФ-ПЕЧАТИ НА  
ПЛЕНКЕ ORAJET.



МАСШТАБНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ БАНКА «УРАЛСИБ» В КРАСНОЯРСКЕ. ОФОРМЛЕНО 20 ЕДИНИЦ ЭЛЕКТРОТРАНСПОРТА СРОКОМ НА 1 МЕСЯЦ.

ТЕХНОЛОГИЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ: ПОКРАСКА В ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА БАНКА, СОЛЬВЕНТНАЯ ПЕЧАТЬ С ЛАМИНАЦИЕЙ НА ПЛЕНКЕ ORAJET И АППЛИКАЦИЯ ПЛЕНКОЙ ORACAL.





РЕКЛАМАНАЯ КАМПАНИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОМ ГОРОДСКОМ ТРАНСПОРТЕ.  
БРЕНД: **MOSQUITALL**  
ФОРМАТ — ПОЛНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНОГО СРЕДСТВА.



РЕКЛАМАНАЯ КАМПАНИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОМ ГОРОДСКОМ ТРАНСПОРТЕ.  
ПРОЕКТ, ПОСВЯЩЕННЫЙ ГОДУ КОСМОСА В РОССИИ.  
ЗАКАЗЧИК: **ДЕПО ИМ. БАУМАНА**.  
ФОРМАТ — ПОЛНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНОГО СРЕДСТВА.



БРЕНДИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО АВТОМОБИЛЯ «РУСОКОН».  
Пленка KPMF СЕРИЯ 5000, ПЛОТТЕРНАЯ РЕЗКА.

БРЕНДИРОВАНИЕ «ДОМА НА КОЛЕСАХ» HARLEY-DAVIDSON





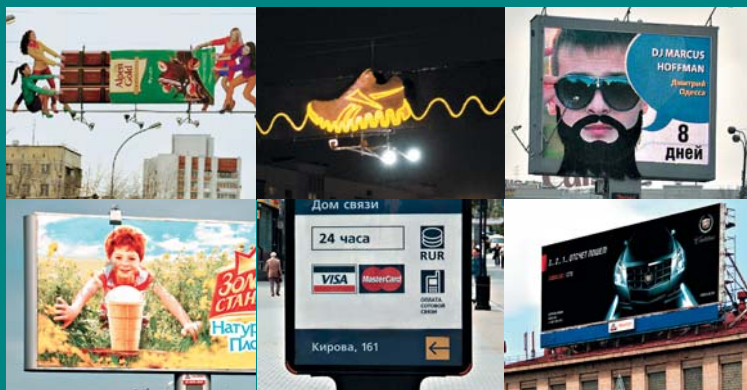
Винилография «Барс» для автомобиля Touareg

СОМЕСТНЫЙ АРТ-ПРОЕКТ **BRANDCAR** И **VARENIE** (ДИЗАЙН VARENIE, РЕАЛИЗАЦИЯ BRANDCAR)



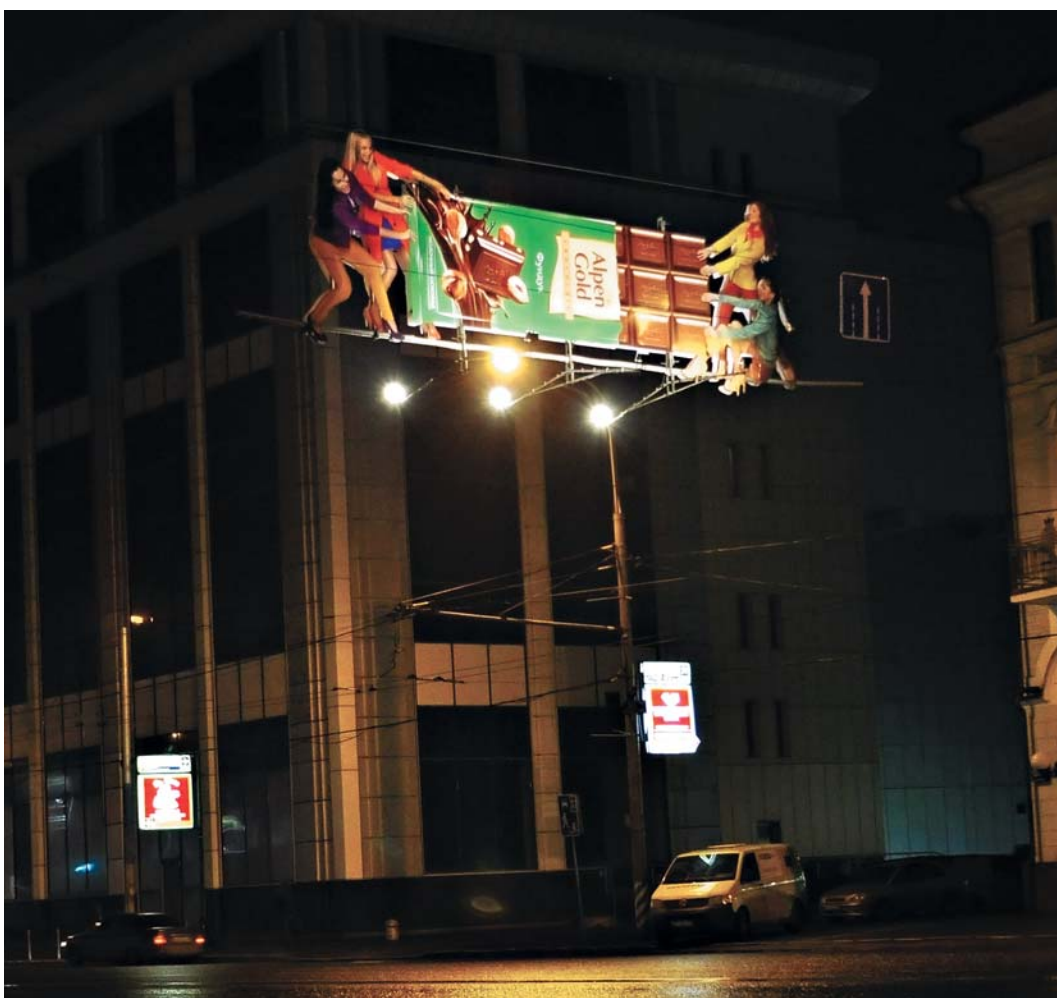
1 02

# размещение наружной рекламы





<b>МОСКОВСКАЯ ГОРОДСКАЯ РЕКЛАМА</b>	<b>МОСКВА</b>	<b>16</b>
<b>ГРУППА КОМПАНИЙ «АРМАДА АУТДОР»</b>	<b>ЧЕЛЯБИНСК</b>	<b>20</b>
<b>3STARS</b>	<b>МОСКВА</b>	<b>24</b>



Все перетяжки выполнены с использованием нестандартных элементов в виде большой шоколадки **ALPEN GOLD** длиной 5 метров. Шоколадку тянут в разные стороны 4 девушки, чтобы насладиться удивительным вкусом молочного шоколада с лесными орехами. Само полотно перетяжки, как носитель, отсутствует. Большая шоколадка состоит из трех сегментов, скрепленных воедино, и подсвечивается тремя внешними прожекторами.

Кампания проходила по заказу агентства **STARCOM** для **KRAFT FOODS**.



Нестандартные перетяжки для бренда **REEBOK ZIGTECH**. В проекте используются светодинамические элементы в качестве экстендеров. Но удивительным прогрессом в наружной рекламе, при изготовлении перетяжек, стало использование движущегося выносного элемента с эффектом «танцующего кроссовка». Все технические элементы выполнены строго в соответствии с требованиями технической безопасности и прочности. Гигантский кроссовок приводится в движение с помощью двигателя повышенной мощности. Это позволяет справиться с высокими ветровыми и весовыми нагрузками на конструкцию. Фрагментарно, в соответствии с заданным алгоритмом, подсвечиваются отдельные элементы перетяжки. Эффект последовательности динамики подсвета был достигнут за счет установленного контролера. За размещение отвечала компания **MASTER AD**. Разработкой рекламной кампании в ООН занималось подразделение **MAGIC TOUCH**. Медийный партнер Reebok — агентство **CARAT**.



Каждая перетяжка — пластиковая, все надписи на которой выполнены с использованием световых коробов; сам кроссовок имеет внешнюю подсветку, а его подошва мерцает благодаря светодинамике синих диодов. Лампочка изготовлена с помощью тонкой световой панели акрилайт с торцевой подсветкой. Лампочка и кроссовок соединены «шнурком», по которому проложена светодиодная лента. Благодаря этому получается эффект «зажигания» лампочки.

Заказчик проекта — медиа-агентство **CARAT**. Разработка креатива и outdoor-консалтинг — **MAGIC TOUCH, MASTER AD**. Размещение и production — **МОСКОВСКАЯ ГОРОДСКАЯ РЕКЛАМА**.



Все перетяжки выполнены в новогодней стилистике, каждый носитель изготовлен из пластика со светодиодной подсветкой слогана и узоров. Логотип и некоторые надписи выполнены в виде тонких световых панелей. Размещение проходит по заказу агентства Starcom для KRAFT FOODS.



На каждой из перетяжек размещено по два экстендера: в виде флакона шампуня и девушки с косой. Главной сложностью при реализации проекта стала необходимость правильного подбора цвета волос и косы, переходящей с экстендера на шелковое полотно носителя. Кроме того, важно было правильно и точно смонтировать экстендеры, не нарушая целостности картинки. Размещение проходило по заказу агентства ZENITHOPTIMEDIA.



Призматрон, 6х3 м, г. Челябинск, пр. Ленина



Биллборд, 6х3 м, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных

Брандмауер, 11,5х26 м, г. Челябинск, ул. Сони Кривой

Легко жить легко



**VESTEL**

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

Бытовая техника



Билборд, 6х3 м, г. Челябинск, Свердловский пр.



Сити-формат, 1,2х1,8 м, г. Челябинск, ул. Кирова





Крышная панель, 21x7 м, г. Челябинск, пр. Победы



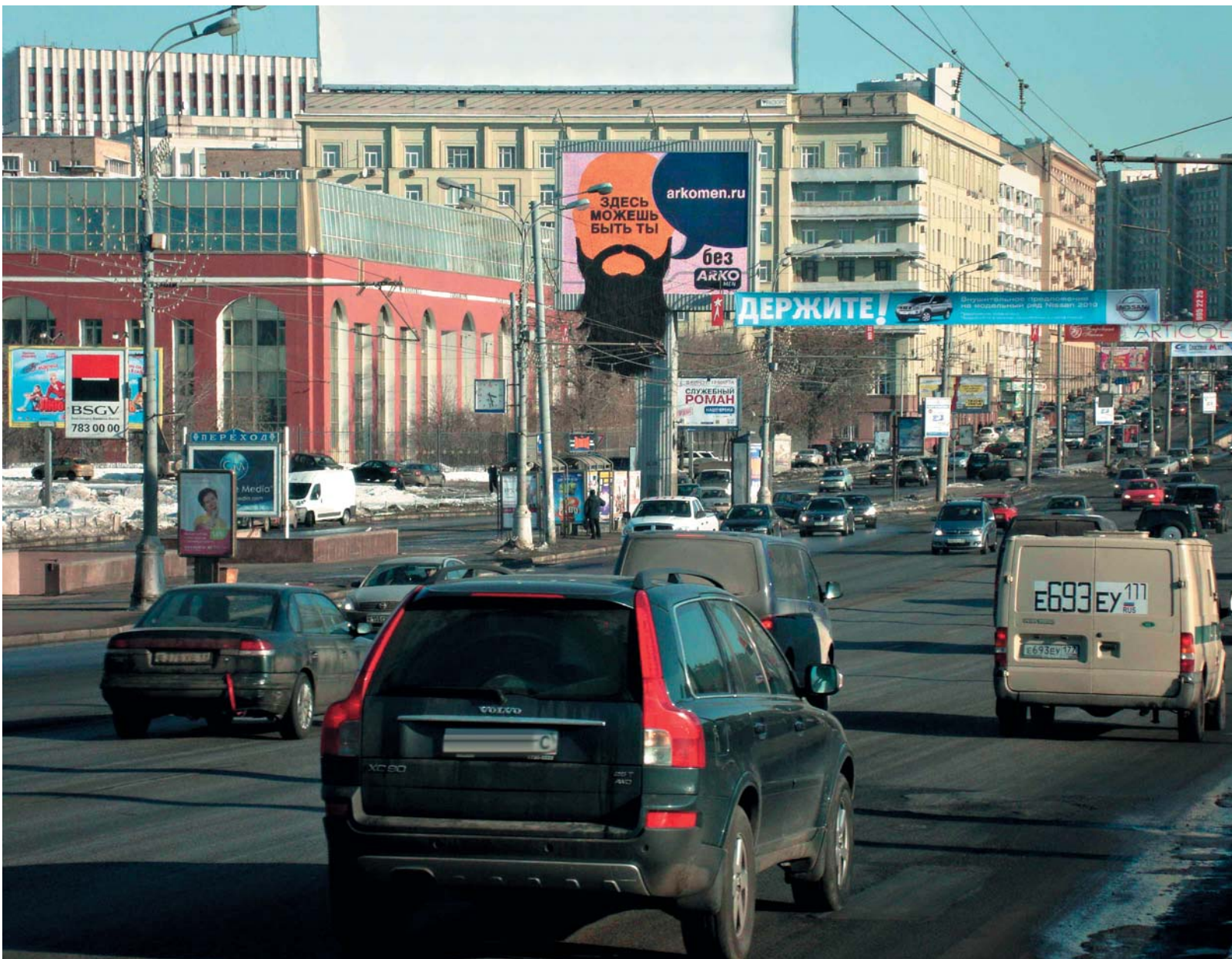
СУПЕРСАЙТ, 15x5 м, г. Челябинск, ул. Бр. Кашириных



СТАРТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ «ЦАРЬ БОРОДЫ» ARKO MEN.  
ОФОРМЛЕНИЕ КОНСТРУКЦИИ ЭКРАНА ЭКСТЕНДЕРОМ,  
ИМИТИРУЮЩЕМ БОРОДУ.

НА ЭКРАНЕ ОТСЧИТЫВАЕТСЯ КОЛИЧЕСТВО ДНЕЙ БЕЗ СРЕДСТВ ДЛЯ  
БРИТЬЯ И ПО УХОДУ ЗА МУЖСКОЙ КОЖЕЙ ARKO MEN. СПУСТЯ 8 ДНЕЙ  
ЭКСТЕНДЕР УВЕЛИЧИЛСЯ В ДЛИНУ НА ПОЛТОРА МЕТРА.





Финальное оформление конструкции экрана экстендером в виде «бороды». Длина экстендера 6 метров.

Размещение рекламной кампании средств для бритья и по уходу за мужской кожей **ARKO**.

Оформление рекламной конструкции своеобразной бородой, которая с течением времени увеличивалась в длину. Экстендер в виде бороды увеличивался каждые 5 дней и вырос на 6 метров в длину и 4 метра в ширину, общий вес выносной конструкции составил около 400 килограмм.

Любой желающий мог «примерить» необычную бороду, зарегистрировавшись на промо — сайте и разместив на нём свою фотографию.

Участнику акции предоставлялась возможность оставить на сайте короткое текстовое послание, которое появлялось в ролике на экране одновременно с фотографией участника.

Каждый час на сайте, путём народного голосования определялось 10 победителей, которые становились героями трансля-

ций на «бородатом» экране. С помощью двух видеокамер, установленных перед экраном, обеспечивалась он-лайн трансляция 24 часа в сутки.

Главный приз — iPhone 4 — получил тот участник, который в ходе акции чаще других попадал на экран. Для остальных девяти финалистов были подготовлены iPod Touch 4. В качестве сувенира «бородачи» получали скриншоты по e-mail со своим лицом на экране в центре Москвы.

Оригинальная интегрированная кампания, включавшая в себя Интернет, наружную рекламу и PR позволила с первых дней привлечь большое количество участников. Простая механика участия и ненавязчивое присутствие бренда обеспечило высокую степень вовлечения.

Проект реализован совместно агентством **Ad-o'clock, AMK ZNAMENKA, MagicTouch, AiLove** и компанией **3stars**.

I O3

широкоформатная печать







**ОФОРМЛЕНИЕ 7-ГО ВОЕННО-СПОРТИВНОГО ФОРУМА**

Баннеры для оформления декораций для Военно-спортивного форума на Красной площади. Печать 360 dpi, общий объем печати - более двух тысяч квадратных метров.



# I 04

## производство рекламных конструкций



спортивные сооружения	32
гостиницы, бизнес-центры	34
банки	36
рестораны, кафе, бары	45
розничные магазины и супермаркеты	51
торгово-развлекательные центры	62
сфера услуг	66
автосалоны и сервисы	68
корпоративные вывески	70
вывески и торговое оборудование	72
отдельно стоящие и крышные установки	74



<b>AIRSYSTEM</b> ЕКАТЕРИНБУРГ, ЧЕЛЯБИНСК	58
<b>ARDIS</b> МОСКВА	56
<b>NEON-ART</b> КАЗАНЬ	32, 51
<b>RESEM</b> МОСКВА	52, 72
<b>АКВЕДУК РЕКЛАМА</b> МОСКВА	46, 71, 76
<b>АЛЬТИМА</b> МОСКВА	70, 74
<b>ВЕСТА ЛАЙТ</b> МОСКВА	42
<b>Группа компаний НОРЕТЕК</b> МОСКВА	35, 62
<b>ИКСТРИМ</b> МОСКВА	40
<b>ЛАЗЕРСТИЛЬ</b> МОСКВА	44
<b>ЛАТЕК</b> МОСКВА	36, 68
<b>НАВИГАТОР СТИЛЬ, РПК</b> МОСКВА	60, 67
<b>ОРИЕНТИР-М</b> КРАСНОЯРСК	34, 49
<b>ПОНЕДЕЛЬНИК</b> МОСКВА	45, 64
<b>ПРИНТ-ЭКСПРЕСС</b> КАМЫШИН	59
<b>РЕКЛАМА ЦЕНТР</b> НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ	50, 66
<b>РЕКЛАМНАЯ ГРУППА «АПРЕЛЬ»</b> НОВОРОССИЙСК	43
<b>РЭП МОСГОРРЕКЛАМА</b> МОСКВА	57
<b>СТИЛЬ РЕКЛАМЫ</b> ХИМКИ	61
<b>ЭНТУЗИАСТ РЕКЛАМА</b> МОСКВА	54

### КАЗАНСКАЯ АКАДЕМИЯ ТЕННИСА

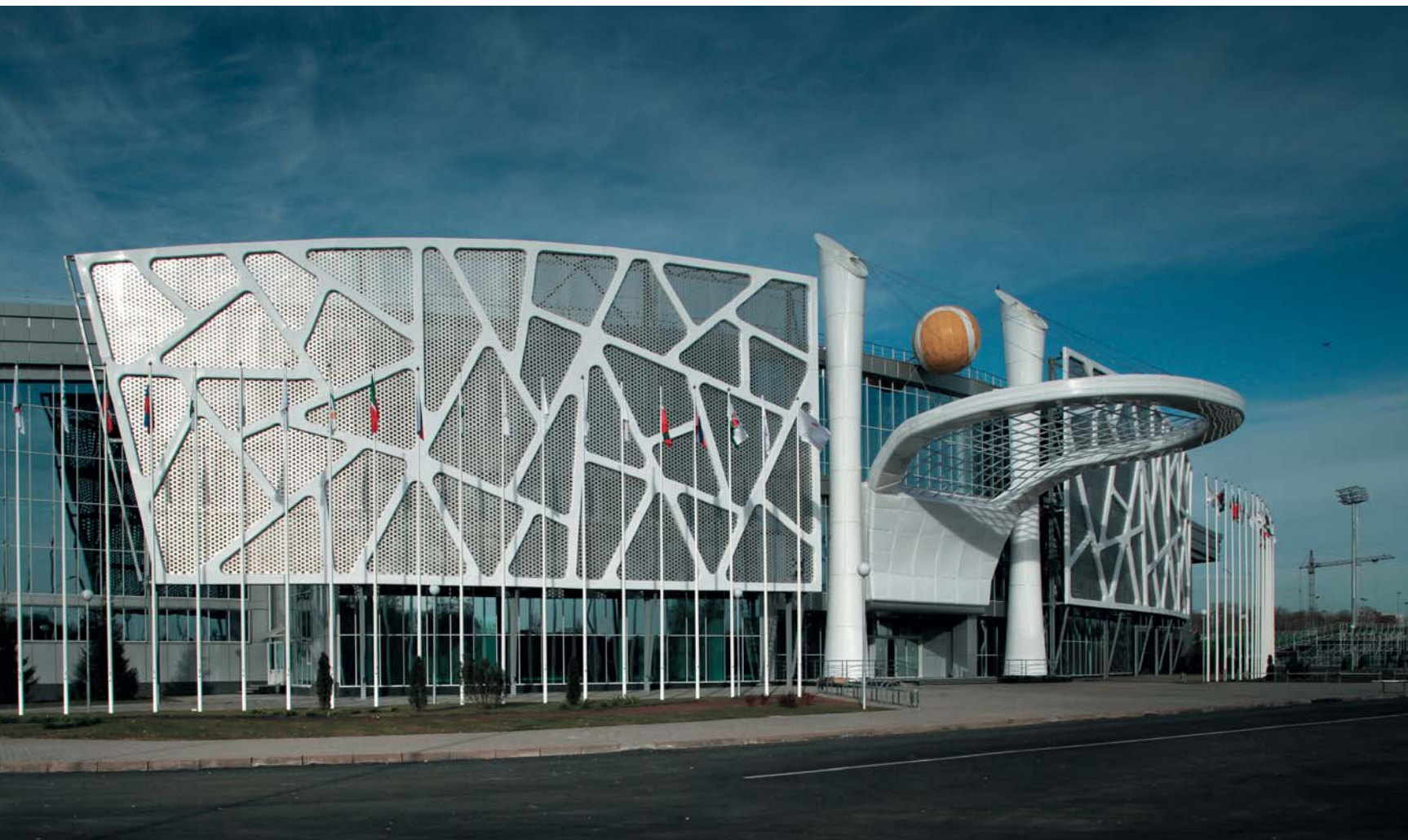
Первоначальный вариант наружного оформления главного фасада здания представлял собой конструкцию из металла и бетона, которая не позволяла полностью передать форму спортивного сооружения. Специалистами компании «Неон-Арт» был переработан представленный вариант и предложено новое концептуальное техническое решение — переход от бетонных форм к формованным элементам из акрилового стекла с внутренним светодинамическим освещением. Это позволило превратить здание «Казанской академии тенниса» в объект современной городской архитектуры.

Интересная идея — сделать так, чтобы главный фасад академии светился разными цветами радуги с помощью установленных светодиодных RGB-кластеров, позволяющими соз-

давать сложные светодинамические сценарии, в частности, эффект «поднятия флагов» России и Республики Татарстан.

Сложность проекта заключалась в ограниченных сроках, отпущенных на оформление главного фасада (90 суток). Принципиальным условием было успеть открыть академию к проведению первого Всероссийского спортивного форума «Россия — спортивная держава».

При сборке экранов главного фасада было привлечено большое количество спецтехники, работы производились на семи подъемниках одновременно. Работа в таком масштабе, носящая круглосуточный характер, — это особенный опыт, позволяющий продемонстрировать весь профессиональный потенциал специалистов компании.





! производство рекламных конструкций: спортивные сооружения



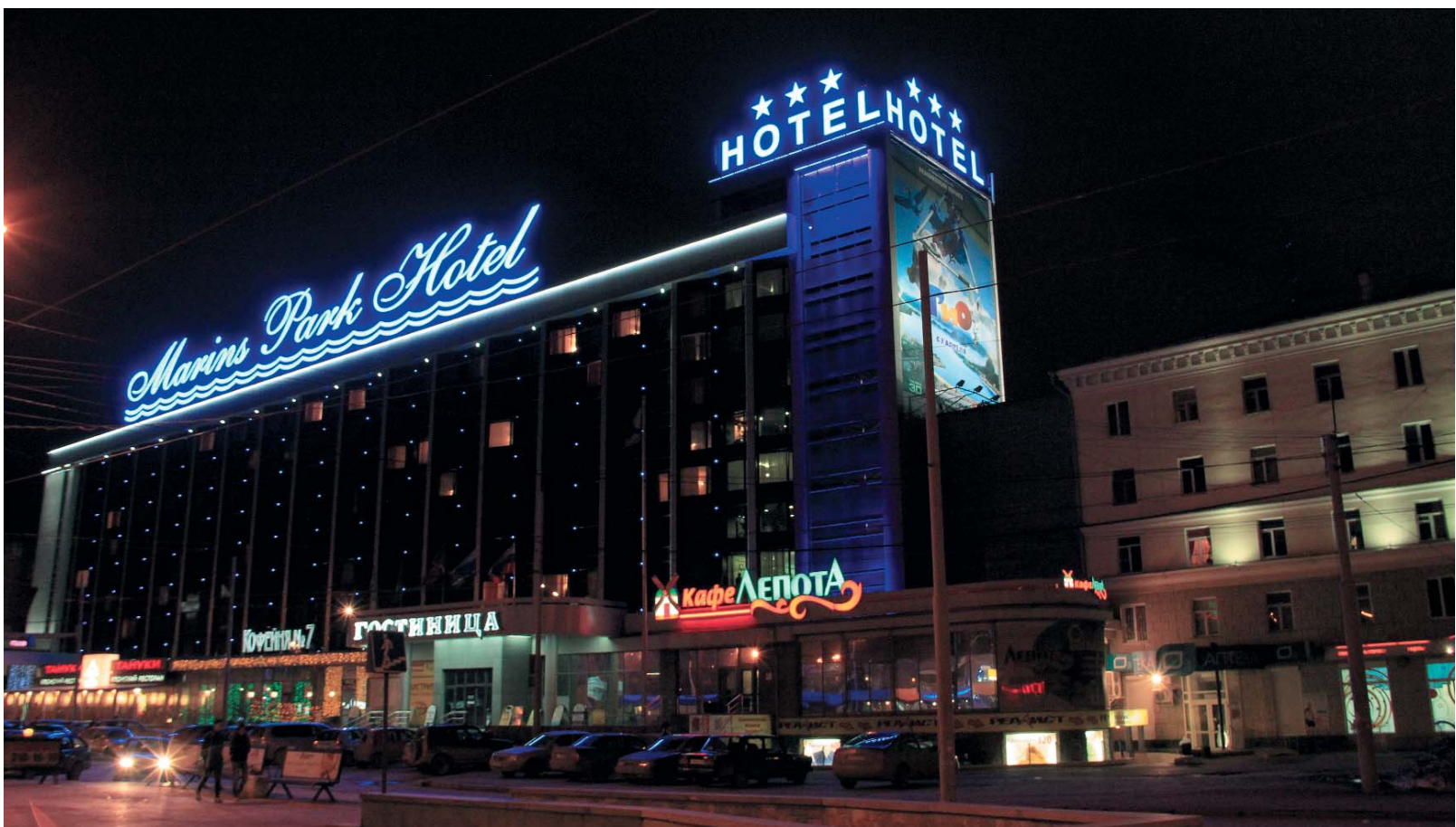
#### **БИЗНЕС ЦЕНТР «ТИТАН»**

Крышная установка. Для подсветки использованы исключительно светодиоды. «Титан» — объемные буквы с лицевой частью из СПК, «Бизнес центр» — объемные буквы из пластика ПВХ с внешним контуром из светодиодов. Монтаж несущей конструкции произведен без крепления в кровлю, вывеска удерживается с помощью утяжелителей — бетонных блоков.

#### **Гостиница «Метелица»**

Несветовая вывеска. Изготовлена из трех совмещенных слоев пластика. Затирка и шпаклевка произведена вручную. Окраска автоэмалью в цвет «золото».





Крышная конструкция «МАРИНС ПАРК ОТЕЛЬ» в г. Екатеринбург. Буквы выполнены из алюминиевых композитных панелей. Высота заглавных букв - 8 метров. Длина вывески — 66 мет-

ров. Подсветка — открытые светодиоды, растровое заполнение. Общая площадь светящихся элементов — 130 квадратных метров, количество диодов — 23000 шт.



Крышная установка банка «СБЕРБАНК РОССИИ», ул. Якиманка. Компания ЛАТЕК предложила инновационное решение для крышных установок Сбербанка. Особенностью конструкции является независимое полноцветное изображение знака для светлого и темного времени суток. В основе «дневного» изображения — перфорированный алюминий, окрашенный в природно-зеленые цвета корпоративной символики банка мето-

дом полноцветной аэрографии автоэмалью. Для «ночного» изображения применяется внутренняя подсветка светодиодной матрицей с модулями различных оттенков желто-зеленого спектра, создающей яркое и насыщенное изображение обновленного знака Сбербанка при включенной подсветке. В буквах логотипа использованы стандартные светодиоды зеленого свечения.

Фасадная вывеска для нового отделения «Сбербанка России» по адресу Тверская, 22 была изготовлена компанией ЛАТЕК в рамках проекта реформатирования офисов Сбербанка. Лицевая часть вывески изготовлена из композитного материала методом штамповки. Инкрустированные буквы и знак банка выполнены методом вакуумной формовки. Разработанная ЛАТЕК технология подсветки логотипа позволяет достоверно передавать

эффект солнечного блика и насыщенность свечения букв. Такое конструктивное решение стало одним из базовых вариантов для Cut-Guide Сбербанка. Cut-Guide, как технический документ, разработанный ЛАТЕК, включает в себя описание и других элементов наружного рекламного оформления: крышных установок, панель-кронштейнов, интерьерных вывесок, навигационных систем.



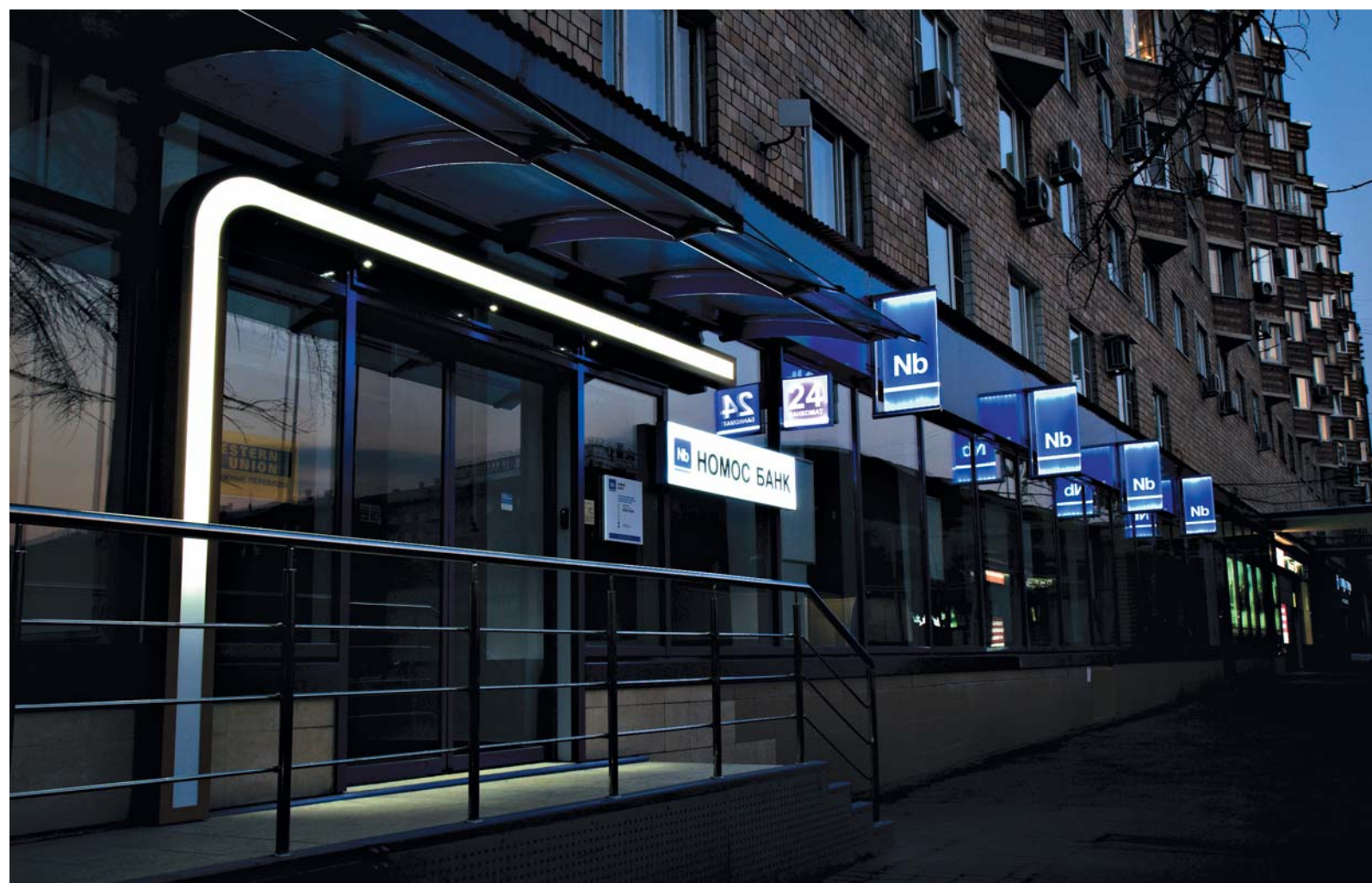
Оформление фасадов сети отделений банка «НОМОС БАНК».

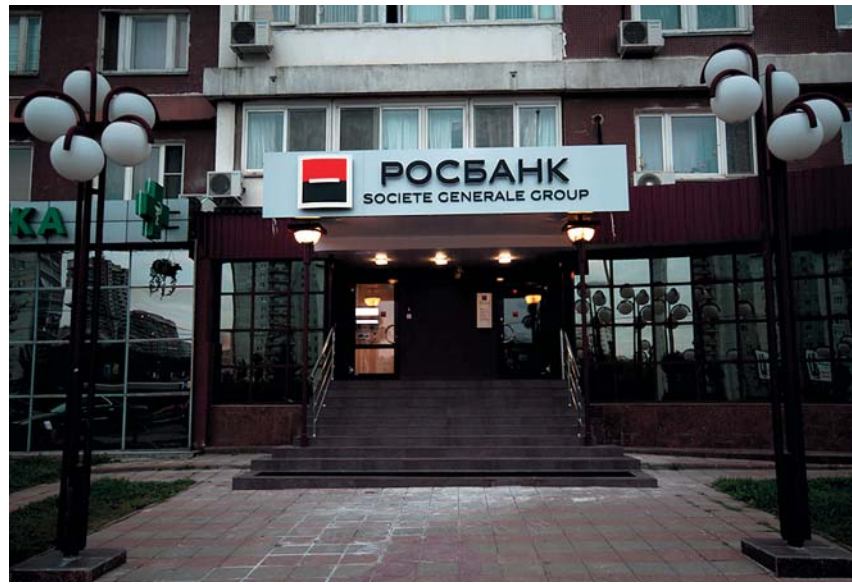
В рамках программы ребрендинга банка компания **ЛАТЕК** разработала проект конструктивных технологических решений по оформлению фасадов, включающий в себя вывеску, панель-кронштейн, световой элемент «дуга», табличку и облицовку фриза.

Необычное конструктивное и визуальное решение панель-кронштейна основано на торцевой диодной подсветке, установленной в нижней и верхней трубе кронштейна. Тонкие панели из светорассеивающего акрила с пленкой в условиях ночного освещения дают неповторимый эффект со световыми градиентами.









Оформление банка в новом фирменном стиле.



Крышная установка DEUTSCHE BANK

Адрес: Москва, БЦ «Аврора»

Габаритный размер конструкции:

16,6 x 3,0 м.

Световые объемные буквы выполнены из алюминия, лицевая поверхность — акриловое стекло. Подсветка букв осуществляется сверхъяркими светодиодными модулями белого свечения.



производство  
наружной  
рекламы



Крышная установка в виде объемных световых букв «ГУТА БАНК» и логотипа. Общая площадь конструкции составила 211 квадратных метров. В рамках проекта были проведены работы по регистрации рекламной конструкции, доработке металлокаркаса, производству и монтажу объемных букв и логотипа. Засветка лицевой поверхности из translucentного баннера с полноцветной печатью произведена светодиодами.

Внутри отделения банка объемными буквами была оформлена имиджевая стена.





РЕКЛАМНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОФИСА  
ОАО «ГАЗПРОМБАНК» в г. Новороссийск.  
Фасадная вывеска представляет собой фриз из композитного алюминия округлой формы. Световые логотип и буквы «Газпромбанк» изготовлены из акрилового стекла и установлены

в профрезерованные в лицевой части отверстия методом инкрустации. В рамках оформления дополнительных офисов также были изготовлены, согласно фирменному стилю, информационные стенды, электронные табло «курсы валют», световые панно, оформление банкоматов, таблички и т.д.



**РОСМОРПОРТ**  
ЭКСКЛЮЗИВНАЯ ИНТЕРЬЕРНАЯ ВЫВЕСКА, ПРИ ИЗГОТОВЛЕНИИ КОТОРОЙ СОЧЕТАЛИСЬ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ПОЛИРОВАННЫХ БУКВ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ, ИНКРУСТАЦИЯ АКРИЛОВОГО СТЕКЛА В АЛЮМИНИЕВЫЙ КОМПОЗИТ, СВЕТОДИОДНАЯ ПОДСВЕТКА «КОНТРАЖУР», ЛАЗЕРНАЯ ОБРАБОТКА МАТЕРИАЛОВ.



#### Фасадная вывеска банка «РОСЕВРОБАНК»

Вывеска размером 17,7 x 1,1 м. Короб и облицовка козырька выполнены на основе объемного металлокаркаса с облицовкой из алюминия и с покраской в корпоративный цвет. По всей длине вывески, в нижней части, изготовлен декоративный уступ, в котором располагается неоновая трубка белого холодного свечения. Данный уступ так же выполнен из алюминия с покраской в корпоративный цвет, белая полоса на данном уступе выклеена белой пленкой, подсветка неона с эф-

фектом «КОНТРАЖУРА». На лицевых поверхностях короба буквы «Банкомат 24», 2 надписи, выполнены инкрустацией молочным акриловым стеклом заподлицо с лицевой поверхностью панель-кронштейна, подсветка изображения осуществляется изнутри короба люминесцентными лампами.

Буквы и знак изготовлены из формованного молочного акрилового стекла толщиной 2 мм. Буквы и знак инкрустируются в короб. Подсветку букв и знака обеспечивают люминесцентные лампы, установленные внутри короба.



#### Фасадная вывеска банка «РАЙФФАЙЗЕН БАНК». Сетевой проект.

Фронтальная световая вывеска размером 6,6 x 0,98 м. Вывеска представляет собой несветовую подложку из композитного материала, оклеенную пленкой «ОРАКАЛ» на металлокаркасе из профильной трубы. Объемные металлические буквы высотой 0,4 м. Буквы из нержавеющей стали окрашены в черный цвет с внутренней светодиодной подсветкой.



Выполнен очередной проект для дополнительного офиса банка «РУБЛЕВ».

Световой короб 13,24 x 0,85 м выполнен с использованием алюминиевого профиля для натяжки баннера (система №2). Подсветка объемных световых букв «РУБЛЕВ» и логотипа осуществляется светодиодами модулями BANDI.

Выполнен очередной проект для сети ресторанов «ТАНУКИ».

Световой короб кубической формы размером 4,67 x 4,67 x 2,48 м. Лицевая его часть представляет собой транслюцентную баннерную ткань. Подсветка изнутри светодиодами лампами T8.

Световой короб 20,0 x 2,15 м. Лицевая часть короба состоит из сосновых сращенных досок толщиной 20 мм, искусственно состаренных с выделением структур дерева, прогрунтованных специальным составом, надписи «ТАНУКИ» и «ЯПОНСКИЙ РЕСТОРАН» выполнены методом фрезеровки. Подсветка — светодиодные модули в комплекте с трансформаторами 12V. Световая панель-кронштейн размером 2,15 x 2,15 м. Лицевая поверхность короба — транслюцентная баннерная ткань. Подсветка организована также как и в центральной части вывески.





РЕБРЕНДИНГ РАБОТАЮЩИХ И ИЗГОТОВЛЕНИЕ НОВЫХ ВЫВЕСОК ДЛЯ РЕСТОРАНОВ «МАКДОНАЛДС».

ТЕХНОЛОГИИ: НЕСУЩИЙ КАРКАС ИЗ СТАЛЬНОЙ ПРОФИЛЬНОЙ ТРУБЫ, КОМПОЗИТНАЯ НЕСВЕТОВАЯ ПОДЛОЖКА ИЗ КОМПОЗИТНЫХ ПАНЕЛЕЙ REUNOVOND, ОБЪЕМНЫЕ КЛЕЕННЫЕ БУКВЫ И ЛОГОТИПЫ С ВНУТРЕННЕЙ ПОДСВЕТКОЙ СВЕТОДИОДАМИ.





МакЭкспресс





Замена вывесок ресторанов  
«Ростикс» на KFC.

Технологии: несущий каркас из стальной профильной трубы, несветовая подложка из композитных панелей Alcotek, объемные клееные буквы и дополнительные элементы с внутренней подсветкой светодиодами. Сверхтонкие световые панели с изображением полковника Сандерса. Портал – пространственный металлокаркас с композитными панелями Alcotek.





**КОМПЛЕКСНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ФАСАДА БАРА «КУСТО».**

Основная вывеска выполнена с использованием световых объемных букв с внутренней подсветкой светодиодами. Внешний элемент — открытый неон. Подложка — композитный материал черного цвета.

Дизайн также разработан компанией «ОРИЕНТИР-М».





Крышная световая вывеска: Объемные светодиодные буквы на металлокаркасе с небольшим радиусом по крыше здания выполнены в цветовой гамме итальянского флага. Два световых короба на фризе здания и на входной группе. Подсветка све-

тодиодами белого свечения. «Маркиза» (металлокаркас, обтянутый баннерной тканью с полноцветной печатью) на входной группе подчеркивает итальянскую стилистику.



Фриз здания — композитный короб. Вывеска зрительно делится на две отдельных — кафе и ресторан. Кафе «Фишка»: «рыба» — открытый неон красного свечения и объемные световые буквы из оргстекла и пластика со светодиодным наполнением. Ресторан — световые буквы из оргстекла и пластика со светодиодным наполнением, а так же отдельный световой короб овальной формы с логотипом «Океан».



Вывеска для магазина **GRANDEX**  
РАЗРАБОТАНО НАЗВАНИЕ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ДЛЯ МАГАЗИНА СПОРТИВНОЙ ТЕХНИКИ И ОДЕЖДЫ. ПО УНИКАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНА ВЫВЕСКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВАКУУМНОГО ФОРМОВАНИЯ И ГИДРОАБРАЗИВНОЙ РЕЗКИ. В ОСВЕЩЕНИИ ИСПОЛЬЗОВАНЫ КАК ЛЮМИНЕСЦЕНТНЫЕ ЛАМПЫ И НЕОН, ТАК И СВЕТОДИОДНЫЕ RGB-КЛАСТЕРЫ С ЦВЕТОВОЙ ДИНАМИКОЙ.

Для пивного дома **BEER HOUSE** РАЗРАБОТАНЫ ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА И ВХОДНАЯ ГРУППА. ДЕКОРАТИВНЫЕ СТИЛИЗОВАННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ «РЫБЫ» И ФОНОВАЯ КОНСТРУКЦИЯ ВЫПОЛНЕНА ИЗ МЕТАЛЛА И ОБРАМЛЕНА АЖУРНЫМИ ДЕТАЛЯМИ, ИЗГОТОВЛЕННЫМИ МЕТОДОМ ГИДРОАБРАЗИВНОЙ РЕЗКИ С ПОЛИМЕРНО-ПОРОШКОВЫМ ПОКРЫТИЕМ. СВЕТОВЫЕ БУКВЫ ВЫПОЛНЕНА ИЗ АКРИЛОВОГО СТЕКЛА С ЛИЦЕВОЙ ЧАСТЬЮ ИЗ АЛЮМИНИЯ, ОКРАШЕННОГО ПОД «СТАРЫЙ МЕТАЛЛ», И ПОДСВЕЧЕНЫ ГАЗОСВЕТНОЙ СТЕКЛОТРУБКЕЙ И СВЕТОДИОДАМИ. ОБЪЕМНАЯ СВЕТОВАЯ БОЧКА ИЗ ПВХ-ПЛАСТИКА С ВСТАВКАМИ ИЗ АКРИЛОВОГО СТЕКЛА.

Дизайн: **Уракова Юлия**



Комплекс световых коробов и объемных элементов для оформления ресторана (Москва, ул. Новый Арбат, 17). Световые короба — сварная металлоконструкция, механическая система натяжения баннерной ткани, подсветка светодиодными кластерами. Накладные световые буквы и элементы — ALS-профиль, светодиодная подсветка. Общее потребление конструкций 4,0 кВт.



Комплексное оформление фасада торгового центра (Москва, м. Новогиреево). Световые короба на основе алюминиевого профиля FLEXCASE (220 мм). Лицевые поверхности — виниловая баннерная ткань, внутренняя подсветка осуществляется люминесцентными лампами. Разделители световых коробов (декоративные элементы из композита) позволяют производить замену изображений каждой из секций в отдельности.

Стела — комплекс световых коробов на основе алюминиевого профиля DUALCASE. Оформление витрин — аппликация виниловой пленкой. Общая площадь световых рекламных конструкций — более 250 м<sup>2</sup>. Интерьерное оформление — система световых коробов/несветовых панелей с применением алюминиевых профилей.



Комплексное оформление супермаркета, входные группы «БИЛЛА» и «ЯКИТОРИЯ» (г. Реутов, Новосовихинское шоссе). Буквы — ALS-профиль, акриловое стекло, светодиодная подсветка. Козырек — пространственная рама, облицованная композитом. Входные порталы — металлокаркас, облицовка композитом, внутренняя подсветка, объемные накладные элементы с LED-подсветкой. Дополнительное оформление: баннеры на фасаде, интерьерные рекламные конструкции (фриз на алюминиевом металлокаркасе, постеры, баннеры, ценникодержатели, подвесные конструкции).

Оформление фасада салона (Москва, Оружейный проезд). Фасад — решетчатый металлокаркас из алюминиевого тьюбинга на регулируемых кронштейнах. Колонна с рекламным изображением из композита, объемные световые буквы из молочного акрилового стекла со светодиодной подсветкой.



Изготовитель: «ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА»  
Дизайн: «ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА»  
Заказчик: ООО «Пивдом»

Использование нестандартных материалов в P.O.S.-продукции:  
НАТУРАЛЬНОЕ СЕНО, МУЛЯЖИ ФРУКТОВ, ИСКУССТВЕННАЯ ТРАВА.







Изготовитель: «Энтузиаст-Реклама»  
Дизайн: «Энтузиаст-Реклама»  
Заказчик: СУПЕРМАРКЕТ «Я — Любимый»

Комплексное оформление супермаркета «под ключ»: наружное оформление и P.O.S.-продукция.





Оформление фасада сети сотовой связи «ЕВРОСЕТЬ»

Световые короба выполнены из профильной системы FK-180 (Флекс Кейс) с накладными объемными буквами. Световой, двухсторонний панель-кронштейн выполнен методом вакуумной формовки.



Оформление фасада центра обслуживания и продаж мобильной связи «БИЛАЙН»

Вывеска выполнена из композитного материала с объемными логотипами, изготовленными методом вакуумной формовки, и объемными буквами с контражной светодиодной подсветкой.



Комплексное оформление магазина джинсовой одежды на Ленинградском пр-те «ДжинсТорг». Все панели выполнены из отфрезерованного композитного материала черного цвета. Объемные буквы из акрилового стекла с неоновой подсветкой.

Комплексное оформление торгового павильона **CONCEPT CLUB** (магазин молодежной одежды) в ТЦ «Фрунзенский». Все панели выполнены из отфрезерованного композитного материала черного цвета. Объемные буквы из акрилового стекла подсвечены светодиодными модулями.





Вывеска мехового магазина «ЗЕБРА» — РЕКЛАМНАЯ КОНСТРУКЦИЯ ФОРМАТОМ 24 X 0,85 м. ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА ИЗГОТОВЛЕНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ AIRSYSTEM + НЕСВЕТОВОЙ КОРОБ. ОБЪЕМНЫЕ СВЕТОВЫЕ БУКВЫ ВЫПОЛНЕНЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ОТКРЫТЫХ ТОЧЕЧНЫХ СВЕТОДИОДОВ.



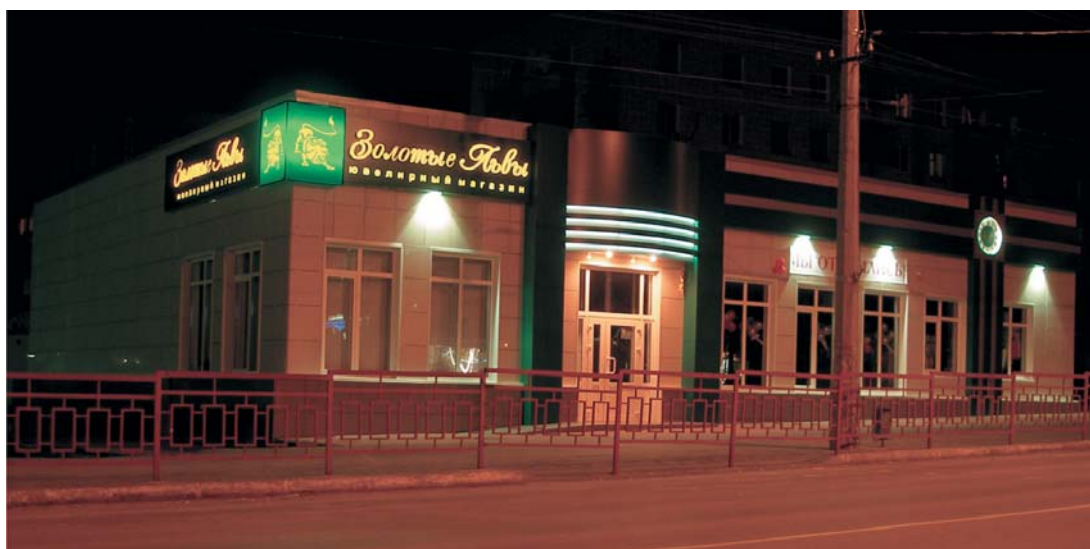
Вывеска ювелирного салона «ЗОЛОТАЯ ЦЕПЬ» — РЕКЛАМНАЯ КОНСТРУКЦИЯ ФОРМАТА 10 X 1 м. ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАТЕРИАЛОВ AIRSYSTEM, КОРОБ ИЗ КОМПОЗИТНОГО МАТЕРИАЛА, ОБЪЕМНЫЙ СВЕТОВОЙ ЛОГОТИП «ЮLINE» С ВНУТРЕННЕЙ ПОДСВЕТКОЙ, НАДПИСЬ «ЗОЛОТАЯ ЦЕПЬ» — ФРЕЗЕРОВКА В КОМПОЗИТНОЙ ПАНЕЛИ, ВНУТРЕННЯЯ ПОДСВЕТКА. ПОДСВЕТКА ПОЛНОСТЬЮ ВЫПОЛНЕНА СВЕТОДИОДАМИ. СИСТЕМА AIRSYSTEM ИМИТИРУЕТ ЗОЛОТУЮ ЦЕПЬ, ЦВЕТ ЗОЛОТО И СЕРЕБРО.





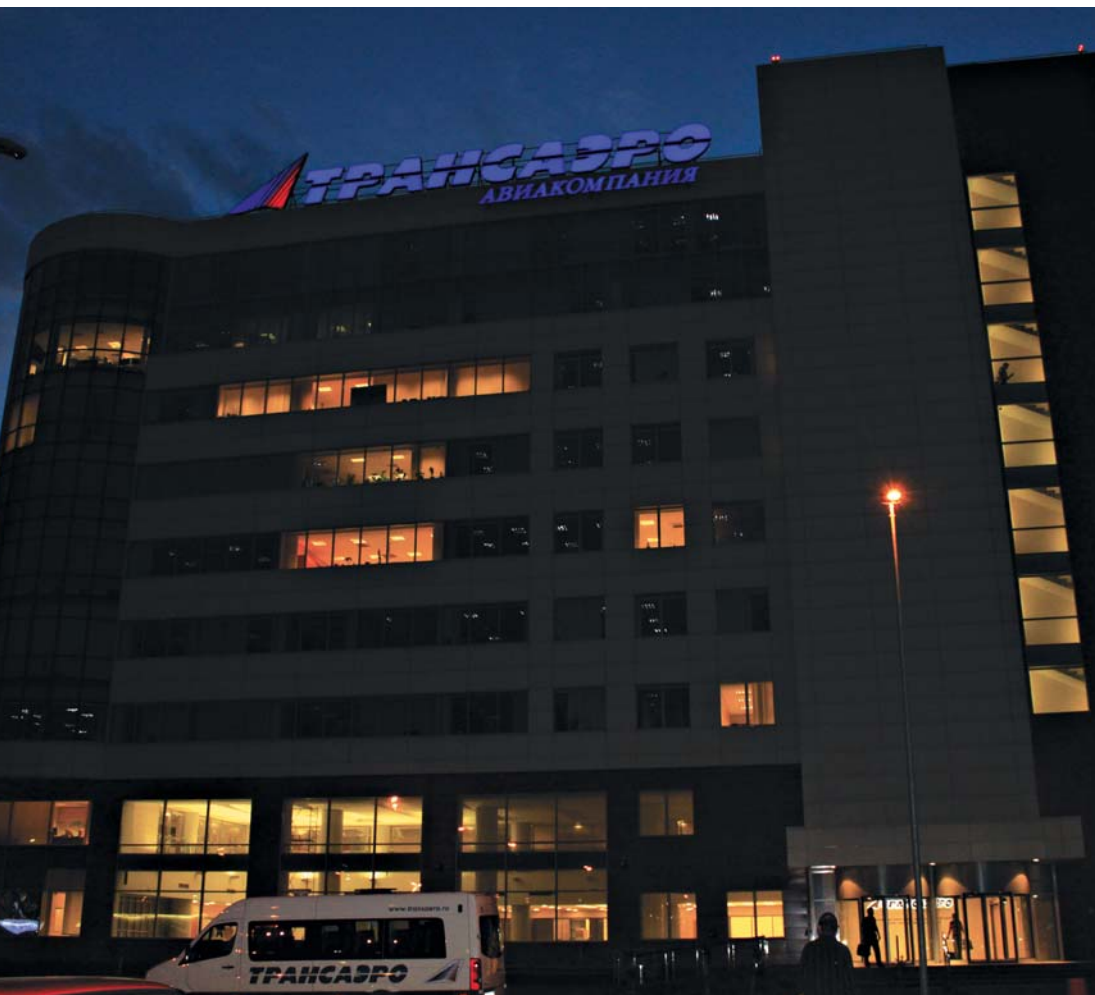
Комплексное оформление фасада офиса интернет-провайдера «АБРИКОС».

Обшивка фриза алюминиевым композитным материалом. Объемные буквы изготовлены из черного акрила с контражной подсветкой. Логотип — объемный световой короб с лицевой и контражной подсветкой. Фасад дополнительно оформлен сменным баннером.



Внешнее оформление фасада ювелирного магазина «ЗОЛОТЫЕ ЛЬВЫ».

Используемые материалы: алюминиевые композитные панели. Буквы — объемные, со светодиодной подсветкой, дополнительное освещение фасадными прожекторами.



Рекламная конструкция, установленная на здании грузовой клиентуры авиакомпании «ТРАНСАЭРО» в аэропорту «Домодедово», представляет собой крышную установку, состоящую из световых объемных букв «ТРАНСАЭРО» и логотипа. На фасаде здания установлены световые объемные буквы «Авиакомпания». Общая длина крышной установки составляет 25,7 м, высота букв «ТРАНСАЭРО» — 2,0 м, габаритный размер логотипа — 4,4 x 3,4 м, высота букв «Авиакомпания» — 0,77 м. Световые объемные буквы и логотип изготовлены из листового алюминия, окрашенного термopорошковым способом в корпоративные цвета. Лицевые части букв «ТРАНСАЭРО» и «Авиакомпания» выполнены из акрилового стекла, оклеенного транслюцентной виниловой пленкой. Для изготовления лицевой поверхности логотипа использована транслюцентная баннерная ткань, оклеенная транслюцентными виниловыми пленками. Буквы «ТРАНСАЭРО» и логотип имеют внутренние металлокаркасы, изготовленные из стальной профильной трубы расчетного сечения. Несущая металлоконструкция крышной установки изготовлена из стального металлопроката расчетного сечения и установлена на крышу при помощи бетонных пригрузов. Внутренний подсвет всех букв и логотипа осуществляется светодиодными модулями.



Оформление фасада торгового комплекса «САВЕЛОВСКИЙ» состоит из световых объемных букв КОМПЬЮТЕРНЫЙ и светового объемного логотипа, состоящего из трех частей.

Световые объемные буквы высотой 1,24 м и логотип общим габаритным размером 2,5 x 1,5 м выполнены цельноклеевым способом. Лицевые поверхности конструкций изготовлены из акрилового стекла, оклеенного транслюцентными виниловыми пленками согласно фирменных цветов, боковые части — пластик ПВХ, также оклеенный виниловыми пленками. Внутренний подсвет букв и логотипа осуществляется светодиодными модулями.

Несветовые буквы ТРОВОЙ КОМПЛЕКС выполнены методом фрезерования из прозрачного акрилового стекла толщиной 20 мм, оклеенного с внешней стороны виниловой пленкой.



Комплексное рекламное оформление торгового павильона ГИПЕРМАРКЕТА «НАШ» в г. Нижний Новгород площадью 7 тыс. кв.м: фризы с категорией товаров, навигационные таблички с указанием отделов, оформление промозон подвесными навигационными системами. Всего было изготовлено и смонтировано более 300 конструкций.





**КОМПЛЕКСНОЕ РЕКЛАМНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ФАСАДОВ ТРЦ «ГРАД».**  
Изготовление и монтаж рекламных конструкций торгового центра и рекламных конструкций арендаторов ТЦ: «Ашан», «Леруа Мерлен», «Декатлон», «Эльдорадо», «Стар и Млад». Во всех вывесках ТЦ и всех арендаторов в качестве подсветки использовались только светодиодные технологии.





# ГРАД

## СИТИ-ПАРК





#### ТРК «ЮНИОН» г. Железнодорожный

Объемные буквы «БОУЛИНГ, БИЛЬЯРД, КАФЕ, БАР», «ДЕТСКИЙ ИГРОВОЙ КЛУБ» высотой 0,8 м изготовлены из алюминия с порошковой покраской со светодиодной матричной навивкой рекламного поля буквы (светодиоды RGB) и буквы «ЮНИОН» высотой 1,5 м.

Объемные буквы по радиусной части фасада «ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС» выполнены из нержавеющей стали со светодиодной контражурной подсветкой.

По контуру здания и витражным переплетам смонтирован гибкий неон — LED NEON FLEX (светодиодный шлейф).



**Крышная установка для ТЦ  
«МОНБЛАН» г. Белгород**

Общие габаритные размеры  
установки на 9 этажном кор-  
пусе 5,5 X 4,2 м.

Общие габаритные размеры  
установки на 4 этажном кор-  
пусе 12,0 X 5,5 м.

Внутренняя подсветка объем-  
ных световых букв осущест-  
вляется светодиодными мо-  
дулями BANDI.



Фриз здания — баннер на металлорамке. Объёмные световые буквы из оргстекла и пластика со светодиодным наполнением смонтированы на баннер. Объёмный элемент в виде невесты изготовлен отдельным световым коробом из оргстекла с полной светодиодной заливкой, цветочный узор на баннере и имитация складок на платье «невесты» — аппликация серебром.

Угловая конструкция на фризе здания. Световые короба с люминесцентными лампами из оргстекла и пластика. Световые объёмные буквы на одном коробе и световой короб в виде ромашки на другом со светодиодным наполнением белого свечения.



На фасаде здания установлен логотип, состоящий из световых объемных букв «ФИНАМ» и объемного знака со светодинамическим эффектом. Буквы имеют высоту 0,8 м и изготовлены цельноклеевым способом, для лицевых поверхностей букв

использовано специальное акриловое стекло PERSPEX SECRET SIGN (день/ночь). Таким образом, днем буквы «ФИНАМ» имеют черный цвет, а в темное время суток светятся ярко-белым свечением. Внутренний подсвет букв — светодиодные модули.

Световой объемный знак холдинга с габаритным размером 2,8 x 2,75 м состоит из 40 отдельных элементов, при этом каждый элемент знака имеет свои размеры по высоте внизу и вверху, что создает дополнительный визуальный эффект всей рекламной конструкции. Все 40 элементов знака изготовлены цельноклеевым способом из акрилового стекла (лицевые и боковые поверхности), оклеенного транслюцентными виниловыми пленками согласно брендбуку компании. Внутренний подсвет также обеспечивается светодиодными модулями.

Для достижения светодинамического эффекта знака установлен программируемый 11-ти канальный контроллер. На торцевой стене здания установлен двухсторонний панель-кронштейн размером 1 x 1,2 м, который также изготовлен цельноклеевым способом. Лицевые поверхности — акриловое стекло, оклеенное транслюцентными виниловыми пленками, буквы «ФИНАМ» — накладные фрезерованные из черного акрилового стекла. Боковые поверхности — пластик ПВХ. Внутренний подсвет — светодиодные модули.





Компания **ЛАТЕК** провела работу по оформлению дилерских станций **FIAT**. Технологический проект комплексного рекламного оформления включает в себя: пилон, входную группу, фасадную вывеску, интерьерные логотипы. Пилон выполнен из композитного материала, знак **FIAT** — вакуумная формовка. В конструкции используется технология подсветки «день/ночь», позволяющая создавать два различных образа рекламного оформления в светлое и темное время суток. Стальной цвет логотипа и черные буквы при включенной подсветке приобретают равномерное белое свечение. К настоящему моменту оформлено около 20 дилерских станций.





**НАРУЖНОЕ РЕКЛАМНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ДИЛЕРА GM АВТОВАЗ.**

Пилон и фасадная вывеска выполнены с использованием элементов нового фирменного стиля GM. Конструкция представляет собой стальной каркас с внутренней подсветкой люминесцентными лампами, лицевая поверхность из монолитного поликарбоната. Прозрачный синий материал призван объединять фирменный стиль каждой марки под единым брендом GM. Эмблема CHEVROLET выполнена методом вакуумной формовки и расположена в выделенном элементе в бренд зоне.





«РОСГОСТРАХ». ОФОРМЛЕНИЕ  
ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА.

Заказчик: «РОСГОСТРАХ»  
Дизайн: «КОМПАНИЯ АЛЬТИМА»  
Изготовление: «КОМПАНИЯ  
АЛЬТИМА»

Высота букв — 2,4 м.  
Подсветка букв осуществляется  
светодиодами.  
Флагштоки высотой 12 м, 7шт.



ОФОРМЛЕНИЕ  
ОФИСА ПРОДАЖ НТВ

Заказчик: RCC Exhibition  
DESIGN  
Дизайн заказчика  
Изготовитель: «АЛЬТИМА-Р»

Несветовая подложка из композитного материала, буквы объемные из нержавеющей стали с порошковой покраской, подсветка осуществляется неонам.





Оформление завода по производству воды в Нижегородской области.

Крышная установка: пространственная металлоконструкция, алюминиевые объемные буквы с порошковой покраской с открытым неонам.

Вывеска в холле: буквы из полированной нержавеющей стали с контражурным эффектом на подложке из шлифованной нержавеющей стали.

Стелы на въезде: металлоконструкция обшитая композитными панелями с аппликацией световозвращающей пленкой ЗМ.



Комплексное оформление флагманского салона **БИЛАЙН** (Москва, Профсоюзная ул., д.43). Пилотный проект, реализованный по дизайн-проекту и под авторским надзором рекламного агентства **FITCH**.

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**

Световые короба на основе алюминиевого профиля **FLEXCASE** с объемными

накладными буквами из черного стекла на световой лицевой поверхности. Полусферический элемент — термовакуумная формовка из акрилового стекла с LED-подсветкой. Изображение на боковом коробе — полноцветная печать 1200 DPI с УФ-стойкой ламинацией.

**ВНУТРЕННЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ**

Более 30 элементов торгового оборудо-

ования различных типов: ресепшн-стойки, навесные элементы, островное демонстрационное оборудование с антикражной системой, платежные терминалы, стена с независимыми поворотными модулями для демонстрации товаров. Используемые материалы и технологии: ЛДСП, МДФ, эконо-панели с навесной системой, HPL-пластик, УФ-клейка 10 мм стекла, тонированный сатинированный акрил, искусственный камень, полноцветная печать и пр.



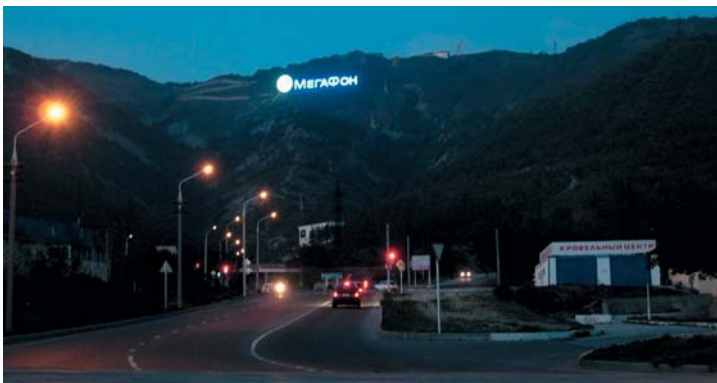
КОМПЛЕКСНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МАГАЗИНОВ БЕСПОШЛИННОЙ ТОРГОВЛИ (г. Новосибирск, г. Сочи).

#### НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Световые короба из глянцевого композитного материала с инкрустированными буквами из 15 мм акрилового стекла, световые пилоны с легкозаменяемыми рекламными изображениями со светодиодной подсветкой; зашивка фасада магазина композитными панелями.

#### ВНУТРЕННЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ

Стеновое, островное, кассовое рекламное торговое оборудование (15 видов). Применяемые материалы и технологии: ЛДСП, МДФ, эконом-панели с навесной системой, система профилей и кронштейнов GLOBAL, HPL-пластик, УФ-склейка стекла, искусственный камень, полноцветная печать и пр.

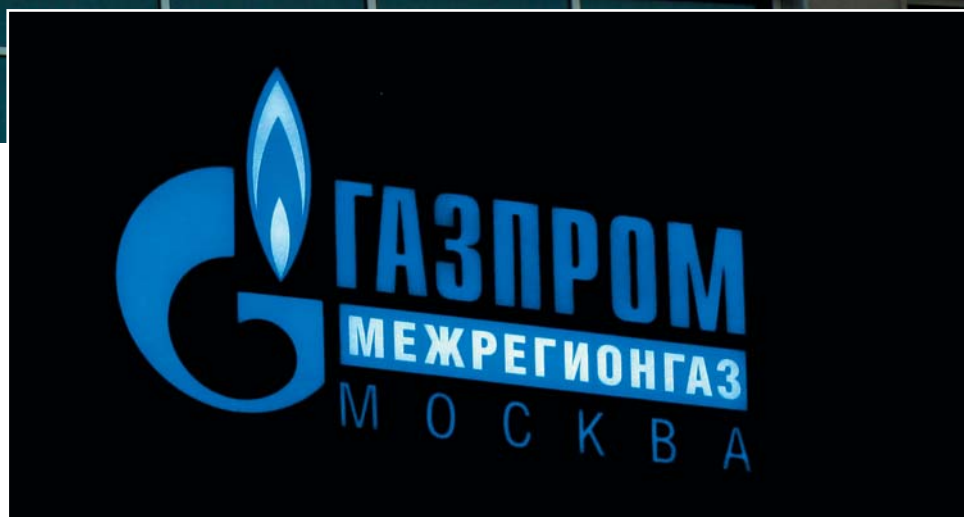
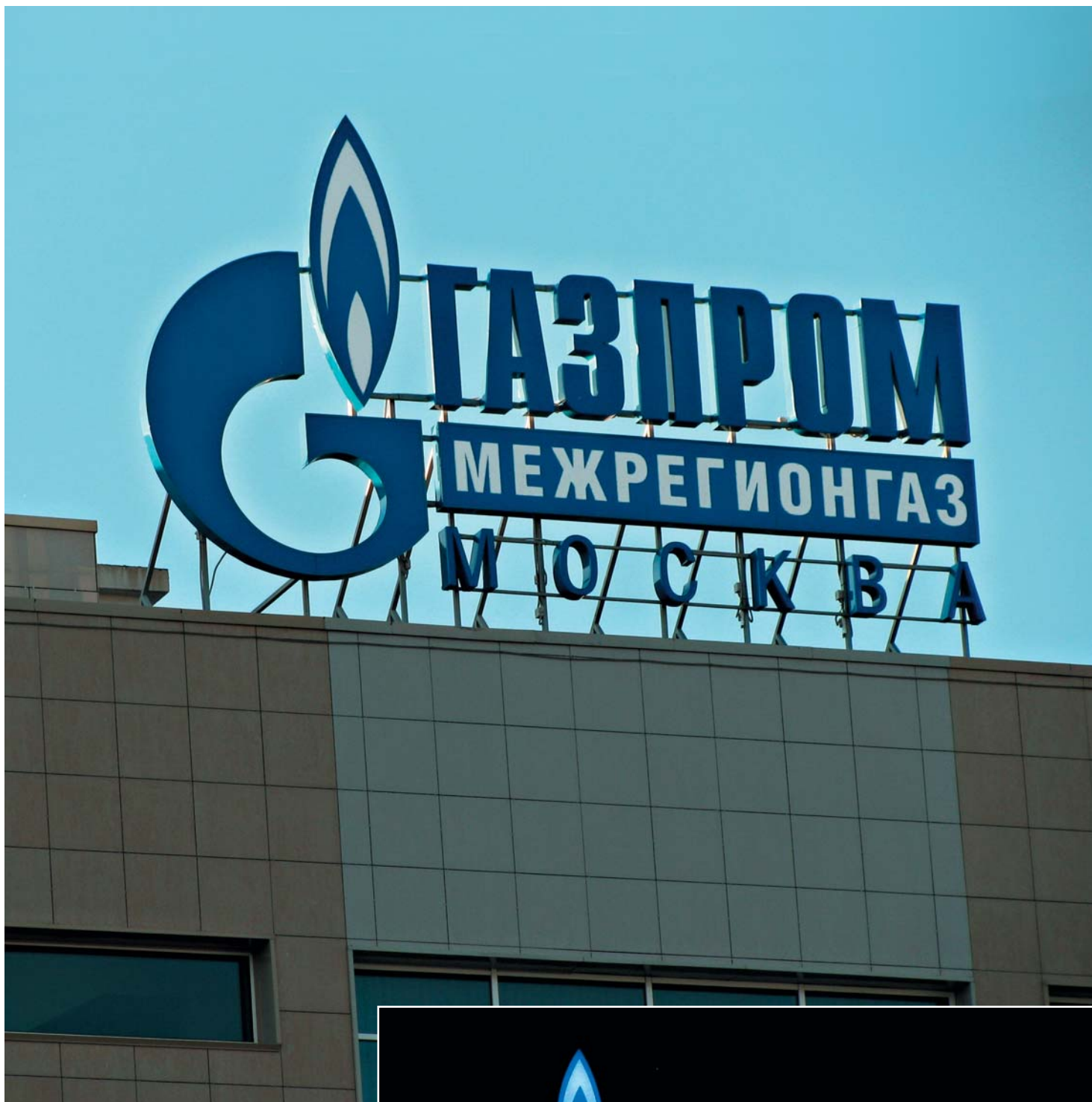


Отдельно стоящая конструкция на склоне Маркотхского хребта, г. Геленджик. Конструкция с габаритным размером 119 x 22,3 м. Подсветка осуществляется неоновыми лампами.



Дизайн: **«АЛЬТИМА»**  
Производитель: **«АЛЬТИМА»**  
Заказчик: **ЗАО «Медиа Бюро»**

Стела Avon высотой 4,5 м. Основание — 1,5 x 1,5 м. Металлический каркас облицован пластиком с покраской в корпоративный цвет заказчика.



Крышная установка: объемные буквы с внутренней подсветкой светодиодами, лицевая поверхность — молочное оргстекло с транслюцентной самоклеящейся пленкой. Несущая металлоконструкция из профильной трубы.



Изготовление и монтаж букв «МЕГА» на стеле в Химках. Высота больших букв 6,8 м. Технологии: пространственный каркас из стальной профильной трубы, композитная подложка из композитных панелей, световой баннер с транслюцентной пленкой 3М, подсветка — светодиоды PHILIPS.

ИКЕА

ИКЕА Новый Каталог ИКЕА

ХОД

I 05

серийные  
рекламно-информационные  
изделия









Остановочный павильон длиной 10 м установлен у бизнес центра «БЕНУА» на Свердловской набережной, д. 44 по заказу управляющей компании «ТЕОРЕМА».

Сроллер 3,7 x 2,7 м установлен недалеко от Смольного на улице Новгородской, д. 28 по заказу рекламного агентства «РЕКЛАМА-ЦЕНТР».

USB-модем за 95 рублей

Узнайте больше: ☎ 0880

Билайн

*Аragosta*

Специальная программа в рамках акции



I 06

нетрадиционные  
средства рекламы  
и праздничное оформление



<b>МОСКОВСКАЯ ГОРОДСКАЯ РЕКЛАМА</b> МОСКВА	84
<b>РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО OMI</b> МОСКВА	86
<b>AIRSYSTEM</b> ЕКАТЕРИНБУРГ, ЧЕЛЯБИНСК	88
<b>КОДИМИР</b> МОСКВА	89



По заказу агентства **MAXUS** было установлено 9 елей. Их высота составляет 13 м, а для оформления каждой из них были использованы гирлянды со светодиодными лампами, 96 брендированных игрушек с внутренней энергосберегающей подсветкой, 60 серебристых снежинок. Пандус елей с внутренней светодиодной подсветкой имеет 6 граней размером 2 x 3 м. Макушка, выполненная в виде двусторон-

ней звезды, также имеет светодиодную подсветку и стробоскопы на лучах. Все ели полностью изготовлены с использованием современных энергосберегающих технологий на основе диодов и энергосберегающих ламп. Все оформление елей выполнено в строгом соответствии с фирменным стилем **СБЕРБАНКА РОССИИ**.



Высота ели составляла 13 метров, для праздничного оформления было использовано около 100 метров динамичной светодиодной иллюминации, 64 брендированных шара с внутренней подсветкой (диаметр шаров достигает 40 см), 64 декоративных банта размером до 45 см, золо-

тистая мишура и белые стробоскопы. Весь наряд елки, включая пандус с внутренней подсветкой, выполнен в соответствии с желто-красным фирменным стилем компании **DHL**. Акция проходила по заказу **MEDIAEDGE:cia**.



В главном магазине страны, торговом доме ГУМ, по заказу компании **PERNOD RICARD ROUSS** — мирового лидера сегмента премиального алкоголя — рекламное агентство OMI размещало новогоднюю ель для бренда G.H. Мумм. История шампанских вин G.H.Мумм — это почти два столетия стремления к совершенству, высочайшему качеству и безупречности. В 1875 году один из основателей дома Джордж Герман Мумм украсил бутылку знаменитой красной лентой Почетного Легиона — отличительным знаком непревзойденного качества, введенного Наполеоном I. Ель была украшена такой же фирменной красной лентой, а под ней расположились бутылки самого новогоднего напитка — шампанского.

*Справа:* Светодизайн от **SOBRANIE** в ТЦ «Европейский». С мая 2010 года в крупнейшем торговом комплексе Москвы и Европы размещается уникальная интерактивная световая инсталляция **SOBRANIE LIGHT SYMPHONY**, созданная известной лондонской арт-группой **SINIMOD STUDIO**.

Двенадцатиметровая светящаяся конструкция расположилась над фонтаном, поражая гостей торгового центра фантастическими световыми метаморфозами. На установленной уникальной интерактивной панели управления инсталляцией, следуя малейшему движению руки, панель передает сигнал десяткам тысяч разноцветных ламп.

Исполнить свою симфонию света, испытав объект в действии, можно в ТЦ «Европейский» до конца 2011 года.

Заказчик: **ГП**

Баинг: **РА OMI**





| нетрадиционные средства рекламы и праздничное оформление



Рекламная конструкция формата 6 x 3 м. Изображение рекламного носителя изготовлено по технологии **AIRSYSTEM**, объемный логотип ПВХ, по периметру букв — светодиоды белого свечения.



Светодиодный фонтан с эффектом текущей воды на Манежной площади. Конструкция повторяет внешний вид фонтана в летний период. Впервые были установлены компанией Кодимир на площадях Москвы в 2008 году. Материалы: металлический каркас, гибкий светодиодный дюралайт и светодиодные гирлянды длиной 5-8 метров с эффектом льющейся воды. Простое и в то же время эффективное решение, разработанное нашими инженерами, позволяет закрепить конструкцию без ущерба действующему фонтану.



Новогодняя ель у Путевого дворца в Москве. Высота ели 12 метров. Для оформления использовались 34 полусферы светодиода, светодиодные трубки с эффектом падающего снега, 200 гирлянд беллайт со светодиодными стробоскопами, 70 глянцевых шаров размером 25 сантиметров. Также были установлены прожектора внешней подсветки.

Особенностью данного проекта стал сложный монтаж конструкции. Из-за подогрева площадки был невозможен проезд техники, поэтому все элементы устанавливались вручную. Все конструкции были размещены по заказу московского Правительства.

I 07

современные  
технологии  
и методы  
в наружной  
рекламе

<b>РЕДИУС</b>	105
<b>ЛЕНТА</b>	107
<b>HEWLETT-RASKARD</b>	118
<b>ОКТОПРИНТ СЕРВИС</b>	122
<b>ТЕХНОГРАФИКА</b>	124
<b>НЕОТЕС</b>	126
<b>ДЕСТЕК</b>	128
<b>НЕО-НЕОН</b>	130
<b>АЛЬТИМА</b>	132
<b>ФОРДА</b>	133
<b>КОНТИНЕНТ</b>	134
<b>ИНКВИН</b>	135
<b>ОРГСТЕКЛО</b>	137

# Где виртуальное встречается с реальным



*Льюис Блэквелл (Lewis Blackwell)*

*Льюис Блэквелл, в прошлом — главный редактор и издатель журнала Creative Review, автор нескольких книг-бестселлеров, в настоящее время является стратегическим директором агентства стоковой фотографии Image Source ([www.imagesource.com](http://www.imagesource.com)).*

*Как подмечает Льюис Блэквелл, в работах призеров последнего конкурса Erika нашли отображение новые высокоэффективные способы синергии наружной рекламы и интерактивных медиа.*

**К**то бы мог подумать?

Кто бы мог подумать, что новые цифровые медиа способны вдохнуть новую жизнь в наружную рекламу?

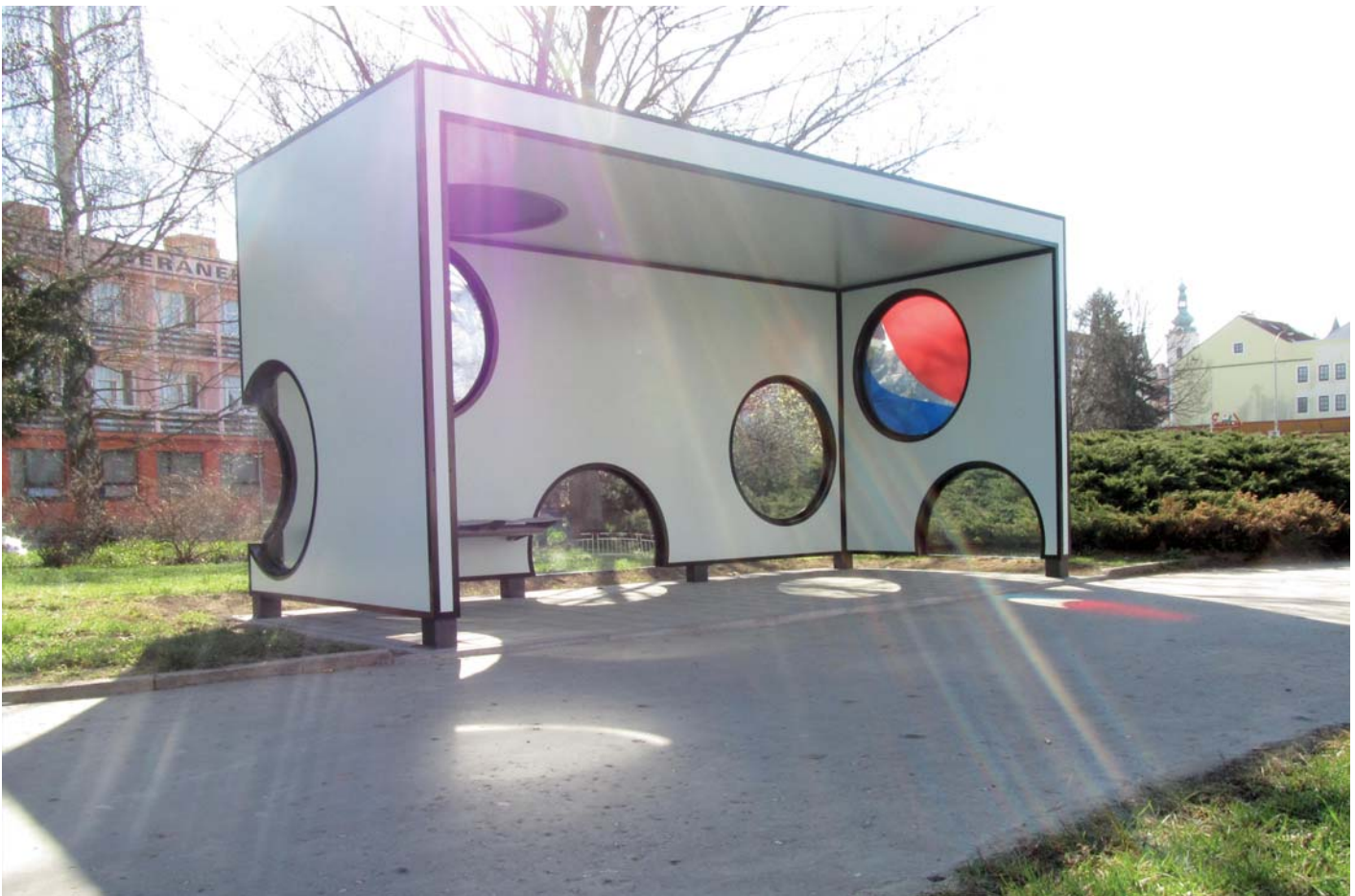
В дни, когда оценочная стоимость Facebook и других социальных сетей возрастает до небывалых показателей, а подрастающее поколение воспринимает свои смартфоны как устройства, позволяющие им совершать большинство поступков с другими людьми и предметами, можно было бы предполагать, что все это — очередной гвоздь в крышку гроба наружной рекламы.

Но нет.

Напротив, наружная реклама, играя роль неотъемлемого элемента мира «реального», становится идеальной заставкой или средством поддержки для интерактивных цифровых медиа, просматривается ли цифровая реклама в мобильном телефоне или на более крупном экране.

В этом году ведущий европейский конкурс Erika Awards, отмечающий лучшее в рекламе, отличился многими финалистами и победителями, которые демонстрируют инновационные способы комбинирования старейшего в мире средства рекламы — наружки — с новейшим. Такие кросс-медийные кампании обычно приводят к поразительной эффективности рекламы.

Обратите, к примеру, внимание на то, как компания Pepsi в Чешской республике «встрянула» местные органы власти и улучшила жизнь пассажирам автобусов. В рамках кампании «Освежи свой мир», разработанной агентством BBDO Prague, Pepsi обратилась к молодежи с призывом разработать и прислать организаторам акции свои дизайн-концепции павильонов автобусных остановок, чтобы сделать более жизнерадостными и яркими пришедшие в упадок сооружения на улицах 12 чешских городов. Однако после того, как по почте было по-



лучено 2600 присланных работ, городские власти, изначально одобившие проект, отказались от своих обещаний. В итоге бренд разместил на своем веб-сайте призыв: «Мы ищем храбрых мэров!» Это сопровождалось видеороликом, показывавшим, как 2600 прислан-

ных участниками дизайн-проектов отправляются на завод по переработке бумаги. В результате в местные органы власти обратились 8 тысяч человек. Вскоре 160 чиновников из городских муниципалитетов согласились одобрить проект.

# The World's Biggest Signpost

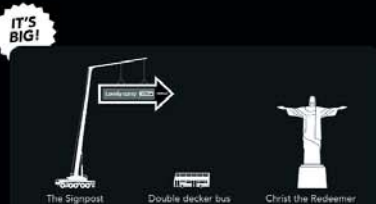
**BACKGROUND:**  
Nokia offers a range of navigation services, both online and on mobile devices. But awareness about these services is low.

**CHALLENGE:**  
Raise awareness and increase use of Nokia's navigation service. Both on handsets and online.

**SOLUTION:**  
We took the simplest navigation tool around (the signpost) and resized it into one of the world's largest interactive installations. A 50 meter tall, 60 ton SMS controlled signpost. Passers-by could text a location to the signpost and within moments the giant signpost turned to display the direction and distance to that location.

**RESULTS:**  
Every slot during the two week period was filled with locations submitted by SMS and through the online map. A third of those who participated continued using Nokia's navigation services, and the number of users of Nokia's navigation services increased with 129%.

Find out more at: [grab-url.com/outdoor](http://grab-url.com/outdoor)



Другой пример — кампания «Самый большой в мире указатель», разработанная агентством Farfar из Стокгольма для Nokia. В ней использован прием комбинации средств наружной и интерактивной рекламы с целью доверять использование рекламной конструкции публике... и в то же время брендировать многочисленные локализованные послания как реализованные при поддержке Nokia.

Первоочередная цель кампании — осуществить продвижение навигационных услуг, предлагаемых Nokia. Агентство установило огромный интерактивный указатель в центре Лондона. Конструкцию высотой 50 м можно было активировать через Интернет или посредством мобильных телефонов и заставить ее указывать в сторону любого населенного пункта в мире. В установке также была предусмотрена возможность отображать расстояние до требуемого места назначения.

Пользователи присылали текстовые сообщения с указанием выбранного ими направления или ставили точку на электронной карте в режиме онлайн. Запросы приходили постоянно, и уже через две недели указатель успели уви-

деть около одного миллиона прохожих, и еще большее количество людей следили за его работой в Интернете.

В своей кампании для McDonald's агентство DDB Stockholm наладило связь между наружной рекламой и средствами мобильной связи, еще более стимулирующую рост продаж. Реклама базировалась на том, что почти во всех мобильных телефонах есть встроенные камеры, и что почти каждый любит бесплатные закуски. McDonald's объединила одно с другим, создав простую игру. От участников требовалось при взгляде на анимационный цифровой билборд сфотографировать картинку одного из блюд сети ресторанов, которые демонстрировались на экране. Если зрителям удавалось сделать такой кадр, они могли пойти и получить сфотографированную ими позицию в меню McDonald's бесплатно в ближайшем ресторане. Разумеется, прыгающие по экрану цифрового билборда предметы усложняли задачу, но они делали игру еще более увлекательной. К тому же, очевидно, что существовала очень большая вероятность того, что зрителям захочется съесть больше, чем всего лишь один бесплатный пирожок или пирожное, как только они зайдут в McDonald's!



Другой трюк с взаимодействием между публикой и рекламными постерами удалось проделать агентству McCann London по заказу Mastercard. Клиент хотел привлечь особое внимание к своему спонсорству ведущего в Британии конкурса исполнителей популярной музыки BRIT Awards. Короткие тизеры, продвигавшие спонсорство, были превращены в лотерею. Акция предоставляла зрителям шанс посетить выступление звезд «вживую» бесплатно, не покидая стен своей собственной гостиной. Все, что от них требовалось, это продемонстрировать плакат конкурса и успешно ответить на вопросы викторины. В ночь проведения BRIT Awards заставка телеканала показала выступление группы Pet Shop Boys в доме победительницы викторины. История получила широкое освещение в прессе, радио и ТВ, а также упоминалась в многочисленных блогах и твиттерах. Кроме того, это выступление мог увидеть каждый в режиме онлайн в сети Интернет. При старте кампании, как и в центре вовлечения пользователей в участие в лотерее, были плакаты, которые были использованы в качестве афиш этой идеи и в качестве знака поддержки от каждого участника акции.

Одной из величайших отличительных черт наружной рекламы является ее всеобщая доступность, ее демократичность, а не келейность. Чаще всего финансовые услуги воспринимаются как конфиденциальный сервис, а не открытый род деятельности, в особенности в Швейцарии. Желая сделать акцент на своей открытости, коммерческий банк DZ Bank осознал благоприятную возможность использовать при продвижении своих услуг непосредственно наружную рекламу. Чтобы показать аудитории, что банку нечего скрывать, агентство Ruf Lanz стало транслировать реальные видеосъемки из банка DZ Privatbank на крупнейшем рекламном носителе в Европе, электронном билборде возле железнодорожного вокзала в Цюрихе. Через вокзал ежедневно следуют 300 000 человек, и они могли видеть все, что происходит за стенами банка.

Замечательная традиция водки Absolut — использование эффектной фотографии в печатной рекламе и прессе. В рамках кампании, которая проводилась в Мюнхене, агентство TBWA Berlin сделало это особенно заметным в наружной рекламе и других средствах информации. С помощью наружной рекламы агентству удалось создать величайшую фотовыставку в мире, которую только можно представить. На рекламных конструкциях был размещен ключевой контент кампании, при этом постеры были незаурядными образцами рекламы сами по себе. В подтексте кампании была заключена главная цель — запуск бутылки Absolut Rock. Для этого водочный бренд объединился с фотографом Дэни Клинчем, который специализируется на съемках рок-музыкантов. Тот запечатлел группу Wolfmother в действии. Полученные фото стали имиджами для рекламных постеров, которые в совокупности составили гигантскую фотовыставку. Изображения демонстрировались на рекламных конструкциях сверхкрупного формата по всему Мюнхену. В свою очередь, баннерная реклама на художественных, медийных и музыкальных веб-



### McDonald's – Catch the goodies.

This LCD-sign is mounted on a building at Stureplan, Stockholm.

Almost all cellphones have cameras. So we created an interactive outdoor sign. A game. The rules were simple: Catch a picture of the product with your cellphone-camera. And get one for free at the nearest McDonald's. No strings attached.

# mypricelessgig.co.uk

**Media Usage: Media Innovation**

**The challenge**  
To leverage MasterCard's sponsorship of The BRIT Awards bigger and better than ever before.

**The idea**  
Rather than using our TV idents in the traditional sense to communicate sponsorship, we turned ours into a competition mechanic. The first phase of idents advertised the chance to win a BRITs winner live in your living room. The second phase aired on the night of the live show and featured our winner enjoying her very own Priceless Living Room Gig in real time with her heroes, the Pet Shop Boys.

**The result**  
The story reached six national newspapers, five TV and radio outlets, 72 online sites and countless Twitter feeds. The Priceless Gig was broadcast to 7 million living rooms during the live Brits show, and reached 28 million nationwide within the first 4 days. This placed MasterCard right at the heart of the buzz of The BRITs.

DZ PRIVATBANK SWITZERLAND:  
**THE BANK THAT HAS NOTHING TO HIDE.**



**THE BRIEF:**  
 Swiss banks are renowned for being very discrete and secretive. This secrecy has made them attractive for dictators from all around the world. DZ PRIVATBANK Switzerland is a clean bank. They are also interested in new clients. But no criminals! The brief was to communicate this clearly.

**THE SOLUTION:**  
 DZ PRIVATBANK Switzerland proved that they really had nothing to hide. They broadcast real scenes from the bank onto the largest electronic advertising space in Europe: the e-Board at Zurich Central Station (size: 60 m<sup>2</sup>). Every day 300,000 people from around the globe pass through here. All this people could see what was going on in the bank live several times a day.

**THE RESULT:**  
 For decades, Swiss banks have advertised their discretion. Now a bank was doing the opposite. The consequence: DZ PRIVATBANK Switzerland positioned itself as a clean bank. And thus made itself attractive for honest investors at home and abroad.



Pre-PR for Danny Clinch & Wolfmother to promote the exhibition



Some of the outdoor exhibits



**ABSOLUT VODKA**  
**THE WORLD'S LARGEST PHOTO EXHIBITION**

**BRIEF:**  
 ABSOLUT wanted to start a conversation with the urban creative scene about the ABSOLUT WORLD, based on the brand art tradition.

photographer Danny Clinch were shown on megaposters (up to 240 sqm). People were invited with free cards, and received background information via mobile directly at the exhibition site. All information was also available on the website. And even a special Rock Bottle was designed.

**RESULTS:**  
 All 200,000 Rock Bottles were sold out after a few weeks. Over 100,000 "exhibition visitors". 1,554 audio guide downloads.

**SOLUTION:**  
 ABSOLUT created the first exhibition that turned an entire city into a museum. Portraits of the band Wolfmother shot by



Online platform for background information



Audio guide for smartphones



Info tag with audio guide number

порталах перенаправляла пользователей на специальный сайт выставки, с которого можно было скачать аудиопутеводитель вместе с картой мест расположения постеров, иначе говоря — картой фотовыставки. Кроме того, карта распространялась в виде почтовых открыток в барах.

Эта кампания заостряет внимание на неизменном потенциале средств наружной рекламы — ее способности становиться событием, что обусловлено чрезвычайно публичной природой outdoor-носителей.

Извлечение максимальной эффективности из этой черты наружной рекламы стало специализацией шведских агентств, в некоторой степени — из-за мощи данного средства обращения к публике в Стокгольме. В одной из выдающихся рекламных акций, разработанной агентством Volt по заказу авиакомпании Norwegian Air Shuttle, пожелавшей анонсировать запуск новых авиарейсов, были задействованы павильоны автобусных остановок. Каждое обращение к аудитории, продвигавшее специальные цены от оператора авиаперелетов, отличалось от других, сосредотачиваясь на особенностях конкретного бюджетного предложения. Конечно же, такой подход влечет за собой дополнительные затраты на создание и размещение каждого имиджа, но это гарантированный способ воспользоваться многочисленными преимуществами сарафанного радио, не говоря уже о незабываемом впечатлении, которое эта кампания произвела на публику.

Во всех перечисленных выше рекламных кампаниях главный акцент сделан на визуальную составляющую. Часто в них замечательные образы сопровождаются лаконичным текстом. И все же в некоторых случаях делать полностью противоположное — и целесообразно, и выгодно. Так, агентство M & C Saatchi полностью отдавало себе отчет в том, что у ожидающих поезд на станциях лондонской подземки будет достаточно времени на прочтение текста.



Step into middle England's best loved department store, stroll through haberdashery to the audio visual department where an awfully well brought up young man will bend over backwards to find the right

TV for you then go to [dixons.co.uk](http://dixons.co.uk) and buy it.

**Dixons.co.uk**  
The last place you want to go

Текст преобладал в кросс-медийных плакатах с рекламой электроприборов, разработанных агентством для розничной сети Dixons. Плакаты можно назвать очень простыми, если не грубыми. Каждый макет восхвалял плюсы и позитивные ощущения от совершения покупок в торговых залах сети-конкурента с более высокими ценами, после чего... рекомендовал читателям оформлять заказ на выбранный товар на интернет-сайте сети Dixons. Здесь присутствует четко выраженный призыв к действию, который, скорее всего, вызывал у зрителей желание сохранить адрес ссылки на веб-сайт компании в своих смартфонах и воспользоваться ею при выборе электротехники и ее покупке в следующий раз. Это превосходный низкотехнологичный метод продаж высокотехнологических разработок и стимулирования аудитории к использованию ее собственных технологий для осуществления покупки под влиянием от рекламного обращения на плакате.

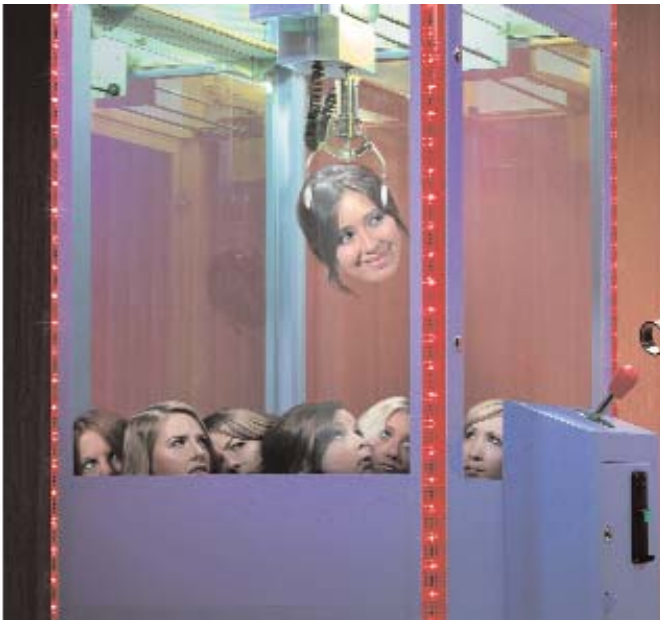
Гениальный способ продвижения сети детских магазинов Bol.com в наружной рекламе в Нидерландах также состоял только из слов, но удивительным образом призыв к действию был заложен в рекламной конструкции, оформленной в виде доски для рисования многократного пользования, широко известной игрушки для маленьких детей. В результате заявка на статус «Крупнейшего в Нидерландах

магазина игрушек» была юмористически отображена с помощью имитации гигантской игрушки. В очередной раз рекламное обращение к аудитории очень лаконично и в то же время выступает как очевидный призыв к действию — к взаимодействию с веб-сайтом сети.

В то время как разовая реклама может выделяться на фоне других имиджей, особого уважения заслуживают те кампании в наружной рекламе, которые устанавливают столь сильное присутствие бренда в нашем мире, что зрители при взгляде на них будут способны автоматически впитывать в себя части рекламного обращения подсознательно. Именно так работает реклама известных летних распродаж в престижной сети магазинов одежды Harvey Nichols в Великобритании. Плакаты, созданные агентством DDB способны сфокусировать внимание на захватывающих и интригующих сюрреалистических фотографиях, которые сопровождаются надписями, набранными очень знакомым типографским шрифтом. В результате аудитория как будто бы ждет анонса о начале распродаж и предвкушает удовольствие от появления соответствующей обновленной рекламы — качественный уровень, за который многие рекламодатели готовы убить. Такой эффект достигается в результате многолетнего создания качественных рекламных кампаний, из года в год.



\*Exclusions apply, see stores for details.



# THE HARVEY NICHOLS SALE

WHO WILL BE THE LUCKY ONES?

STARTS TOMORROW  
UP TO 50% OFF\*

KNIGHTSBRIDGE · BRISTOL · MANCHESTER  
EDINBURGH · BIRMINGHAM · LEEDS  
[www.harveynichols.com](http://www.harveynichols.com)

\*Exclusions apply, see stores for details.



# THE HARVEY NICHOLS SALE

WHO WILL BE THE LUCKY ONES?

STARTS TOMORROW  
UP TO 50% OFF\*

KNIGHTSBRIDGE · BRISTOL · MANCHESTER  
EDINBURGH · BIRMINGHAM · LEEDS  
[www.harveynichols.com](http://www.harveynichols.com)

\*Exclusions apply, see stores for details.



# THE HARVEY NICHOLS SALE

WHO WILL BE THE LUCKY ONES?

STARTS TOMORROW  
UP TO 50% OFF\*

KNIGHTSBRIDGE · BRISTOL · MANCHESTER  
EDINBURGH · BIRMINGHAM · LEEDS  
[www.harveynichols.com](http://www.harveynichols.com)



REGARDEZ-MOI DANS LES YEUX...  
...J'AI DIT LES YEUX.



POUR QUE LE HANDICAP NE SOIT PLUS UN HANDICAP.

И все же стоит напомнить, что сила плаката в том, чтобы ваше простое рекламное обращение заметили. Если ваш креативный подход является достаточно мощным, реклама будет останавливать следующих мимо нее людей. О ней будут говорить, ее будут фотографировать с помощью смартфонов и закачивать на многочисленные страницы пользователей Facebook и других социальных сетей. Очевидно, что вы можете внести свой вклад в распространение рекламы, загружая ваш плакат на различные площадки в сети Интернет самостоятельно и стимулируя тем самым его обсуждение. Но в центре всего этого должна быть креативная идея, заслуживающая того, чтобы о ней говорили. Среди работ, вышедших в финал конкурса Epsilon Awards, множество таких примеров. К ним, пожалуй, можно отнести и классическую идею агентства Air из Брюсселя — простую идею комбинации образа и текста, разработанную для благотворительной организации CAP48. Общест-

во пожелало поднять проблему несправедливого отношения к людям с ограниченными способностями. Это было сделано за счет привлечения внимания публики к нашей склонности иметь необоснованные предубеждения и заблуждения, которые провоцируются особенностями восприятия нами других людей. В кампании была задействована ироническая идея освежения в памяти рекламного плаката бренда Wonderbra. На постерах была показана щедро одаренная женщина в бюстгальтере, но без левой руки ниже локтя. И на что теперь смотрит зритель? Что он думает? За секунду или две сообщение, переданное зрителю, и дебаты на данную тему возбуждаются в сознании аудитории и остаются там вызревать.

Возможно, лучшее осталось на финал этой статьи. Главный победитель, получивший Гран-при на конкурсе Epsilon Awards в 2010 году — реклама, которая отличается предельным минимализмом. В продвигающей торговую марку Wrangler «Красной» кампании использовались потрясающие образы, созданные фотографом Джеффом Бертоном, в которых исследуется идея «животного» в человеке и очень сильно связывается с брендом. Все это построено на цвете, экспрессии и мгновенном чувственном эффекте, который такая реклама может произвести на аудиторию. Размещенная на крупноформатных outdoor-конструкциях, а также в печатных средствах рекламы и информации, и продвигавшаяся в различных социальных сетях, кампания, разработанная агентством Fred & Farid из Парижа, не вызывает сомнений в силе ее креатива. Она просто занимает другое положение по сравнению с любым другим ее конкурентом, создавая новую визуальную территорию для джинсового бренда и делая эту территорию исключительной собственностью бренда Wrangler.

Это и есть то, что выдающаяся реклама делает с нами — быстро сеет в нашем сознании рекламное обращение, которое затем раскрывается, живет в нас и подталкивает нас к более активным действиям. В случае с наружной рекламой, которая выступает в роли вводной части или даже ключевой составляющей многих рекламных кампаний, очевидно, что европейские рекламные агентства продолжают прославлять и продвигать это средство связи с аудиторией в новом веке продвинутых интерактивных цифровых медиа.

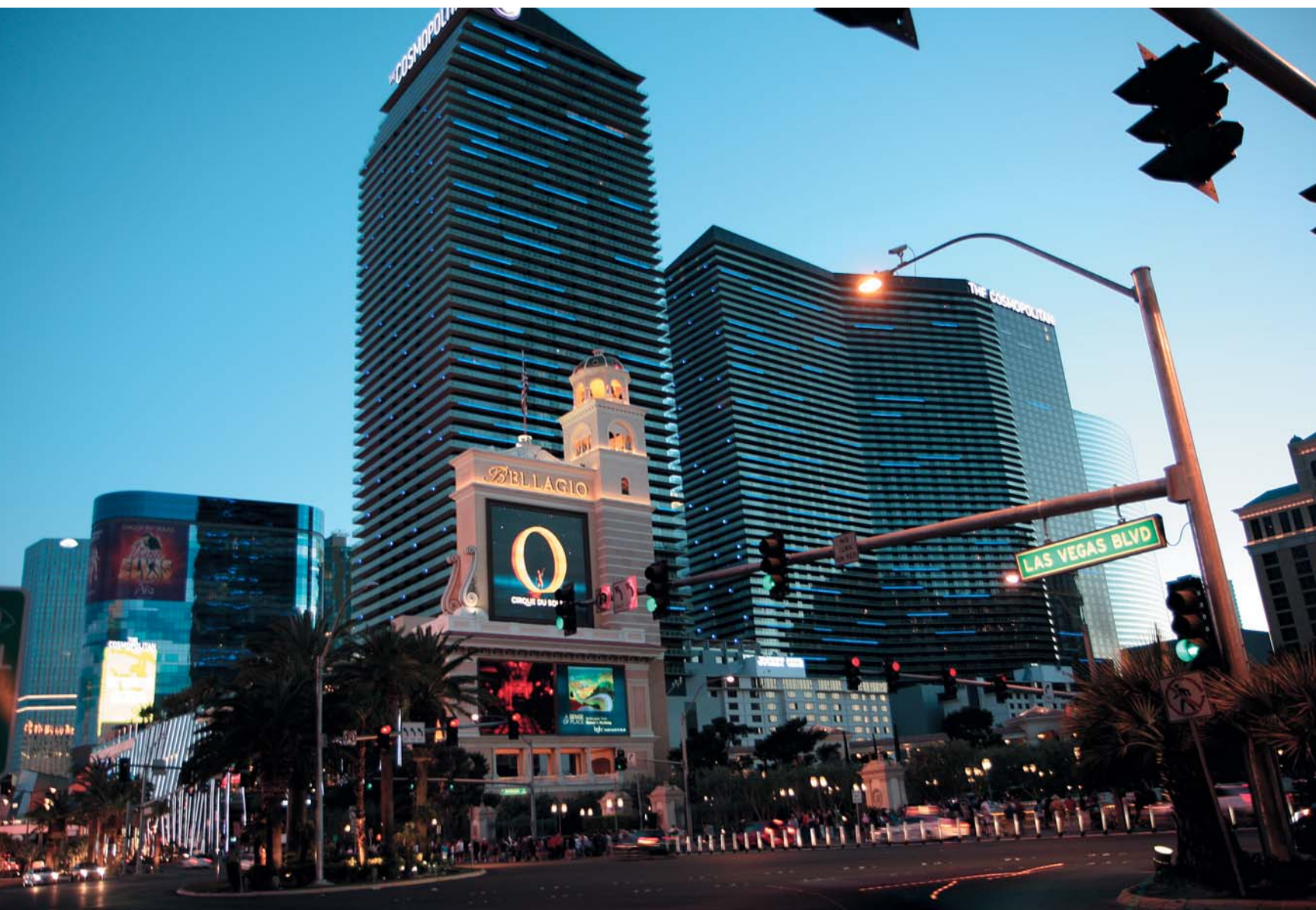




# Лас-Вегас:

## икона классических рекламных технологий

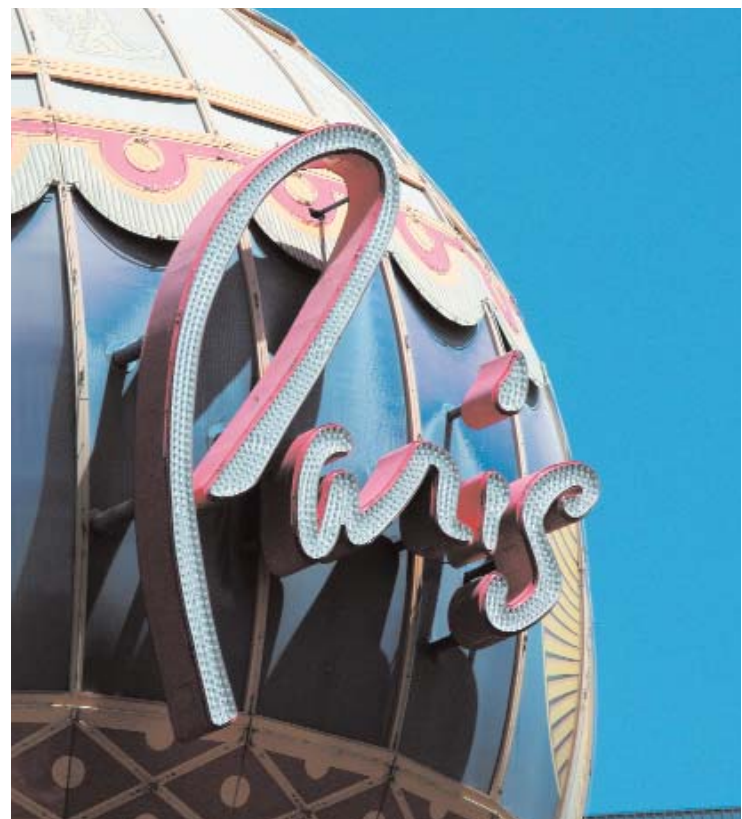
*За последние несколько лет мировая столица развлечений заметно изменилась. В городе построено множество современных отелей, торговые центры, появилось немало новых рекламных конструкций. Вполне естественно на этом фоне распространение в Лас-Вегасе современных рекламных технологий. А ведь еще недавно этот город считался чуть ли не Меккой неона и ламп накаливания. Впрочем, и сейчас классическая реклама остается достопримечательностью Лас-Вегаса, восхищая многочисленных туристов...*





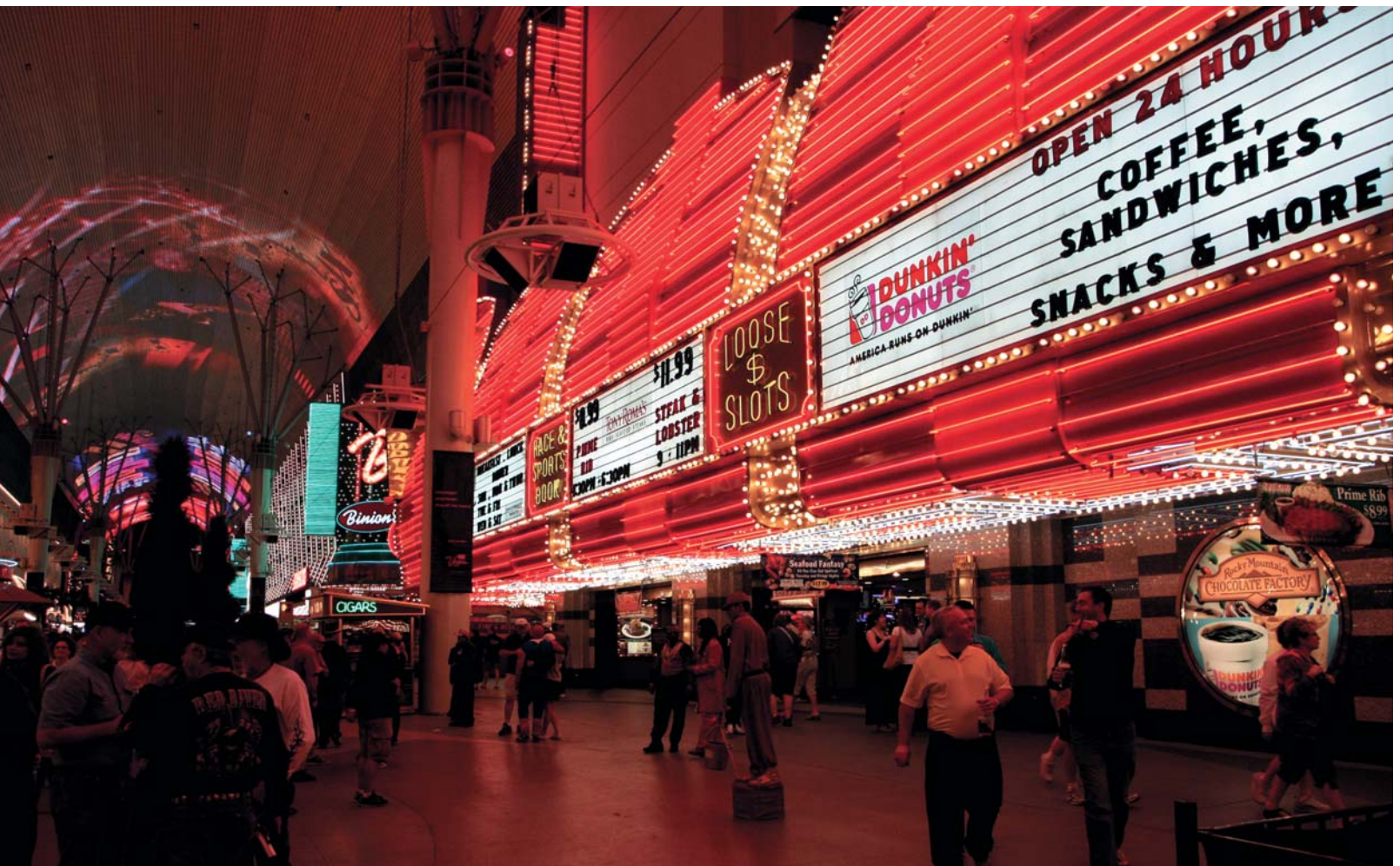
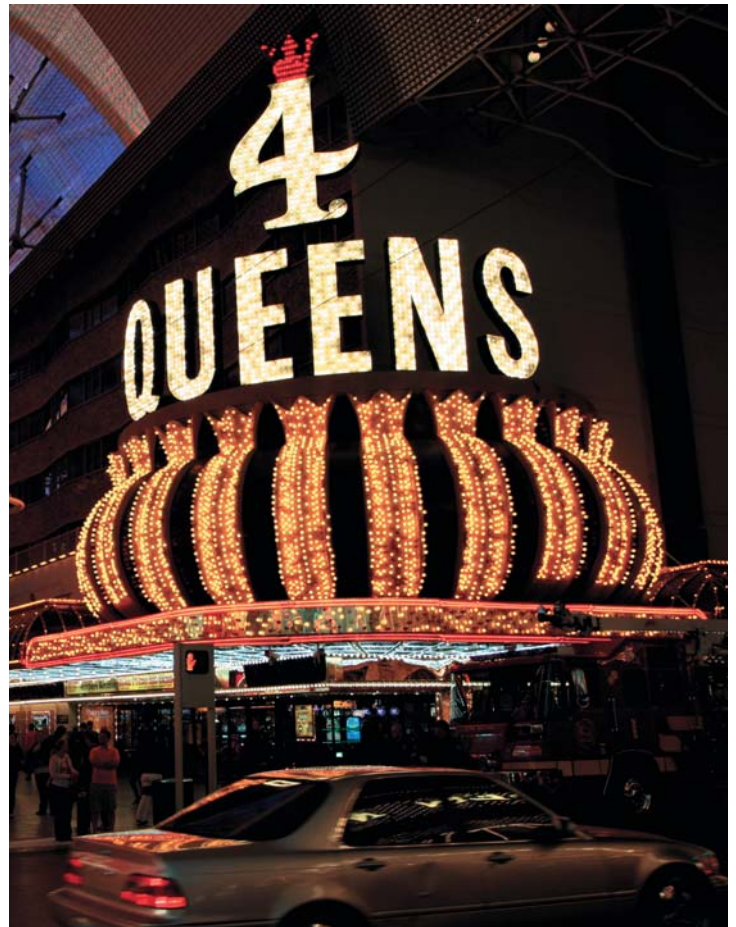


*Один из первых отелей Лас-Вегаса, Flamingo, встречает гостей роскошной конструкцией, подсвечиваемой неонами и лампами накаливания.*



*«Воздушный шар», рекламирующий отель Paris уже много лет исправно функционирует на основе классических рекламных технологий.*

| современные технологии и методы в наружной рекламе



Старая часть города до сих пор находится во власти неона и ламп накаливания, если не считать светодиодный экран, который относительно недавно соорудили в виде крыши на Fremont Street.



# РЕДИУС

## ПРИЗМАДИНАМИЧЕСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ УСТАНОВКИ

- РЕКЛАМНАЯ УСТАНОВКА СОСТОИТ НА 99% ИЗ АЛЮМИНИЯ,
- 3 ГОДА ГАРАНТИИ,
- БЕСПЛАТНЫЙ ШЕФ-МОНТАЖ ПЕРВОЙ КОНСТРУКЦИИ,
- СКИДКИ И РАССРОЧКА ПЛАТЕЖЕЙ,
- ДОСТАВКА ПО РОССИИ ЗА СЧЕТ НАШЕЙ КОМПАНИИ.



г. Омск, тел. (3812) 272-062, 272-060  
[www.redius.ru](http://www.redius.ru) E-mail: [redius.omsk@mail.ru](mailto:redius.omsk@mail.ru)



*Классические рекламные технологии по-прежнему способны производить сильное впечатление, привлекать внимание туристов и потенциальных покупателей! Не верите? Убедитесь сами — приезжайте в Лас-Вегас!*

# Бутик рекламных материалов и инновационных технологий

- Решения для всех видов наружной и интерьерной рекламы.
- Решения для дизайна и оформления интерьеров, отделка фасадов, реставрация.
- Решения для декора авто:
  - виниловый тюнинг;
  - брендрование транспорта;
  - спецмаркировка;
  - персонализация автомобиля.

**На базе технологий и материалов 3М.**

# Наш советский газосвет



Алексей Сазиков  
кандидат  
искусствоведения

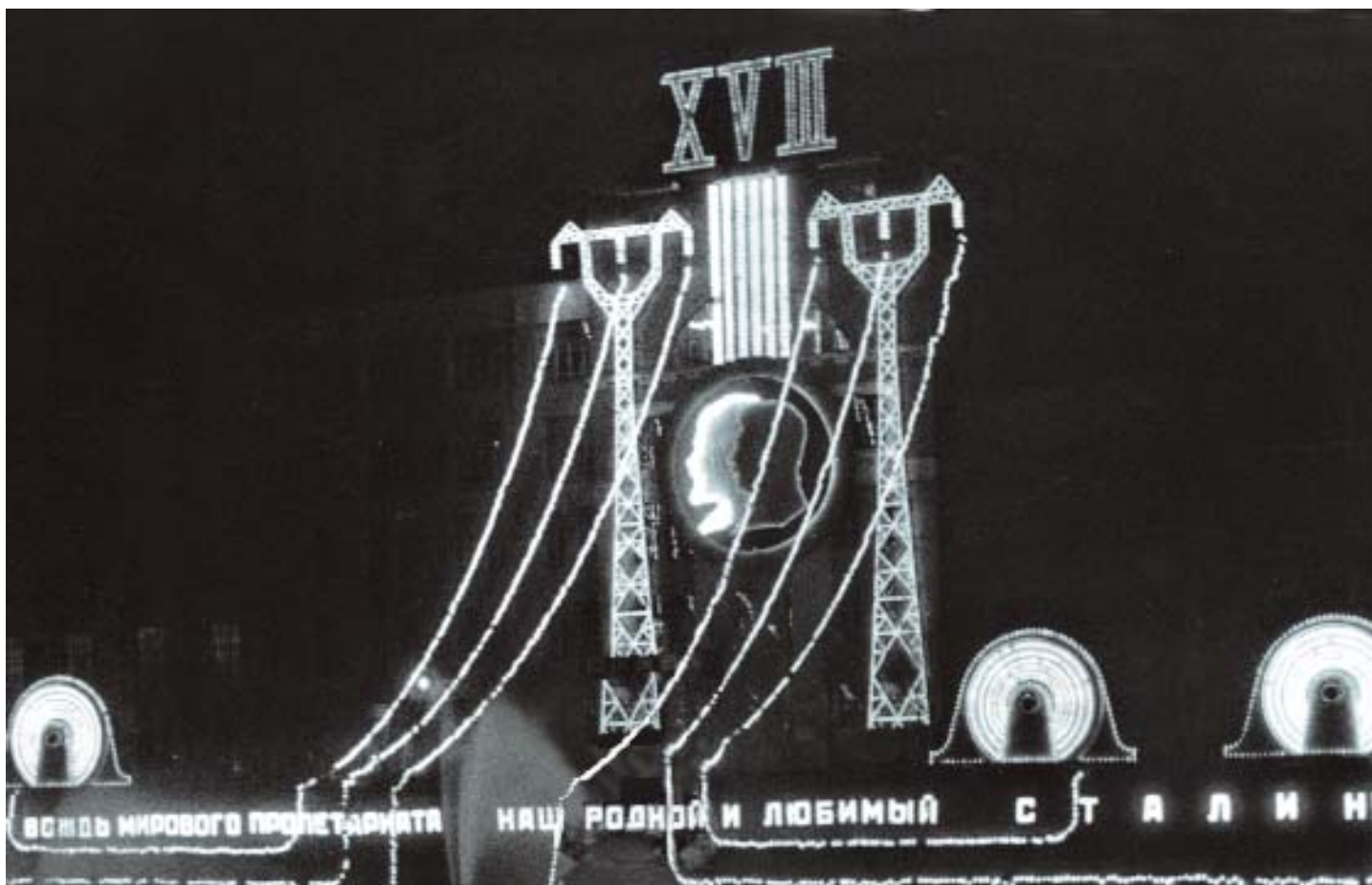
*Попытки европейских и американских светотехников создать источник света, лишенный тепловыделения, привели в 1910-х гг. к рождению газосветной рекламы. К началу 30-х это изобретение дошло и до Советского Союза. Первая газосветная установка в нашей стране появилась в Москве в 1932 году, изготовлена она была фабрикой светохудожественных работ по проекту инженера А.П. Селезнева. Это было всего лишь короткое слово «Сад» для городского парка имени Прямикова близ Таганской площади.*

**1930**-е гг. — особенное время в нашей истории. Уже сформировался своеобразный советский праздничный календарь: Первое мая, День Конституции, годовщина революции... Все это сопровождалось торжественными актами и праздничными церемониями, сложными по организации, требовавшими немалых усилий и затрат. В такие дни город наполнялся колоссальными моделями машин, макетами новостроек, решенными в виде динамических конструкций с использованием света, музыки, радио, кино, различных пиротехнических эффектов.

Самодельные художники с их левацкими экзерсисами более не поспевали за набирающей обороты машиной меднотрубного воспевания свершений и побед. Индустриализация проникала во все сферы жизнедеятельности страны. Централизованная торговля, приходящая на смену рыночной стихии нэпа, в наименьшей степени нуждалась в стандартизации и механизации рекламы.

Для выполнения этих целей в марте 1930 года в Москве при тресте наружного освещения «Мосгорсвет» возникла фабрика светохудожественных работ. Ей было суждено стать первым в стране предприятием, поставившим изготовление торговой и политической рекламы на промышленную основу. Несмотря на все объективные трудности, переживаемые фабрикой в течение ряда лет, с первых же дней своей деятельности она стала крупнейшим производственным центром по светохудожественному и живописному оформлению Москвы. Вслед за первой скромной вы-

веской парка имени Прямикова неоновая реклама появилась на кинотеатрах «Палас» и «Центральный», аргоновая — на гостинице «Гранд-отель». В первые для отечественной газосветной рекламы годы палитра цветов ограничивалась всего тремя наименованиями. Наполнение трубки неонем давало оранжево-красное свечение, аргоном — бледно-лиловое, аргон со ртутью давал голубой цвет. Для расширения цветовой гаммы с 1934 г. в качестве своеобразных светофильтров стали использовать окрашенное в массу цветное стекло. Например, наполнение трубки из желтого стекла аргоном со ртутью давало свечение зеленого цвета. С принятием в 1935 г. Генплана Москвы, начало разработки которого было положено Постановлением 1931 года о развитии городского хозяйства в стране, назрела необходимость качественных перемен во внешнем облике столицы. В ноябре 1935 года на Первом всесоюзном совещании рабочих и работниц — стахановцев Иосиф Сталин заявил: «Жить стало лучше, товарищи. Жить стало веселее». По всем городам Советского Союза из репродукторов полилась бравурная музыка, на улицах и в парках заиграли духовые оркестры, на парадах тысячи физкультурников синхронно маршировали и проделывали гимнастические упражнения. Народилось и подросло новое поколение, не знавшее ни Церкви, ни царя, ни капитализма. Вся мощь крепчающей машины советского агитпропа воспевала появление человека нового типа, являвшегося олицетворением образа идеального борца и строителя «светлого будущего».



*Силуэты Ленина и Сталина на здании МОГЭС, Москва. 1935 г.*

Для наилучшего отражения этой идеи в том же 1935 году Моссоветом был создан трест «Мосгороформление», в состав которого вскоре была включена фабрика светохудожественных работ. В задачи треста входило все внешнее архитектурное, художественное и световое оформление города. Тогда же фабрикой был открыт магазин, в котором торговали стандартной продукцией живописного и газосветного цехов.

В 1937 году фабрика освоила новый вид художественной рекламы — применение паяных стеклянных букв для газосветных вывесок. Это новшество вкпе с ростом производственных мощностей позволило тресту существенно расширить масштабы производства. В том же году было изготовлено газосветное оформление Центрального дома культуры Железнодорожного транспорта, выставки «20 лет социалистическому транспорту», кинотеатра «Художественный», Военного универмага, магазина «Хрусталь».

Кроме само собой разумеющихся 1 Мая и 7 Ноября Мосгороформление оформляло город к всевозможным политическим кампаниям и выборам в Верховный Совет СССР. 1 мая 1937 г. над Манежной площадью столицы появился огромный, 244 квадратных метра, светящийся герб Советского Союза. Это была одна из крупнейших работ фабрики. На герб ушло более тысячи погонных метров газосветных трубок. Светящиеся силуэты Ленина и Сталина были не столь масштабны, но их в том году изготовили более двух сотен.

В 1940 году фабрика полностью освоила производство высоковольтных газосветных трубок (ранее они изготавливались на Московском электроламповом заводе), в фабричном годовом отчете ставились задачи на обозримое будущее: «В 1941 году необходимо добиться четкой работы всех цехов фабрики, с тем чтобы фабричная марка была лучшей из всех живописно-оформительских предприятий города Москвы. 1941 год должен стать годом внедрения новых видов реклам и, в частности, динамической рекламы.» Начало войны внесло свои коррективы: производство газосветной рекламы было прекращено.

После войны произошло второе рождение газосветной рекламы. Начиная с 1946 года выпуск газосветных установок постепенно увеличивался с 4500 погонных метров в 1946 г. до 100 тысяч погонных метров в 1957 г. Благодаря начавшемуся в 1947 году использованию люминофоров гамма цветов выросла до двадцати четырех. Газосветная реклама появляется во всех республиках, во многих городах страны. Тогда впервые возникли комплексные решения газосветной рекламы по группе объектов на улице или площади.

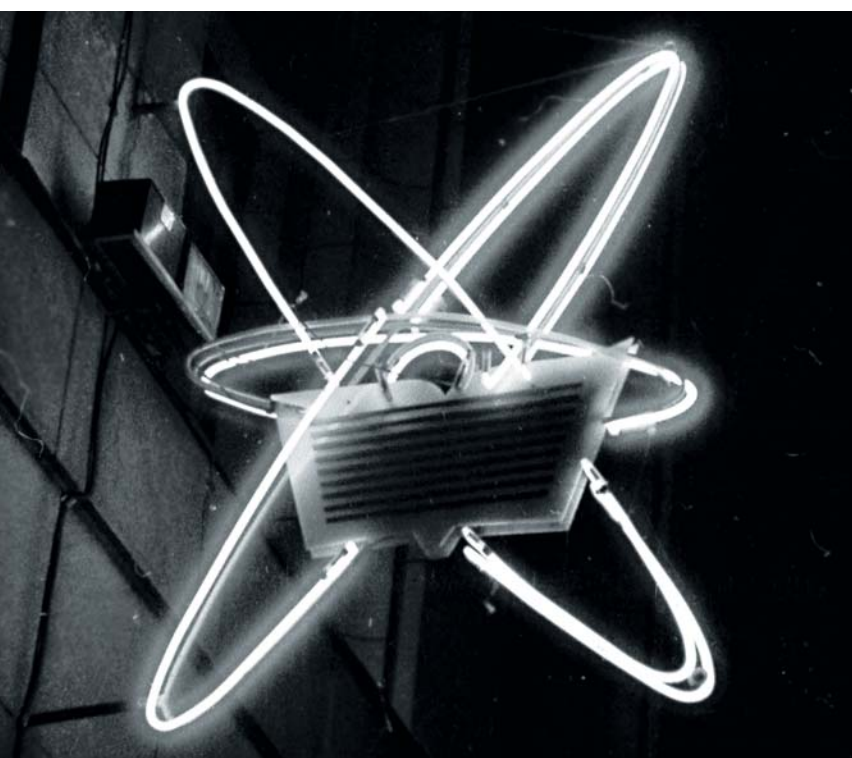
В 1950 году выходит приказ Минторга СССР № 830 «О состоянии торговой рекламы и мероприятиях по ее улучшению», обозначивший очередную кампанию по модернизации наружной рекламы. Минторг стремился привести внешний и внутренний вид магазинов в соответствие с современными европейскими стандартами, от которых советская реклама к тому времени отстала уже лет на



Кинотеатр «Центральный» на Пушкинской пл., Москва. 1934 г.



Газосветный картуш в витрине бакалейных товаров магазина № 44 райпищеторга Киевского р-на г.Москвы. 1955 г.



Вывеска-кронштейн на здании книжного магазина «Москва». 1955 г



Крышная установка с рекламой московского завода фруктовых вод на Тверском бульваре, Москва. 1955 г.





*Вывески-кронштейны на ул. Кирова (Мясницкая), Москва. 1960-е гг.*

тридцать. Положения этого документа поставили задачу обеспечить газосветными вывесками все универмаги, крупные специализированные продовольственные и промтоварные магазины, рестораны и магазины без продавцов, расположенные на центральных магистралях города, ввести газосветную рекламу отдельных товаров. В феврале 1956 года Циркулярным письмом Минторга СССР «О развитии и улучшении газосветной торговой рекламы» были утверждены инструкция по обращению с газосветными установками и единая форма договора на их техническое обслуживание.

Старания Минторга не прошли даром, газосветная реклама распространилась повсеместно, во всех ее видах. Улучшилось качество рекламы, снизились расценки на монтаж и техническое обслуживание. Из всех производителей газосветной рекламы трест «Мосгороформление» был у Минторга на особом счету. В деле «улучшения внешнего вида газосветных установок» ему не было равных.

Световую рекламу все чаще стали размещать на брандмауэрах, межэтажных проемах, двоянных кронштейнах, крышах. Особое внимание в это время уделялось разнообразию форм рекламы, для чего применяли художественные шрифты, силуэтные изображения товаров, светодинамику.



*Рабочий Мосгороформления монтирует газосветный кронштейн на опоре освещения, Москва. 1974 г.*

Светящиеся силуэты размещались, как правило, в витринах второго этажа. Изготавливались они из газосветных трубок, закрепленных на металлической сетке, подвешенной к потолку над окном магазина. В витринах первого этажа газосветная реклама практически не использовалась, считалось, что это затруднит осмотр товаров. Но исключения все же существовали: в витринах продуктовых магазинов подвешивали прозрачные картуши с газосветными рекламными надписями.

Вывески становятся не только средством рекламы, но и действенным украшением фасадов зданий. Как правило, газосветная часть установок монтировалась на фоне деревянных или металлических букв и щитов, что создавало четкую видимость текста и силуэтных изображений в дневное время, при выключенном освещении. Объемные буквы для газосветных установок изготавливали из кровельного железа с окраской поверхности нитроэмалью, поверху контуром монтировались газосветные трубки.

В 1967 г. по всему Союзу отмечалось 50-летие советской власти. Подготовка к празднованию началась задолго до юбилейной даты. С этим событием был связан особый подъем в развитии газосветного производства. Были заменены или отремонтированы все вывески, кронштейны, крышные газосветные установки. С этого времени газо-



*Брандмауэр в Минске. 1965 г.*

светные вывески составляли подавляющее большинство световой рекламы Советского Союза.

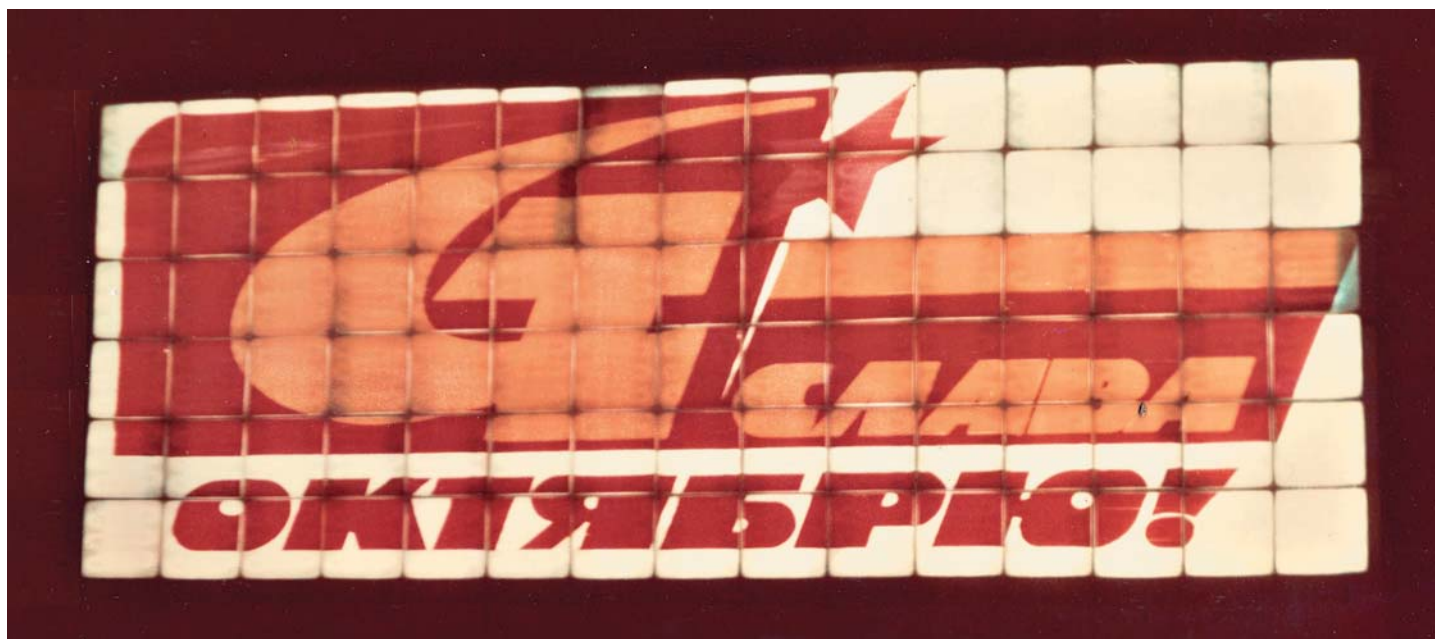
В Москве и Ленинграде производство газосветных установок было монополизировано системой горисполкомов. В Москве все газосветные работы выполнял принадлежащий тресту «Мосгороформление» завод световой рекламы «Газосвет» (так к этому времени стала именоваться фабрика светохудожественных работ), в Ленинграде — объединение «Газосвет». В то же время в столицах других республик, в краевых и областных центрах и просто от-



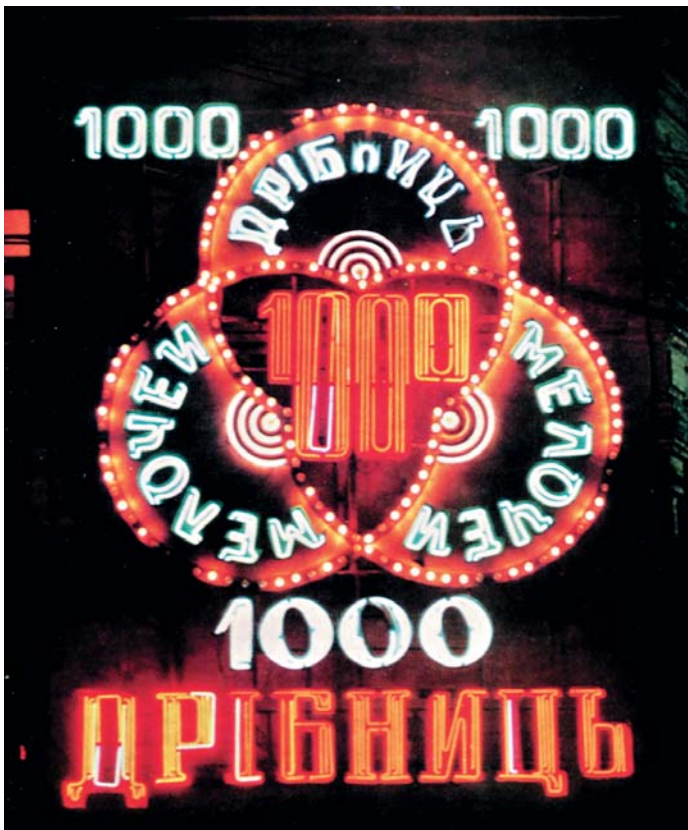
*Вывески магазина «Малыш» на ул. Горького (Тверская), Москва. 1970-е гг.*

дельных городах газосветным производством занимались разнообразные ведомственные предприятия, причем каждое такое производство изготовляло газосветное оформление только для своего ведомства.

1970-е годы стали золотым временем для газосветных установок Советского Союза. В 1974 г. только по Москве насчитывалось 4000 газосветных установок и вывесок, из них 30 — политической тематики. В 1975 г. уже были разработаны и введены в жизнь генеральные комплексные проектные решения по оформлению проспекта Калинина,



*Газосветный брандмауэр из модулей на пл. Революции, Москва. 1986 г.*



Брандмауэр с рекламой магазина «1000 мелочей», Харьков. 1976 г.



Вывески с приветствиями на разных языках. Магазин сувениров, Рига. 1974 г.



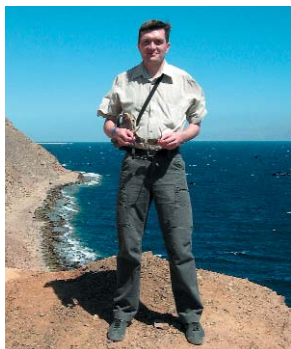
Реклама аэрофлота в Киеве. 1970-е гг.

ул. Кирова, ул. Герцена, завершалось оформление ул. Горького. Мосгороформлением было смонтировано множество крупных, многопрограммных светодинамических установок с рекламой как отечественных, так и зарубежных предприятий. Реклама стран восточно-европейского блока монтировалась, как правило, по трассам, ведущим в столичные аэропорты.

Стремление московских властей систематизировать и упорядочить городскую рекламу посредством комплексных проектов имело и свои негативные последствия. К середине 1980-х годов некогда яркая и самобытная ночная Москва представляла собой унылое однообразие сине-бело-голубых вывесок, большей частью выполненных по типовым проектам. Эта печальная мода стремительно расп-

ространялась и на другие города страны. Технология производства советской газосветной рекламы за прошедшие с 1932 года десятилетия достигла очень высокого уровня. В Москве целый научно-исследовательский институт (ВНИСИ) работал над этой проблемой. Существенной ложкой дегтя оказалось качество комплектующих, в результате отечественные газосветные устройства грешили блеклостью цветов, трудоемкостью в изготовлении и ненадежностью в эксплуатации, а тут еще благие намерения проектировщиков, экономический и политический кризис середины 1980-х довершили дело. На фоне хиреющих пыльных вывесок 80-х годов неожиданным и шокирующим для москвичей оказалось то чудовищное вывесочное разнообразие и разностилье, которое обрушилось на них в 90-е. Но это уже совсем другая история...

# На щитах становится тесно



Сергей Шумовский,  
эксперт «ЭСПАР-  
Аналитик»

*В первом полугодии 2011 года физические объемы размещения наружной рекламы впервые превысили докризисные показатели за аналогичный период. В отличие от первого полугодия 2010 года, когда основными драйверами outdoor-рынка стали бюджеты FMCG-рекламодателей, сейчас рост обеспечен благодаря восстановлению рекламных бюджетов традиционных для наружки товаров длительного пользования. В то же время в стоимостных показателях объем рынка заметно ниже 2008 года, что объясняется низким уровнем цен. Хотя именно восстановление цен стало в 2011 году основным источником роста.*

## Общая ситуация

В течение первого полугодия 2011 года в 50 крупнейших городах России было размещено около 880 тыс. постеров с коммерческой рекламой, что на 6,4% больше, чем за аналогичный период прошлого года (диаграмма 1). Физические объемы размещения коммерческой рекламы впервые превысили, хотя и ненамного, аналогичный показатель докризисного первого полугодия 2008 года.

Объем рынка наружной рекламы в 50 городах (без учета транспорта и перетяжек) составил 14,1 млрд рублей, что на 25% больше, чем в первом полугодии 2010 года. Можно констатировать, что рынок восстанавливается исключительно быстрыми темпами. Пока речь идет только о восстановительном росте, потому что объем рынка в стоимостном выражении за первые шесть месяцев текущего года все еще был на 17% ниже (в текущих ценах), чем за аналогичный период докризисного 2008 года.

Основной причиной этого является низкий уровень цен на наружную рекламу. Стоит напомнить, что основной причиной значительного сокращения рынка наружной рекламы в период кризиса стало обвальное падение цен в 2009 году. В то время как число размещенных рекламных постеров сократилось на 14 — 15%, цены упали на 30 — 35%, а в ряде городов и в два раза. Очевидно, что потребуется продолжительное время, чтобы отыграть столь

значительное падение. В 2010 году восстановление цен шло медленно, номинальное увеличение цен почти не отличалось от уровня инфляции. При заключении контрактов в конце 2009-го — начале 2010 г. рекламодатели, пользуясь неопределенностью ситуации, смогли добиться значительных уступок от операторов наружной рекламы.

В начале 2011 года ситуация изменилась — на рынке наметился дефицит рекламных поверхностей. Послекризисное восстановление рекламирования товаров длительного пользования наложило на высокую долю FMCG-товаров, занявших места в наружке в период кризиса. В первом полугодии 2011 года средние цены на наружную рекламу были примерно на 20% выше, чем в первом полугодии прошлого года, хотя и оставались ниже докризисных. По сравнению с первым полугодием 2008 года прайс-листы outdoor-операторов были в среднем на 15 — 20% ниже. Если же перейти от текущих цен к постоянным, скорректированным на темпы инфляции в 2008 — 2010 гг., расценки на наружную рекламу остаются ниже докризисных как минимум на 30%.

С учетом территориальной раздробленности рынка наружной рекламы можно предположить, что динамика восстановления цен сильно дифференцируется по регионам и в каждом городе имеет свои особенности.

### Параметры outdoor-рынка в 2008-2011 гг.

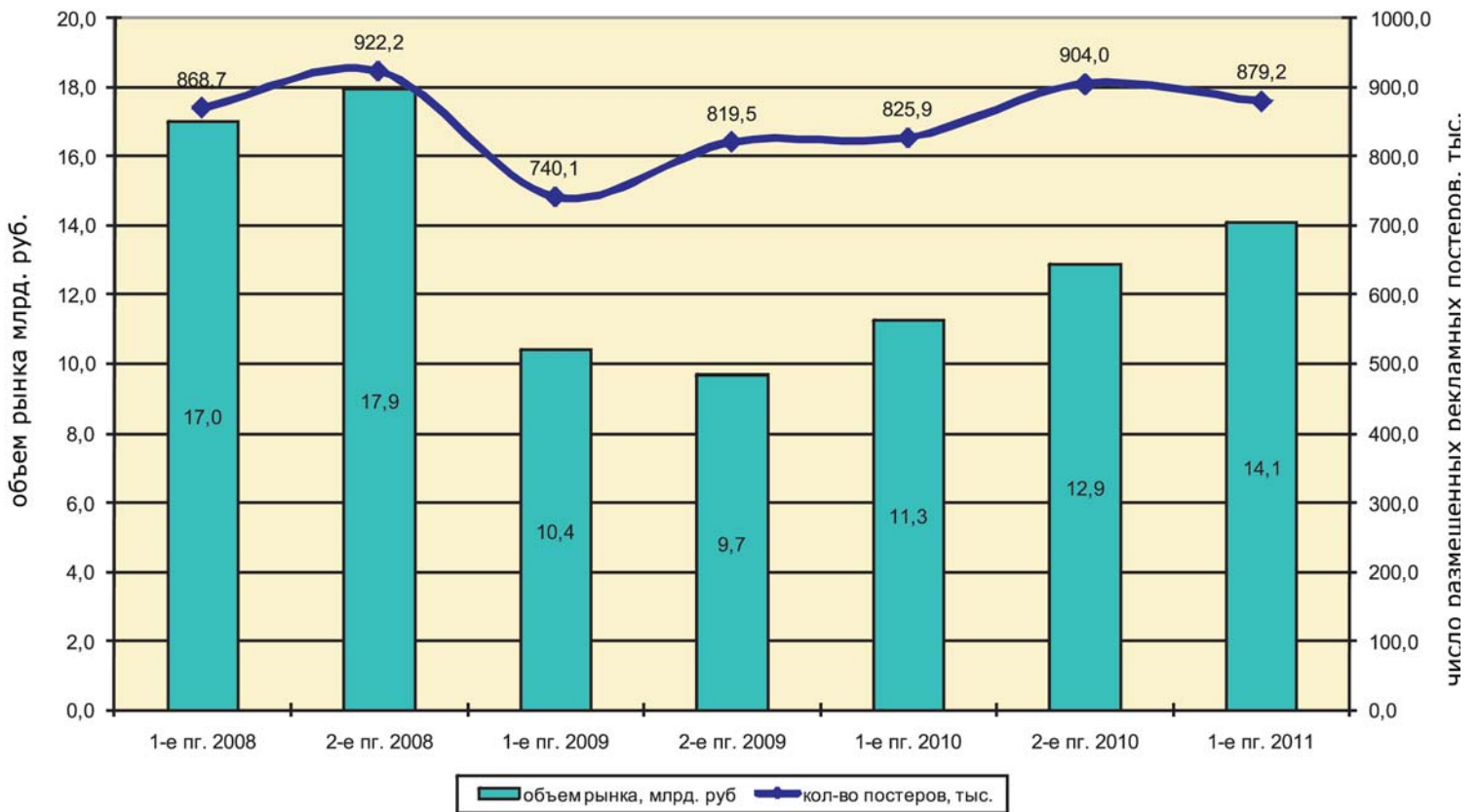


Диаграмма 1

### Приток средств на outdoor-рынок: 1-е пг. 2011 года относительно 1-го пг. 2010 г.

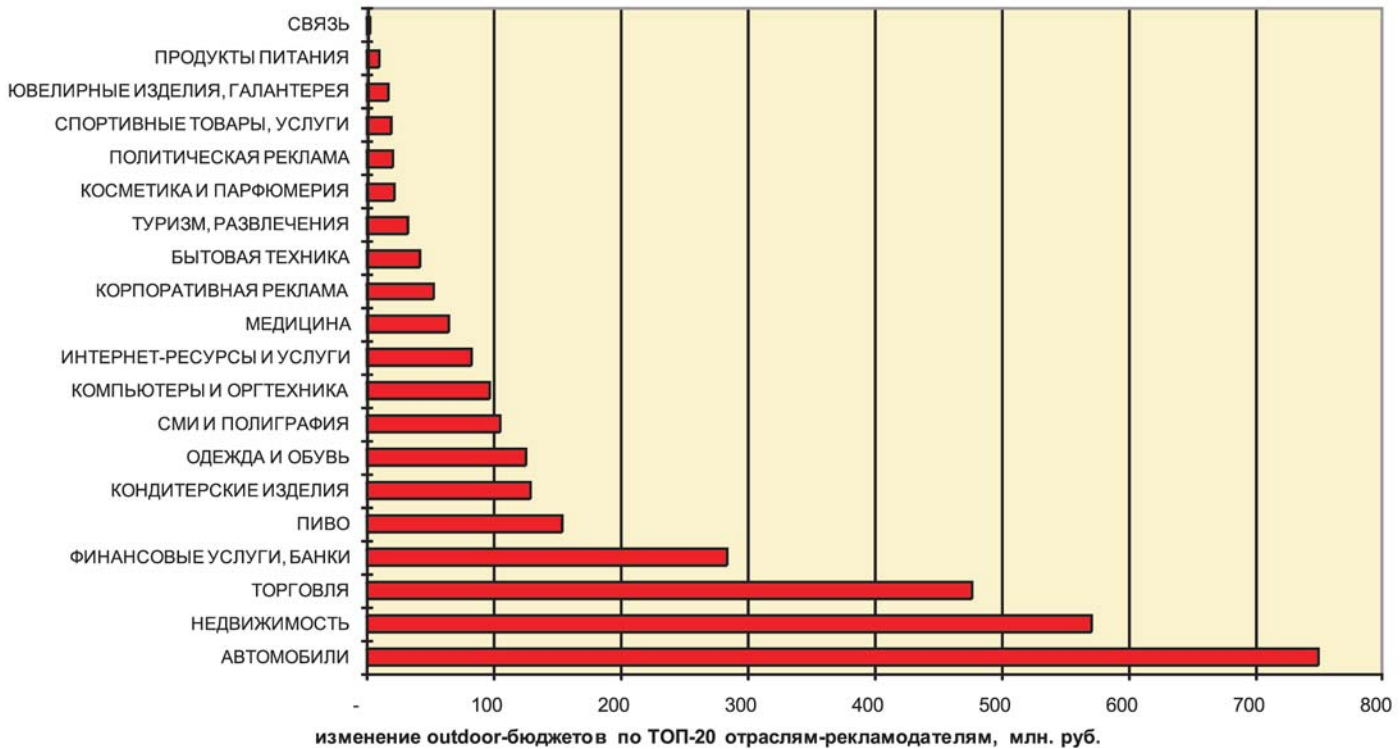


Диаграмма 2

## Товарные группы

В первом полугодии 2011 года outdoor-бюджеты рекламодателей увеличились на 2,8 млрд рублей по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Наблюдался рост затрат на рекламирование почти всех товарных категорий, за исключением двух-трех (диаграмма 2). Рост цен вынуждает рекламодателей увеличивать outdoor-бюджеты, чтобы сохранить свою долю «на щите».

В отличие от первого полугодия 2010 года, когда основными драйверами были представители FMCG, пришедшие в наружку с телевидения, чтобы воспользоваться снижением цен, в первом полугодии 2011 года наибольший прирост показали представители традиционных для наружной рекламы товарных групп — товаров длительного пользования и услуг. Около 75% прироста объемов рынка (2,1 млрд рублей из 2,8 млрд) обеспечили четыре товарные группы: автомобили (+750 млн рублей), недвижимость (+570 млн), торговля (+475 млн) и банки (+480 млн).

Рекламирование автомобилей продемонстрировало прямо-таки взрывной рост — на 62% по сравнению с первым полугодием 2010 года. Outdoor-бюджеты ряда автоконцернов увеличились в разы, например: Peugeot — в три раза (с 50 до 160 млн рублей), Hyundai — в пять раз, Ford — в 15 раз. Автопроизводители, особенно имеющие сборочные производства на территории России, уже включились в конкурентную борьбу на восстанавливающемся автомобильном рынке.

Однако при сравнении затрат по товарным группам с первым полугодием 2008 года можно сделать вывод, что пока FMCG-товары, в первую очередь кондитерские изделия и безалкогольные напитки, обеспечили наибольший приток средств на outdoor-рынок, в то время как затраты на рекламирование большинства товаров длительного пользования еще далеки от прежнего уровня (диаграмма 3). Это свидетельствует о том, что рынок имеет значительный потенциал для восстановительного роста за счет товаров длительного пользования.

Рекламирование таких товаров длительного пользования, как бытовая аудио-, видео- и фототехника, пока остается на низком уровне и почти не восстанавливается. По сравнению с докризисным периодом затраты на рекламирование этой товарной группы сократились почти в четыре раза. Не в последнюю очередь это связано с изменением маркетинговой стратегии компании Samsung Electronics. Эта корейская компания всегда рассматривала наружку как один из наиболее значимых рекламных каналов и была одним из крупнейших рекламодателей. Новая маркетинговая стратегия, намеченная еще три года назад, реализацию которой задержал кризис, отводит наружной рекламе куда более скромное место. По сравнению с первым полугодием 2010 года Samsung сократил outdoor-бюджет в три раза, а по сравнению с докризисными показателями затраты на наружку сократились почти на порядок.

Также не проявляет признаков восстановления реклама услуг и средств связи, которая до кризиса была крупней-

Приток/отток средств на outdoor-рынок: 1-е пг. 2011 года относительно 1-го пг. 2008 г.

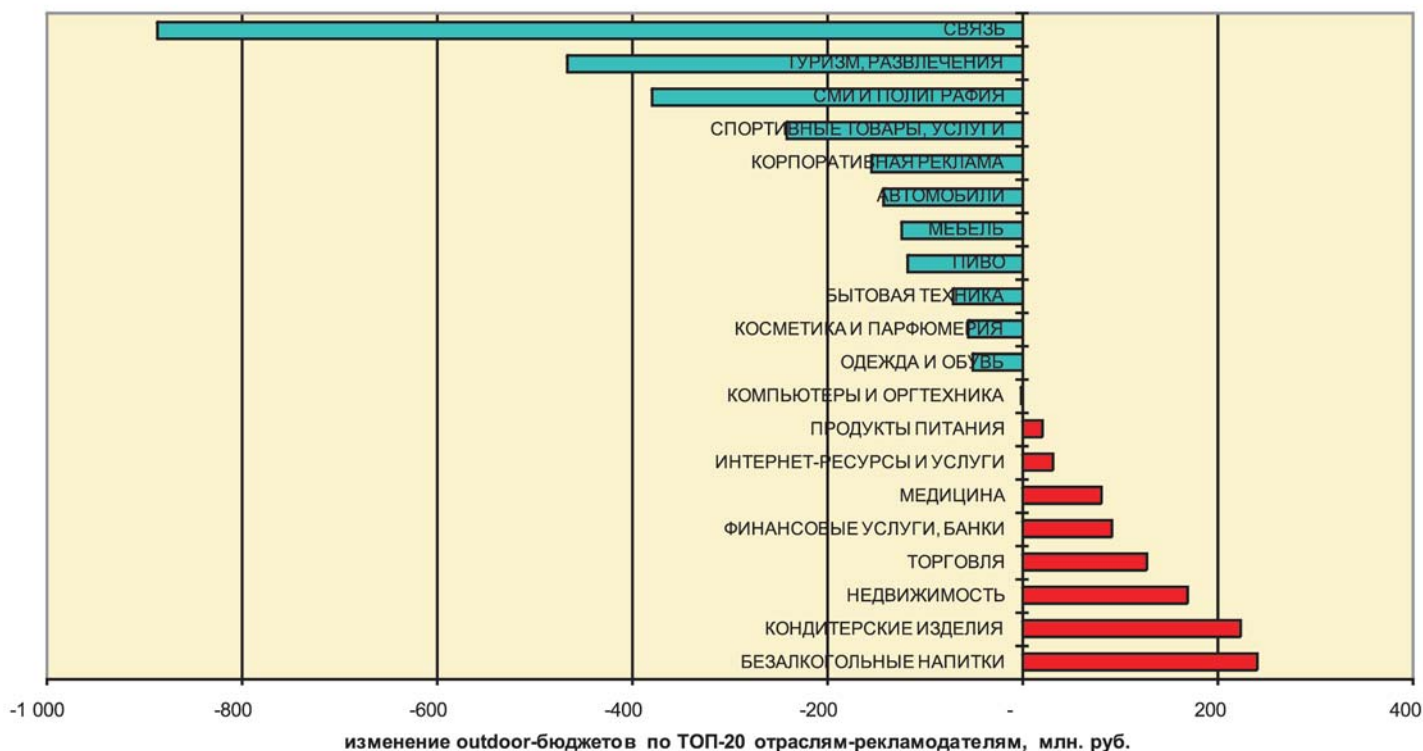


Диаграмма 3

шей группой товаров, рекламируемых в outdoor. Три федеральных сотовых оператора неизменно входят в десятку крупнейших outdoor-рекламодателей, но они постепенно теряют позиции. Значительное увеличение рекламного бюджета — около 40% по сравнению с первым полугодием 2010 года — продемонстрировала только компания МТС.

Скорее всего, восстановления прежней роли услуг и средств связи в наружной рекламе ждать не стоит. Рынок сотовой связи в России поделен, появление сетей связи 3G и 4G всплеска конкурентной борьбы между операторами и соответственно увеличения объемов рекламирования не вызвало. Что касается средств связи, то появление нового поколения телекоммуникационных устройств — iPad'ов, iPhon'ов и прочего — также прошло мимо наружки.

Неравномерность динамики рекламных бюджетов различных товарных групп, с явным лидерством автомобилей, недвижимости и торговли, привела к изменению структуры рекламируемых товаров. В первую очередь можно отметить увеличение роли товаров-лидеров. Доля четырех наиболее крупных товарных групп составила 46,5% (диаграмма 4). В условиях дефицита рекламных поверхностей в крупных городах прорваться на рекламные места смогли в первую очередь самые крупные отрасли-рекламодатели, для представителей которых присутствие в наружной рекламе — необходимое условие

конкурентоспособности. Дальнейшие структурные изменения зависят от реакции FMCG-рекламодателей на быстрое восстановление цен. Если они примут новые «правила игры», тем товарным группам, которые промедлили с возвращением на outdoor-рынок, некуда будет возвращаться — все места уже заняты.

## Резюме

1. Физические объемы размещения превысили докризисный уровень
2. Объем рынка в стоимостном выражении остается ниже показателей 2008 года
3. Основной причиной роста объемов рынка стало ускорившееся восстановление цен
4. Тем не менее цены остаются заметно ниже докризисного уровня
5. Основными драйверами рынка стали традиционные для наружки товары длительного пользования
6. Сохраняется потенциал восстановительного роста рынка, что позволяет рассчитывать на достижение докризисных объемов в 2012 году.

### Отраслевая структура рекламодателей в первом полугодии 2011 года

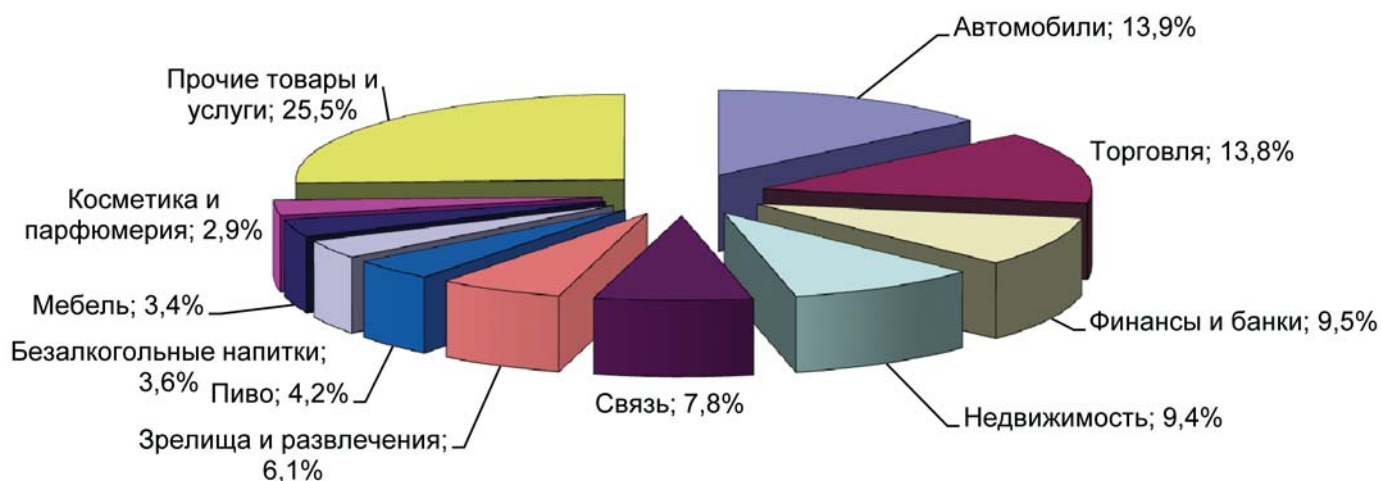


Диаграмма 4

# «ЛАТЕКСНАЯ» РЕВОЛЮЦИЯ В ПЕЧАТНОЙ ИНДУСТРИИ

*В 2009 году компания Hewlett-Packard перевернула сознание мировой печатной индустрии, представив на рынок революционную технологию печати HP Latex. В настоящее время установлено более чем 5000 широкоформатных «латексных» принтеров по всему миру, среди которых более ста в России. Суммарная площадь изображений, напечатанных по технологии HP Latex, превысила 15 млн. кв. м.*

## Экология и рынок печатной индустрии

В первую очередь причиной такой популярности «латексной» печати является экологичность печатного процесса «латексными» чернилами и готовой печатной продукции. Если еще пару лет назад экология была модным трендом, то теперь она стала стандартом мирового печатного сообщества. Как отмечают эксперты, ни один производитель уже не обходит стороной этот вопрос, а едкий запах чернил на основе растворителей все меньше портит воздух в павильонах специализированных полиграфических выставок по всему миру. Производителям теперь важно доказывать пользователям экологическую безопасность оборудования, чернил и материалов, а также уделять особое внимание возможности вторичной переработки продуктов и утилизации отходов. В печатном мире это больше не кажется странным, но пока достойных аналогов экологичным чернилам HP Latex не существует.

## Технологии печати HP Latex

Чернила HP Latex не имеют запаха, не содержат в своем составе вредных для здоровья человека летучих соединений, а при их использовании не требуется наличие в помещении специальной системы вентиляции. Графика, напечатанная с помощью этих чернил, полностью пригодна для

оформления интерьеров больниц, школ, ресторанов, детских площадок, государственных учреждений и других мест общественного пользования. «Латексные» чернила обладают повышенной эластичностью и адгезией, не изменяют структуру материала и не дают усадку, что позволяет успешно применять отпечатки также в автотранспортной рекламе и вакуумной формовке. Во-вторых, «латексные» широкоформатные принтеры обеспечивают высокую производительность с выдающимся качеством печати в шестицветной конфигурации с разрешением до 1200 dpi. К примеру, производство постеров форматом 6 x 3 м для размещения на билбордах «латексные» принтеры линейки HP Scitex LX осуществляют со скоростью 88 кв. м/ч. Все модели «латексных» принтеров HP способны печатать полноцветную графику для интерьерного и уличного применения. Высокие показатели окупаемости принтера позволяют печатникам и производителям рекламы существенно ускорять возврат первоначальных инвестиций в оборудование. В-третьих, «латексные» чернила совместимы со значительно более широким спектром материалов, чем обычные сольвентные красители или классические чернила на водной основе. Помимо самоклеящейся, баннерной ПВХ-ткани и бумаги, «латексные» принтеры HP успешно печатают на различных видах ткани, обоев, полиэфир-



Модель HP Scitex LX850 является самой производительной в линейке «латексных» принтеров HP



ных носителях и полиэтилене высокой плотности. При этом в каждом случае пользователь при выходе изображения из принтера получает полностью готовое к эксплуатации изделие, не требующее дополнительного просушивания и стойкое к внешним атмосферным воздействиям в течение длительного времени (до трех лет). На сегодняшний день линейка широкоформатных «латексных» принтеров HP представлена такими моделями, как HP Scitex LX600 с рабочим полем 1,60 м, HP Scitex LX820/850 с размером рабочих зон 3,2 м, а также самой доступной по цене моделью HP Designjet L25500 для коммерческого сегмента с шириной рабочего поля 1,52 м.

Компания HP постоянно совершенствует свои «латексные» разработки. Таким образом, совсем недавно модели «латексных» принтеров серии HP Scitex LX с рабочим полем 3,2 м были модифицированы по ряду параметров, которые способствуют повышению производительности оборудования. В частности, в моделях LX820/850 теперь используется новый механизм загрузки носителя, который сокращает затраты времени на смену рулонов, а также обновленное встроенное программное обеспечение, способствующее более оперативному выполнению команд по отмене печати и процессу калибровки оборудования. Модель HP Scitex LX850 является самой производительной в линейке «латексных» принтеров HP. Данная модификация рассчитана на повышенные производственные объемы и многоцелевое применение при выполнении различных задач по выводу полноцветной графики. Именно поэтому аппарат по умолчанию оснащен опцией для печати по материалам, подаваемым из двух отдельных рулонов. В нем также поддерживаются возможности подачи носителя с функцией свободного падения и подачи материала с рулона в накопитель. В машине также предусмотрен коллектор чернил, позволяющий использовать HP Scitex LX850 для прямой печати по сетке без подложки. Наибольшая скорость печати (в черновом режиме) — 177 кв. м/ч, кроме того, поддерживается выполнение двусторонней печати по непрозрачным баннерам при минимальном вмешательстве оператора в производственный процесс.

### «Латексные» чернила HP нового поколения

Особого внимания заслуживают чернила второго поколения, HP LX610 Scitex, разработанные специально компанией Hewlett-Packard с учетом запросов и пожеланий владельцев «латексных» принтеров для двух новых моделей линейки HP Scitex LX. При печати эти красители дают более глубокий, насыщенный черный цвет, позволяют получать изображения с глянцевой поверхностью при работе с баннерной тканью и самоклеющимся винилом, а также обеспечивают повышенную стойкость к воздействию воды и влаги изображений, напечатанных на текстильных материалах. По сравнению с «латексными» чернилами первого поколения, HP LX600, цветовой охват красителей HP LX610 расширен приблизительно на 7%. Владелец ранее установленных широкоформатных принтеров HP Scitex LX600 (HP Designjet L65500) и HP Scitex LX800 также предоставлена возможность перейти на применение чернил HP Latex нового поколения путем приобретения комплекта обновления HP Scitex LX610 Inks Upgrade Kit. В большинстве случаев при работе с чернилами HP LX610 пользователи смогут использовать ICC профили, построенные для чернил более ранней версии. При этом стоимость «латексных» красок HP усовершенствованной версии та же, что и расценки на чернила HP LX600.

### Большие возможности для бизнеса пользователей

Тысячи производителей и пользователей коммерческой графики по всему миру открывают новые возможности для своего бизнеса с «латексными» технологиями печати HP.

В подготовительной школе Diliman Preparatory School (г. Кесон-Сити, Филиппины) красочной печатной графикой от пола до потолка были оформлены классы для дошкольников. В помещениях художественными печатными изображениями были декорированы стены, столы, шкафы и стулья. Полки и парты покрыли яркими отпечатками, сделанными на немнущемся носителе HP для флагов с подложкой, за счет этого мебель приобрела еще и текстуру, приятную на ощупь. Директор школы Никки Козетенг





*Владелец популярного бангкокского ресторана считает, что его заведение оставляет самые яркие впечатления в памяти гостей.*

уверена, что внешний вид классных комнат оказывает значительное влияние на успехи детей в обучении. Также она добавляет, что, кроме эстетической ценности, такое оформление помогает сделать процесс обучения более активным и интересным. «Например, когда мы говорим о животных, — объясняет она, — мы можем попросить детей оглядеться вокруг и сказать, изображения каких животных они видят в классе». Для данного проекта были использованы принтеры HP Designjet L25500 и HP Scitex LX800, а также материалы HP, которые смогли обеспечить отпечатки без вредного запаха, что очень важно для применения их в детских учреждениях. В интерьере были использованы бумажные обои HP без содержания ПВХ, простой способ эксплуатации этого материала позволил оформить классы всего за день. Кроме того, обои HP соответствуют требованиям стандарта GREENGUARD Children & Schools, который действует во многих странах для продуктов с низким выделением вредных веществ и регулирует критерии AgBB для оценки выделения летучих органических соединений для изделий, применяемых в отделке помещений.

Владелец популярного бангкокского ресторана Im Mee Pee Mun by Jakkajan считает, что его заведение оставляет самые яркие впечатления в памяти гостей во многом благодаря оригинальному оформлению интерьера и фасада. По желанию заказчика было произведено комплексное оформление здания ресторана и деталей его интерьера в одном стиле. Работы известных художников с яркими графическими изображениями были распечатаны на принтере HP Designjet L25500 на различных материалах. Элементы этих изображений перекликаются на внешних и внутренних стенах ресторана, столах, шторах, картах меню и даже на фартуках официантов. Владелец ресторана Сорнкрит Тонгалам хотел выделиться на фоне конкурентов. «Наш ресторан находится в оживленном районе города, где есть множество других известных ресторанов, — поясняет Сорнкрит, — такое оригинальное оформление нашего заведения позволяет многочисленным жителям и туристам Бангкока легко запомнить и найти нас в любое время». В свою очередь Сафит Чайапатапанорн, исполнительный директор компании Thamnaksilp Advertising, выполнявшей печать графических изображений, комментирует: «Мы быстро сделали качественный дизайн интерье-

ра с помощью печати «латексными» чернилами HP, используя различные недорогие материалы, такие, как обои, виниловые самоклеящиеся пленки, ткани». Сафит также отмечает, что графика для наружных стен ресторана, которую они сделали, выдерживает различные погодные условия, не теряя в качестве. «Латексные» отпечатки выходят из принтера сухими и абсолютно без запаха, это позволило нам оперативно использовать их в отделке в ночное время и ресторан не пришлось закрывать для посетителей», — добавляет он.

Компания Marc Marti из Валенсии (Испания) первая в этом году сделала ставку на аппарат HP Scitex LX850. «Аппарат обеспечивает превосходное качество изображений на широком спектре недорогих материалов, — комментирует свой первый опыт работы с новым принтером Хосе Анио, генеральный директор фирмы Marc Marti. — HP Scitex LX850 эксплуатируется на нашем производстве каждый день в течение 10 — 12 часов и два раза в неделю по ночам. Все, что от нас требуется, — загружать материал в принтер, устанавливать печать с рулона на рулон в режиме автоматического подбора запечатанного носителя, проверять, достаточно ли чернил для выполнения очередной задачи, отправлять задания в очередь печати и... идти домой. Мы приходим на следующее утро и выполняем послепечатную обработку (резку) графики. За четыре месяца использования аппарата у нас ни разу не возникало проблем. Выполнение заказов на двустороннюю печать составляет примерно 5% наших работ, — продолжает Хосе Анио. — Использовать для этого наш сольвентный принтер было достаточно сложно. Нестабильность в протяжке носителя на полосе длиной 15 м нередко приводила к тому, что приходилось выполнять печать по обеим сторонам заново! В случае с принтером HP Scitex LX850 отпечатки выходят полностью сухими, и при перевероте материала на другую сторону исключается возможность случайного размазывания или повреждения графики. Принтер распознает отпечатанные изображения и регистрирует месторасположение материала автоматически, существенно упрощая весь процесс выравнивания носителя».

Служба печати Калифорнийского университета в Домингес Хиллс (CSUDH) обеспечивает печатной продукцией

клиентов, проживающих в университетском городке, выполняя разноплановые задания — от бланков экзаменационных работ до различных уличных вывесок. Эммит Уильямс, помощник вице-президента отдела управления контрактами и обеспечением университета, поясняет: «У нас была небольшая типография, которая оказывала узкий круг базовых печатных услуг, а многие заказы мы отдавали сторонним организациям». Уильямс добавляет, что приобретение нового принтера являлось для них возможностью для инвестиций. С помощью принтера HP DesignJet L25500 университетская типография использует широчайший ассортимент материалов для печати, начиная от перерабатываемых плакатных носителей из полиэтилена высокой прочности (HDPE) и заканчивая фотобумагами HP без содержания ПВХ. Принтер HP DesignJet L25500 не требует больших помещений и дополнительной вентиляции, он прост в использовании; благодаря легко заменяемым печатающим головкам и двухрежимной системе приема управление печатью даже больших заданий почти не требуется. А операционное программное обеспечение Caldera учитывает особенности производства, позволяя максимально оптимизировать рабочий процесс и упростить систему управления цветом. На сегодняшний день университетская служба печати является финалистом проекта Synergy Project, совместного проекта студенческих городков университета штата Калифорнии, направленного на определение возможностей для сокращения затрат и обеспечения себе права на оказание услуг печати и тиражирования для ректората университета. Помимо этого, университетская служба печати имеет бесплатную и удобную возможность утилизировать отходы. Эта возможность предоставляется в рамках Программы возврата материалов для широкоформатной печати HP в США и Европе, бла-

годаря которой можно вернуть большинство перерабатываемых материалов HP после печати. К сожалению, данный сервис еще не доступен российским пользователям, но изучить информацию о существующих в мировой практике программах по утилизации можно уже сейчас на сайте компании HP.

### Технологии HP Latex в России

Официальным партнером компании Hewlett-Packard по поставкам широкоформатных «латексных» принтеров в России является компания «ЛРТ». 1 декабря 2010 года благодаря совместным усилиям компаний Hewlett-Packard и «ЛРТ» при Московском государственном университете печати открылся Демонстрационный центр печатных технологий HP, где можно воочию ознакомиться с «латексными» технологиями. Демо-центр может посетить любой заинтересованный специалист, чтобы наглядно увидеть и оценить функциональные возможности оборудования HP и приобрести все необходимые навыки в работе с ним. Высококвалифицированные менеджеры и технические эксперты демо-центра помогают посетителям провести собственные тесты оборудования и получаемых изображений, распечатать собственный файл, проанализировать цветопередачу и качество вывода.

Для специалистов, которые не могут посетить демо-центр в Москве, существует возможность дистанционного заказа бесплатных образцов печати на нужных материалах в режиме online на сайте <http://www.hpllatex.ru>

Там же пользователи смогут найти для себя удобные online-сервисы по бронированию участия в образовательных мероприятиях по теме, персональных презентациях и узнать больше о технологиях HP Latex.



При Московском государственном университете печати открылся Демонстрационный центр печатных технологий HP.

# СКОЛЬКО СТОИТ РЕЖУЩИЙ ПЛОТТЕР?

*На любой выставке, в которой мы когда-либо принимали участие, самым популярным вопросом посетителей нашего стенда является следующий: «Сколько стоит ваш режущий плоттер?». И каждый раз мы в затруднении с ответом...*

**О**сновные характеристики режущего оборудования ZUND — универсальность и модульность. Эти режущие плоттеры успешно используются в самых различных индустриях — от рекламного производства и текстильной промышленности до авиастроения. Подобная гибкость достигается за счет разных размеров стола, набора опций и инструментов, которые можно комбинировать в одной машине практически как угодно.

Как это работает?

Для того чтобы рассчитать рациональную конфигурацию режущего плоттера для какого-либо конкретного производства, нам необходимо знать, во-первых, какие виды изделий планируется изготавливать с его помощью. Конфигурация оборудования для раскроя композитных материалов в автомобилестроении будет принципиально отличаться от конфигурации режущей системы для финишной отделки широкоформатной печати и изготовления POS-материалов.

Следующий важный вопрос: какие материалы, какого размера и какой толщины должен обрабатывать плоттер? Самый большой размер листа или ширина рулонного материала определяют требуемые размеры стола плоттера. В зависимости от того, будет ли это коробочный пластик, текстиль, пленка, гофрокартон, дибонд, алюминий и т.п., мы подбираем оптимальный набор инструментов для резки насквозь, надсечки, бигования, фрезерования и других операций, которые необходимы для производства клиента.



Как будет осуществляться подача материала? Конвейер и различные устройства размотки или подачи листов от ZUND позволяют обрабатывать самые различные материалы (рулонные и/или листовые) быстро и просто. Система самонаклада Board Handling System (BHS) от ZUND позволяет вам организовать полностью автоматическое, ненаблюдаемое производство.

Планируется ли выполнять раскрой после печати? Например, ростовые фигуры, вырезанные по контуру, коробки

из заранее запечатанного картона? В таком случае в конфигурации плоттера должна быть камера, позволяющая выполнить резку по меткам приводки или с определением кромки материала.

Каким программным обеспечением пользуются Ваши дизайнеры и конструкторы? Предлагаемая для управления плоттерами ZUND программа — Zund Cut Center — разработана производителем оборудования и полностью соответствует политике ZUND создавать открытые системы, которые можно интегрировать в практически любой производственный процесс. Эта программа совместима с большинством стандартных для индустрии форматов файлов, а также максимально упрощает работу оператора за счет удобного и наглядного интерфейса. При необходимости задание для плоттера можно эмулировать на экране компьютера или воспроизвести на плоттере с поднятым инструментом.

Зная все эти параметры, мы можем рассчитать рациональную конфигурацию плоттера для любого клиента — конфигурацию, позволяющую получить максимум возможностей без необходимости покупать лишнее. Кроме того, одной из отличительных особенностей ZUND является возможность дооснащения практически любыми инструментами и опциями уже после покупки плоттера — именно тогда, когда они понадобятся для производственного процесса.

В подготовленной спецификации мы указываем все цены — на отдельные опции, цену «с завода» ZUND в Альштеттене, а также цену со склада в Москве. Тем не менее, такая спецификация все равно является предварительной. Лучшим способом для составления конфигурации плоттера остается личная встреча в нашем демо-зале — когда клиент привозит свои материалы и файлы заданий, лично оценивает качество предлагаемых решений, а наши сервисные инженеры видят материалы и, четко понимая производственную задачу, подбирают оптимальные инструменты и их настройки для получения максимально качественного результата.

Ответить на предложенные выше вопросы будет полезно при выборе любого планшетного режущего плоттера, не обязательно модульной концепции ZUND. Имеет смысл заранее оценить, что Вы хотите получить от оборудования сейчас, какие перспективы оно Вам дает. Не стоит выбирать оборудование только по параметру дорого/дешево — лучше оценивать соотношение его стоимости и возможностей, которые Вы за нее получаете.

*Наталья Миленина*  
Торговый представитель ZUND  
[www.oktoprint.ru](http://www.oktoprint.ru)  
[www.zuend.ru](http://www.zuend.ru)

## Много чемпионов мира родом из Швейцарии. И вот еще один.



### **G3** Новое поколение цифровых режущих плоттеров Zünd.

Удивите своих клиентов качеством и творческим подходом. Zünd обеспечит вас первоклассными режущими системами. Получайте прибыль благодаря большей эффективности, гибкости и производительности. Цифровой режущий плоттер Zünd G3 - несомненный чемпион от лидера мирового рынка.

**ZÜND**  
swiss cutting systems

**oktoprint**  
SERVICE

Октопринт Сервис ООО  
Выборгская улица, д.16, стр.1  
125212, Москва  
Тел. +7 495 789 80 81  
Факс +7 495 789 80 83  
[www.zuend.ru](http://www.zuend.ru)

# Совершенство в технике — признание в творчестве

*Компания «Техно-Графика» имеет многолетний опыт поставок оборудования для рекламной отрасли. В ассортименте поставок такие необходимые для любого рекламного производства образцы как: широкоформатные принтеры Wit-Color, фрезерно-гравировальные станки Woodpecker, лазерно-гравировальные системы LaserLine.*

**И**мея многолетние деловые контакты с лидерами производства подобных машин, компании удается совмещать конкурентные цены с постоянным развитием и обновлением линеек поставляемой техники. В компании «Техно-Графика» всегда можно приобрести как самые передовые новинки рынка по приемлемым ценам, так и проверенные годами «рабочие» лошадки. Так, к примеру, идя в ногу со временем, компания осуществляет поставки передовых принтеров, базирующихся на печатных головках Spectra Polaris, обеспечивающих каплю всего в 15 пкл и высокую производительность одновременно. И в то же время продолжает поставки проверенных принтеров Ultra 1000, основанных на головках Spectra SkyWalker, обеспечивающих кроме высокой производительности, высокую надежность и стабильность.

Так же в программе поставок оборудование любого масштаба: от режущих плоттеров List и систем ламинации, до настольных термопрессов HeatMaster и сувенирных принтеров TechnoFlat A4. Номенклатура товаров такова, что позволяет осуществить оснащение как небольшой домашней мастерской, так и крупного рекламного агентства. Например, режущий плоттер List Mini найдет свое применение на столе у дизайнера, лишь иногда «балующегося» производством наклеек, а без ламинатора ICO 1600 не обойдется ни одно печатное производство.

Помимо поставок техники предлагается широкий спектр расходных материалов: сольвентные чернила разных ценовых категорий (как китайского производства WitColor, так и европейские Chimigraf), носители для изготовления печатной продукции (баннер и холст, самоклеящаяся

пленка и многое другое), печатные головы ведущих производителей, экосольвентные чернила, двухслойные пластики для гравировки, режущий инструмент и аксессуары (фрезы, граверы, цанги), а также безворсовые салфетки, люверсы и многое другое. Филиалы в Ростове-на-Дону, Самаре и Казани позволяют осуществлять оперативные поставки, как техники, так и расходных материалов с максимальной оперативностью и значительно расширяют спектр товаров, которые можно приобрести конечному пользователю. Компания располагает штатом квалифицированных инженеров и полностью берет на себя гарантийное и постгарантийное обслуживание техники, поставляемой компанией. Накопленный опыт и тесный контакт с техническими службами заводов производителей позволяют успешно и оперативно решать любые вопросы, возникшие в процессе эксплуатации оборудования не только у пользователей брендов, поставляемых компанией, но и у пользователей техники других производителей. На базе каждого филиала организованы собственные складские площади помимо основного склада в Москве. Данный факт также позволяет значительно сократить время поставки как наиболее востребованных материалов, так и запасных частей.

Следование девизу «Совершенство в технике — признание в творчестве» позволяет на деле реализовывать решение главной стратегической задачи компании «Техно-Графика» — непрерывное развитие рынка оборудования и технологий для индустрии наружной рекламы и других смежных областей, таких как деревообработка, металлообработка, полиграфия; обеспечение качественного конкурентного присутствия.



- Установка
- Обучение персонала
- Сервисное обслуживание в регионах
- Построение цветных профилей
- Сервис для печатающих головок

Сервисные инженеры  
компании сертифицированы  
предприятиями-  
изготовителями.

[WWW.T-G.RU](http://WWW.T-G.RU)

# КОМПАНИЯ ТЕХНОГРАФИКА



**WIT-COLOR**

**ШИРОКОФОРМАТНЫЕ  
ПРИНТЕРЫ**



**Woodpecker**

**ФРЕЗЕРНО-  
ГРАВИРОВАЛЬНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ**



**Techno-Jet**

**CHIMIGRAF**

**СОЛЬВЕНТНЫЕ  
И ЭКОСОЛЬВЕНТНЫЕ  
ЧЕРНИЛА**



**LaserLine**

**ЛАЗЕРНО-  
ГРАВИРОВАЛЬНЫЕ  
МАШИНЫ**



**Woodpecker  
TOOL**

**ФРЕЗЫ,  
ГРАВЕРЫ, ЦАНГИ,  
НОЖИ ДЛЯ ПЛОТТЕРОВ**



**LIST**

**РЕЖУЩИЕ  
ПЛОТТЕРЫ**



**HeatMaster**

**ТЕРМОПРЕССЫ**



**МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ  
ПЕЧАТИ, ПЛАСТИКИ  
ДЛЯ ГРАВИРОВКИ**



**Techno-LED**

**СВЕТОТЕХНИКА,  
ЛЕНТЫ, МОДУЛИ,  
БЛОКИ ПИТАНИЯ**



113093, г. Москва,  
ул. Павловская, д. 21  
тел./факс: (495) 225-50-43  
e-mail: [info@t-grafika.ru](mailto:info@t-grafika.ru)



344101, г. Ростов-на-Дону,  
ул. Профсоюзная, д. 45  
Тел./факс: (863) 226-38-18  
e-mail: [rostov@t-g.ru](mailto:rostov@t-g.ru)



443022, г. Самара,  
ул. Кабельная 7А  
Тел./факс: (846)225-45-14, 979-80-81  
e-mail: [samara@t-g.ru](mailto:samara@t-g.ru)



420133, г. Казань,  
ул. Чистопольская д.85  
тел. (843)249-4709; 522-81-86  
e-mail: [kazan@t-g.ru](mailto:kazan@t-g.ru)



# Правильный выбор компози́тных панелей ADS

*Алюминиевым композитным материалом называют особые панели достаточно простой конструкции: два алюминиевых листа, покрытые специальным полимером, образуют внешние стороны панели, а между ними находится наполнитель из минеральных или пластиковых материалов. Такая структура создает присущие этому материалу качества: повышенную прочность, изломостойкость, упругость и легкость. Сочетание всех этих характеристик делает алюминиевые композитные панели уникальным строительным материалом, широко применяемым в строительстве и в производстве наружной рекламы.*

**А**люминиевые композитные панели ADS представляют собой листы шириной 1,25 м и 1,5 м. Длина может варьироваться от 3 до 6 м. Естественно, существует стандартная длина листа — это 3,05 и 4,05 м. Следует различать два основных типа панелей ADS.

## **Панели ADS толщиной 3 мм**

Это наиболее популярный материал широкого спектра применения. Благодаря доступной цене его используют в производстве наружной рекламы как основу для вывесок, в изготовлении объемных букв и логотипов, при оформлении входных групп и в производстве рекламных щитов.

Еще одним широко применяемым использованием панелей ADS толщиной 3 мм является облицовка АЗС. Благодаря легкости обработки и широкому спектру цветовых вариантов панели ADS позволяют производить отделку в соответствии с любым фирменным стилем.

Кроме того, трехмиллиметровые панели ADS прекрасно подходят для облицовки фасадов. Отличное качество изготовления материала на современном высокотехнологичном оборудовании с жестким контролем всех параметров позволяет создавать фасады, по которым можно сразу судить о высоком профессионализме подрядчика.

За счет универсальности панелей ADS, они используются и в отделке интерьеров, причем не только зданий и сооружений. Панели ADS успешно применяются при внутренней отделке яхт, автобусов, в изготовлении корпусов приборов и светофоров. Широко применяется ADS в изготовлении торгового оборудования и как основной материал, и как декоративный.

## **Панели толщиной 4 мм — ADS Front**

Панели ADS Front предназначены в основном для фасадных конструкций любого типа сложности. В отличие от трехмиллиметровых панелей, они обладают повышенной прочностью и жесткостью. Кроме того, помимо группы го-

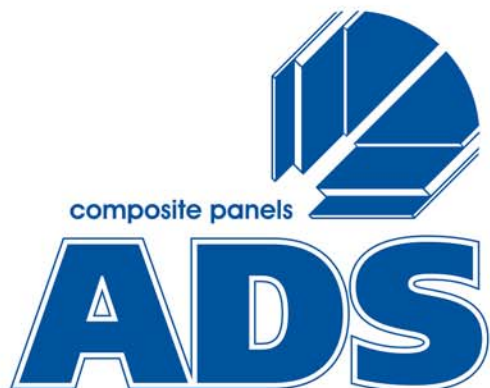
рючести Г4, панели ADS Front имеют группу горючести Г1, что существенно увеличивает возможности применения данного материала в качестве элементов вентилируемых фасадов и сложных строительных конструкций. Долговечность панелей ADS Front обеспечивается более стойким покрытием PVDF, что позволяет с успехом применять их в тяжелых климатических условиях с резким перепадом температур и на морском побережье. Естественно, панели ADS Front имеют все необходимые сертификаты и разрешительные документы для использования в строительстве.

По всем основным параметрам алюминиевые композитные панели ADS® и ADS Front® не уступают своим европейским аналогам, и при этом обладают значительно более низкой ценой, что позволяет существенно экономить и в производстве рекламы, и в строительстве.

Эксклюзивным поставщиком алюминиевых композитных панелей ADS в Россию является компания NEOTEC. Три крупных склада в Москве, Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону позволяют обеспечивать поставки панелей ADS широкому кругу потребителей. Оптимизированная логистика, доставка в любую точку России, обеспечение крупных заказов, а также высокое качество позволяет при использовании материала ADS экономить средства как заказчика, так и подрядчика. Опытные менеджеры компании обеспечат своевременные отгрузки, предложат различные варианты сокращения расходов клиента, проконтролируют доставку материалов и первичных документов. Все это дает возможность быстро и качественно решить вопросы по поставкам необходимых материалов для рекламного производства или крупного строительства.

*Убедиться в этом можно, если позвонить по телефонам в Москве (495)363-45-03, в Санкт-Петербурге (812) 438-55-11 или в Ростове-на-Дону (863) 207-83-89. Дополнительная информация — на сайте [www.neotec.ru](http://www.neotec.ru).*

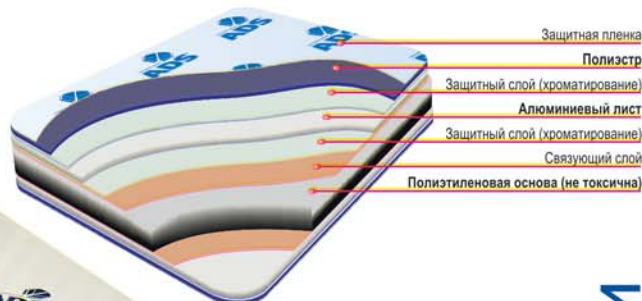




# КАЧЕСТВО / ЦЕНА НОВЫЙ РУБЕЖ

## Основные характеристики композитных панелей ADS и ADS front

Характеристика	ADS	ADS front
Применение	Лицевые поверхности рекламных щитов, вывесок, выставочных конструкций, организация внутренних перегородок	Облицовка зданий, колонн, мачт освещения, границ кровли и кровельных парапетов
Класс горючести	Г4	Г1, Г4
Покрытие	Полиэстер	PVDF
Гарантия при наружном применении	8 лет	15 лет
Стандартные размеры	3050x1250x3 мм, 3050x1500x3 мм, 4050x1250x3 мм, 4050x1500x3 мм	3250x1250x4 мм, 4050x1500x4 мм
Толщина алюминия	0.21 мм., 0.3 мм.	0.4 мм., 0.5 мм.



## Специальные размеры

Длина на заказ: до 6000 мм.

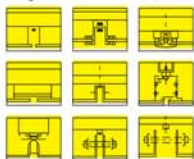
## Применение

- ❖ Наружная облицовка зданий (ADS-Front)
- ❖ Облицовка границ кровли и кровельных парапетов
- ❖ Декоративная облицовка нижних частей стен, организация внутренних перегородок
- ❖ Лицевые поверхности рекламных щитов, вывесок, выставочных сооружений.
- ❖ Облицовка колонн, мачт освещения, сложных криволинейных конструкций.

## Долговечность

Гарантийный срок использования алюминиевых композитных панелей для навесных вентилируемых фасадов составляет 15 лет. Огромный опыт использования композитных панелей для внешней облицовки говорит о том, что срок их службы достигает 50 лет. Это позволит Вам многие годы эксплуатировать ваш объект без косметического ремонта, не тратить серьезные средства и время на обновление его внешнего вида.

## Превосходная обрабатываемость



ADS панели отлично подходят для облицовочных работ, требующих формирования большого количества острых углов, разрезов, изгибов и закруглений. Материал легко поддается резке, изгибу под углом и радиусному закруглению, вальцовке, сварке полимерного слоя, стыковке краев. Все операции над панелями можно выполнять при помощи обычных металло- и деревообрабатывающих машин и инструментов. Благодаря этому ADS панели позволяют наилучшим образом воплотить Ваши дизайнерские идеи.

## Отличные характеристики огнестойкости



ADS панели полностью соответствуют требованиям пожаробезопасности установленным СНиП РФ. ADS по своим огнеупорным свойствам материал превосходит требования индекса B1 и прекрасно противодействуют распространению огня и образованию задымления. Мы предлагаем панели с двумя типами центрального слоя: трудногорючий (PE) и негорючим (минеральная прослойка)

## Основные цвета сэндвич-панелей



Любой цвет RAL на заказ

АЛЮМИНИЕВЫЕ КОМПОЗИТНЫЕ ПАНЕЛИ

**NEOTEC®**

www.neotec.ru

e-mail: neotec@neotec.ru

Материалы и оборудование для строительства и рекламы

композитные панели • неоновые комплектующие • светодиоды • фрезерно-гравировальные станки • фрезы

г. Москва: ул. Верейская, д. 29., тел.: +7 (495) 363-45-03, факс +7 (495) 363-45-48

г. Санкт-Петербург: ул. Миронова, д. 4, лит. А, пом. 1Н, Тел./факс +7 (812) 438-55-11, 248-33-58

г. Ростов-на-Дону: ул. Черевичкина, 106/2, телефон/факс +7 (863) 207-83-89, 261-34-44, 261-34-49;

# PLEXIGLAS®

## ОТ «ДЕСТЕКА»

*PLEXIGLAS® — самая известная в мире, испытанная временем марка акрилового стекла. За прошедшие восемьдесят лет своей истории товарный знак PLEXIGLAS® вошел в число наиболее известных наименований товаров, став синонимом понятия «органическое стекло», а сам продукт идет на шаг впереди всей индустрии листовых ПММА-пластиков, лидируя по ассортименту, спектру цветов и качеству.*

Современным производителем PLEXIGLAS® является компания Evonik Industries — мировой лидер в производстве акриловых листов. В 2004 году, чтобы приблизить производство к центрам потребления в РФ и СНГ, Evonik, единственный среди иностранных производителей ПММА-листов, открыл в г. Подольске Московской области совместное предприятие — ООО «ДЕСТЕК». Работающая здесь новейшая автоматизированная экструзионная линия, управляемая обученным в Германии квалифицированным персоналом, исключает влияние таких проблем, как человеческий фактор, износ оборудования или отклонение от технологии изготовления листового материала. У листов PLEXIGLAS®, производимых методом экструзии, допуски к отклонению заявленной толщины сведены к рекордному минимуму, что облегчает конструирование, стыковку и сборку изделий.

Приближение производства к потребителю позволило сократить сроки поставки, снизить расходы на логистику, усилить обратную связь с заказчиком и оперативно реагировать на изменяющиеся требования рынка.

На базе предприятия работает технологический центр, в котором потребители могут ознакомиться с особенностями обработки акрилового стекла с применением вспомогательных материалов, производимых Evonik Industries, — клеев, катализаторов, колорантов ACRIFIX®. Клиенты из разных областей рекламной и строительной индустрии имеют возможность получить информацию о том, как правильно резать, гнуть, полировать, клеить, формовать, выдувать и снимать напряжения материала, чтобы PLEXIGLAS® сохранял свои свойства в течение многих лет.

На ООО «ДЕСТЕК» производятся наиболее востребованные виды листов PLEXIGLAS® — прозрачные и белые с тремя разными степенями светопропускания. Всего же экструдированные листы PLEXIGLAS® поставляются в 25

стандартных цветах, и еще более 50 цветов входят в ассортимент литых материалов этой марки.

По прозрачности PLEXIGLAS® превосходит силикатное стекло (светопропускание — до 92%), а по благородному поверхностному блеску — большинство существующих листовых пластиков.

Гарантия от пожелтения у бесцветных листов PLEXIGLAS® самая длительная среди всех производителей — 30 лет, гарантия неизменности механических свойств — 10 лет. PLEXIGLAS® в 8 раз прочнее и в 2 раза легче силикатного стекла. Монтировать и перемещать его проще, риск повреждения невысок, а защитные свойства великолепны. В случае изготовления антивандальных конструкций с максимальной степенью ударопрочности применяется специальная марка листового акрилового стекла PLEXIGLAS RESIST®.

Кроме обычных листов PLEXIGLAS® поставляется и в виде волнистых листов, а также в виде труб, стержней и прутков. Широкий выбор представлен и среди сатинированных и текстурированных листов. Особая гордость компании — торцевая подсветка EndLighten, применяемая для распространения светового потока по поверхности листа или стержня. Есть и вид стекла Fluorescent с обратным эффектом — светящихся торцов.

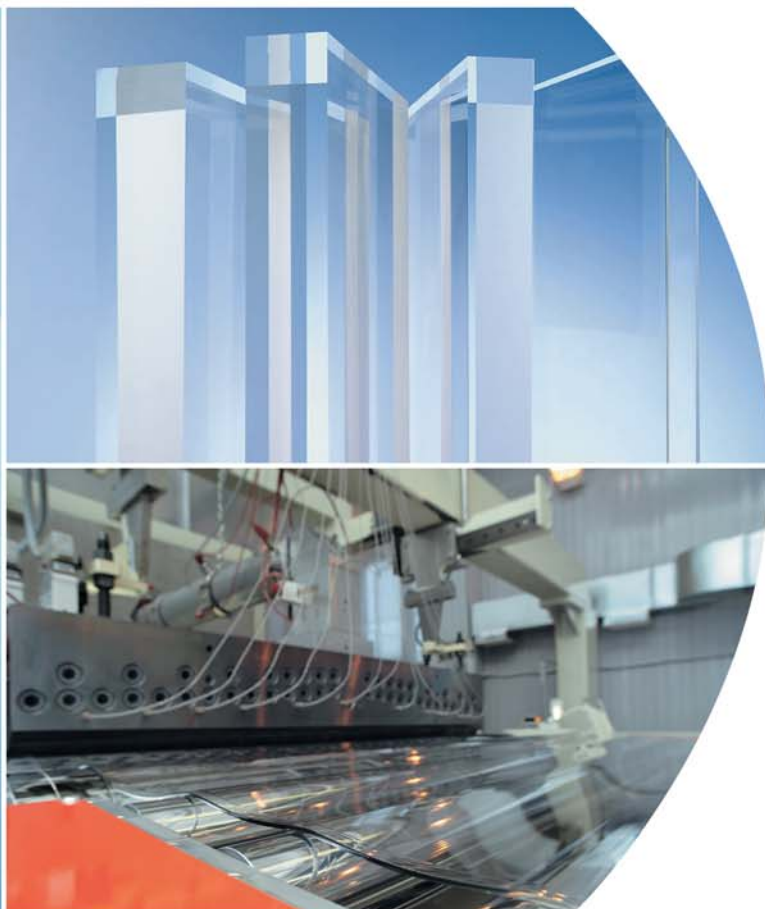
PLEXIGLAS® легко обрабатывается и при реализации самых смелых идей не требует дорогого оборудования. Его можно резать, сверлить, клеивать, гнуть, формовать, полировать, фрезеровать, окрашивать и гравировать.

За короткое время листовый материал, производимый на ООО «ДЕСТЕК», не на словах, а на деле подтвердил в России свое гордое имя PLEXIGLAS, которое потребители во всем мире вот уже много десятков лет ассоциируют со стабильным качеством, высокой надежностью и удобством в использовании для всех областей его применения.

# PLEXIGLAS®

Производство прозрачного,  
белого и цветного акрилового  
(органического) стекла

для наружной  
и световой рекламы,  
интерьера, строительства  
и промышленности



## ДЕСТЕК : PLEXIGLAS® в России

ДИЛЕРЫ И ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ ООО «ДЕСТЕК» ПО РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОГО СТЕКЛА :

### Дилеры

**ОРГСТЕКЛО (Москва)**  
тел./факс: (495) 725-08-67, 725-33-38  
e-mail: info@orgsteklo.ru  
www.orgsteklo.ru

**ОРГСТЕКЛО (Санкт-Петербург)**  
тел./факс: (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36  
e-mail: piter@orgsteklo.ru

**ОРГСТЕКЛО (Беларусь, Минск)**  
тел./факс: +375 17 208-85-77, 251-44-88, 208-85-88  
e-mail: info@orgsteklo.by  
www.orgsteklo.by

**ОРГСТЕКЛО (Украина, Киев)**  
тел./факс: +38 044 495-32-07, 495-32-08  
e-mail: info@orgsteklo.in.ua  
www.orgsteklo.in.ua

**ООО «РЕМЭКС»**  
(Москва, Преображенская наб., корпус 17)  
тел./факс: (495) 737-48-68, факс (495) 748-38-41  
www.remex.ru; rm@remex.ru

**ООО «ТК РЕМЭКС»** (Москва, ул. Добролюбова, д. 1)  
тел./факс: +38 044 495-32-07, факс (495) 363-35-31  
www.remex.ru; td@remex.ru

**ООО «РЕМЭКС-МКАД»** (Московская обл., г. Реутов,  
ул. Фабричная, д.8, вл.В)  
www.remex.ru

**ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Север» (Москва)**  
**ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Юг» (Москва)**  
тел./факс: (495) 956-65-66, 925-82-32, факс (495) 956-35-09  
cp@polymercentre.ru; www.plastic.su

**ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - УРАЛ (Уфа)**  
тел./факс: (3472) 28-86-75, 28-86-77, 28-86-79,  
доб. 29, 32, 34  
cpural@yandex.ru

**ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - ЮГ (Пятигорск)**  
тел./факс: (928) 350-50-26, 350-50-32  
доб. 29, 32, 34  
cpug@yandex.ru

### Дилеры

**ХИМСЫРЬЕ (Москва)**  
тел. (495) 925-88-49 (многокан.), факс (495) 995-22-93  
e-mail: post@hims.ru; www.hims.ru

**ГРУППА КОМПАНИЙ Sign Alliance**  
**ЗАО «ФорДА»**  
Санкт-Петербург (812) 380-85-55, 380-85-54  
Москва (495) 226-56-10, 996-55-99  
Омск (3812) 61-31-15, 61-29-30  
Ростов-на-Дону (863) 200-92-63, 200-92-64, 200-92-65  
Екатеринбург (343) 2-530-230  
info@forda.ru; www.forda.ru

**ООО «ФорДА-Сибирь»**  
Иркутск (3952) 20-75-78, Ангарск (3955) 508-169  
Чита (3022) 415-186, Улан-Удэ (3012) 416-522  
Красноярск (391) 201-85-47  
www.profas.info

**ЗАО «Помор Лайн»**  
Северодвинск (8184) 50-80-14, 50-81-79  
Архангельск (8182) 657-756, 43-12-55  
pomorline@yandex.ru

**ООО «Рекламный мир» (Сургут)**  
(3462) 24-05-05, (3462) 24-81-81  
rek-mir@mail.ru; www.wmt-ugra.ru

**ООО «С.С.С.Р. - Союз Создателей Сочинской Рекламы»**  
(8622) 68-18-18,  
info@m-ccsr.ru; www.m-ccsr.ru

**ООО «ЦРТ-Столица» (Казань)**  
(843) 519-31-40 (41, 42, 43)  
wmt-kazan@efir.kazan.ru; www.wmt-kazan.ru

**ООО «РТД-Сибирь»**  
Новосибирск (383) 211-82-94, 211-83-82, 211-83-10;  
Кемерово (3842) 36-43-74;  
Новокузнецк (3843) 72-00-65  
info@wmt.gk-afa.ru; http://www.wmt.nsk.ru/

**ООО «РДС-Студия» (Пермь)**  
(342) 260-94-01, 260-94-02, 260-92-49, 260-94-54  
www.rds-studiya.ru; rds-studiya@yandex.ru

**ООО «Принцип» (Тольятти)**  
(8462) 76-30-20, 62-00-72  
www.principle-sa.ru; lbo@principle-sa.ru

### Торговые партнеры

**ХОЛДИНГ WeMaTec**  
**WeMaTec-Москва**  
(495) 981-49-63, 981-49-66, 981-49-67  
info@wmt.ru

**WeMaTec-Санкт-Петербург**  
(812) 318-09-86, 318-09-87, 938-64-86

**WeMaTec-Пермь**  
(342) 260-92-49, 260-92-54  
wmt@perm.ru; www.wmt.permonline.ru

**WeMaTec-Ростов**  
(863) 295-51-03, 295-51-09, 295-51-10,  
300-75-58, 300-75-59, 300-75-60, 300-75-61,  
300-75-62, 300-75-63  
wmt@wmt-r.ru; www.wmt-r.ru

**WeMaTec-Волгоград**  
(8442) 23-32-44, 23-87-33, 23-43-64  
wmt-volgograd@rian.ru; www.wmt-volgograd.ru

**WeMaTec-Краснодар**  
(861) 274-76-92, 251-14-38  
wmt@wmt-krasnodar.ru; www.wmt-krasnodar.ru

**WeMaTec-Пятигорск**  
(8793) 32-03-87, 32-88-96  
wmt-pytigorsk@mail.ru

**WeMaTec-Самара**  
(846) 268-95-59, 268-95-61, 270-57-64  
info@wmt-samara.ru; www.wmt-samara.ru

**WeMaTec-Уфа**  
(3472) 77-92-00  
wmtufa@mail.ru; www.wmtufa.ru

**WeMaTec-Урал**  
(351) 239-92-46  
info@wmt-ural.ru; www.wmt-ural.ru

### Торговые партнеры

**Компания «ЗЕНОН Рекламные Поставки»**

**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС:**  
тел./факс (495) 788-11-33 (многокан.), 925-05-06  
www.zenonline.ru; e-mail: sales@zenonline.ru;  
www.sheets.ru; e-mail: sales@sheets.ru

**ВЛАДИВОСТОК:** (4232) 43-77-44, E-mail: vlad@zenonline.ru

**ВОЛГОГРАД:** (8442) 95-71-71, E-mail: vgrad@zenonline.ru

**ВОРОНЕЖ:** (4732) 460-222, E-mail: vm@zenonline.ru

**ЕКАТЕРИНБУРГ:** (343) 344-344-7, E-mail: eburg@zenonline.ru

**КАЗАНЬ:** (843) 2-789-789, E-mail: kazan@zenonline.ru

**КРАСНОДАР:** (861) 262-43-43, E-mail: kdar@zenonline.ru

**ЛИПЕЦК:** (4742) 232-232, E-mail: lip@zenonline.ru

**НИЖНИЙ НОВГОРОД:** (8312) 78-68-68, E-mail: nnov@zenonline.ru

**НОВОСИБИРСК:** (383) 240-08-28, E-mail: nsk@zenonline.ru

**ОМСК:** (3812) 577-622, E-mail: omsk@zenonline.ru

**ПЯТИГОРСК:** (8793) 975-975, E-mail: kmv@zenonline.ru

**РОСТОВ-НА-ДОНУ:** (863) 295-45-55, E-mail: rost@zenonline.ru

**САМАРА:** (846) 269-39-60/61/62, E-mail: sama@zenonline.ru

**САРАТОВ:** (8452) 477-111, E-mail: sar@zenonline.ru

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:** (812) 622-02-02, E-mail: spb@zenonline.ru

**УФА:** (347) 248-14-81, E-mail: ufa@zenonline.ru

**ХАБАРОВСК:** (4212) 76-80-90, E-mail: khab@zenonline.ru

**ЧЕБОКСАРЫ:** (8352) 57-11-11, E-mail: chbox@zenonline.ru

**ЧЕЛЯБИНСК:** (351) 774-56-59, E-mail: chel@zenonline.ru

 **PLEXIGLAS®**  
the original from Röhm

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

 **DESTEK**

# Прогрессивная светотехника от ТК «Нео-Неон»

*ТК «Нео-Неон», московское представительство одного из ведущих мировых производителей светотехники Neo-Neon International Ltd, с 1992 года поставляет на российский рынок широкий ассортимент различных светотехнических изделий для решения практически любых задач в области освещения. Как и всегда, в уходящем 2011 году компания готова предложить своим партнерам ряд интересных новинок.*

**Т**ак, например, в области декоративного и новогоднего освещения можно выделить световые деревья «Сакура» нового поколения. Мы расширили модельный ряд «светодиодных деревьев» «Сакура-RGB» (с возможностью автоматического изменения цвета свечения или с фиксацией нужного цвета с помощью пульта ДУ). С этого года в продаже модель высотой 4,5 м. Следует отметить, что цена на дерево вполне сопоставима с ценами на обычные одноцветные «Сакуры».

Другая популярная гирлянда — «Стринг-лайт» — теперь позволяет осуществлять не только коммутирование по длине, но и использование единого базового шнура для нескольких линий гирлянд. С помощью этой технологии стало возможным создание огромных (свыше 80 кв. м) световых полотен, по типу светового занавеса или «звездного неба».

Впервые в России мы предлагаем «светодиодные кусты», укомплектованные солнечными батареями. Этот сверхэкономичный вариант оформления позволяет расширить возможности использования изделий, например на дачах и усадьбах. Идя навстречу пожеланиям наших партнеров, мы значительно расширили ассортимент (и модельный ряд) акриловых объемных фигур, светодиодных гирлянд, сеток и занавесей «плей-лайт», а также светодиодных мини-прожекторов для подсветки деревьев. Помимо очень популярных и востребованных акриловых моделей, «Нео-Неон» предлагает и относительно недорогие объемные световые фигурки на тканевой основе.

Вдобавок в этом году мы представляем вниманию наших партнеров новую версию популярной системы освещения «Спайдер». В ней значительно улучшены технические характеристики, показатели надежности и светоотдачи. При этом цена изделия заметно ниже аналогов предыдущих лет.

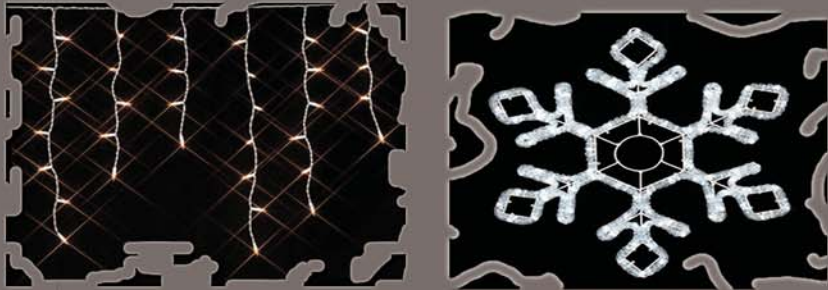
На этом ассортимент новогодних новинок не заканчивается. Компания предлагает целый ряд новых мотивов, гирлянд, композиций для установки на фонарных столбах и других изделий (например, мини-гирлянды, работающие на батарейках).

Кроме декоративного и новогоднего освещения, «Нео-Неон» активно продвигает на рынке и изделия для повседневного использования, а также светильники общего назначения. В этом ряду также есть изделия, которые, несомненно, будут интересны для потребителей.

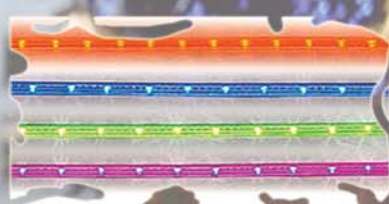
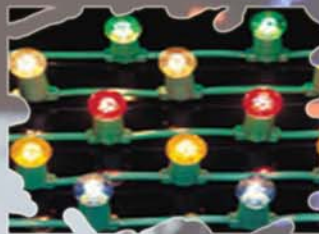
Ассортимент крайне популярных сейчас светодиодных лент (а «Нео-Неон» предлагает широчайший ассортимент этих изделий) дополнен абсолютно новым видом ленты, который может буквально совершить революцию в своей области. Это диодные ленты, рассчитанные на напряжение 220 В. Теперь, при использовании этой ленты, больше не нужны трансформаторы, не нужно думать и о максимальной длине подключаемого куска ленты. Можно просто включить отрезок нужной длины (до 100 м) на одно подключение напрямую в розетку сети 220 В. В каждом метре ленты смонтировано 60 SMD-светодиодов. Это действительно оптимальное решение для подсветки потолков, оформления зданий, архитектурной подсветки и других работ по освещению интерьеров и фасадов. Лента также обеспечивает абсолютную простоту при установке и подключении.

Большой выбор новинок представлен и среди светильников общего назначения: светодиодные лампы, настольные лампы, светильники ЖКХ. Лампы E27, предлагаемые компанией, служат полноценной заменой традиционных ламп накаливания мощностью 40, 60 и 75 Вт. Новые технологии (в том числе и керамические радиаторы светодиодных ламп) позволили сделать оптимальный выбор в соотношении «цена — качество».

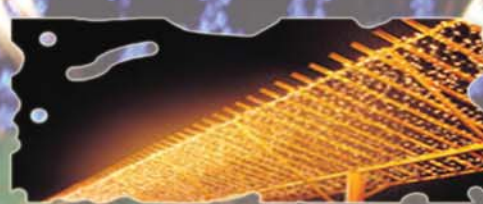
**ДИОДНЫЕ  
НОВИНКИ  
2011**



# **СВЕТОДИОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЕКОРАТИВНАЯ СВЕТОТЕХНИКА**



**ТК Нео-Неон**  
(495) 665-48-48  
(495) 989-71-91  
[www.supersvet.ru](http://www.supersvet.ru)  
[www.ledneo.ru](http://www.ledneo.ru)



# СТАНКИ

модели для любого бюджета и различных областей применения

# ПРИНТЕРЫ

интерьерные и широкоформатные

# ЛАЗЕРЫ

гравировка и резка широкого спектра материалов



# ПЛОТЕРЫ

*АЛЬТИМА*  
группа компаний

# ДИОДНЫЕ МОДУЛИ КЛАСТЕРЫ ТРУБЫ ЭКРАНЫ

ПОДСВЕТКА ПРИ ПОМОЩИ  
РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ  
КОНТРОЛЛЕРЫ

**ВСЕ НЕОБХОДИМЫЕ  
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ**

## наружная и интерьерная реклама

Комплексное оформление фасадов  
Крышные рекламные установки  
Светодиодные видеозкраны  
и цифровые дисплейные системы  
Отдельно стоящие конструкции  
Праздничное оформление города  
Изготовление и монтаж фасадных  
и интерьерных вывесок, табличек,  
в том числе из нержавеющей стали

Реализация региональных программ  
Производство POS- материалов и  
интерьерной мебели  
Сложные монтажные работы  
Производство неоновых труб  
Термовакуумная формовка  
Гравировально-фрезерные работы,  
лазерная резка листовых материалов

[www.altima-sign.ru](http://www.altima-sign.ru)  
e-mail: [altima@aha.ru](mailto:altima@aha.ru)

127550, Москва, ул. Прянишникова, д. 19 А, стр. 4  
Тел./факс: (495) 727-18-94 (многоканальный)

**FOR DA**  
for design & advertising

**ORACAL**

официальный представитель в России  
**ORACAL-TRADING**

# ДИНАМИКА. ПОТЕНЦИАЛ. ТЕХНОЛОГИИ.

## Наши сильные стороны.

- Стабильный широкий ассортимент.
- Конкурентоспособные цены.
- Современны оборудованные склады.
- Сервисный центр и дополнительный спектр услуг.



ForDA, Санкт-Петербург,  
Москва, Ростов-на Дону, Екатеринбург,  
Омск, Новосибирск  
e-mail: [info@forda.ru](mailto:info@forda.ru), [www.forda.ru](http://www.forda.ru)

ORACAL-TRADING, Санкт-Петербург,  
Москва, Ростов-на Дону, Пермь, Самара  
e-mail: [info@oracal-trading.ru](mailto:info@oracal-trading.ru),  
[www.oracal-trading.ru](http://www.oracal-trading.ru)

# Планшетный УФ-принтер FLORA PP2512UV-K



ГРУППА  
КОМПАНИЙ

**КОНТИНЕНТ**



## ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИНТЕРА FLORA PP2512UV-K:

- Печатающие головки Konica Minolta 512M (14pl). Количество печатающих головок – 16шт.
- Разрешение печати до 1440 dpi.
- Максимальная толщина запечатываемого материала до 10 см.
- Размер печатного поля 2,5 x 1,2м.
- Цветовая модель CMYK+LcLm+W+V
- Высокоточная печать на любом материале.
- Печать на листовых материалах для внутреннего и наружного применения.
- Возможность регулировки мощности УФ ламп позволяет предотвратить деформацию материала при печати.
- Вся система подачи краски и печатающие головки надежно защищены от внешнего светового воздействия и преждевременного отверждения чернил в системе, что максимально увеличивает интервалы между чистками головок.
- Использование белого цвета позволяет получать изображения интерьерного качества на цветных и прозрачных материалах.

Москва, Перовское шоссе, д. 2, тел./факс: (495) 545-41-32  
e-mail: [info@kontinent-m.ru](mailto:info@kontinent-m.ru), [www.kontinent-m.ru](http://www.kontinent-m.ru)





**INKWIN**<sup>®</sup>

# Профессионалы в производстве чернил и печатного оборудования

ИНТЕРЬЕРНАЯ ПЕЧАТЬ

Экосольвентный плоттер  
SJ-1608 Ширина 1,6м.



Экосольвентный плоттер  
SJ-1816 Ширина 1,8м.



Сублимационный плоттер  
TX-1816 Ширина 1,8м.



Сольвентный плоттер  
PQ-3206 Ширина 3,2м.



ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ



- Превосходная адгезия
- Яркие сочные краски
- Широкая цветовая гамма
- Стабильность параметров
- Экономичный расход

Сольвентные чернила для  
Haar, Spectra, Konica, Seiko

Эко-сольвентные чернила  
для Epson, Konica, Seiko

Сублимационные чернила  
на водной основе для  
печатных головок EPSON



## Профессиональный подбор материалов для широкоформатной печати

Баннерные ПВХ ткани  
ПВХ пленка для печати и ламинации  
Специальные ткани:

- Холсты
- Фото бумага, пленка PET, световозвращающая пленка
- Ткани для сублимационной печати

**rd communications**  
реклама. дизайн. коммуникации

**ПРОЕКТЫ**

[Журнал НАРУЖКА для заказчиков рекламы](#) · 
 [НАРУЖКА. Издание для профессионалов](#) · 
 [журнал Сувениры](#) · 
 [Каталог вывесок](#) · 
 [Display Board](#) · 
 [Специальные публикации](#)  
[SignBusiness - технологии производства наружной рекламы](#)

## Электронные архивы журналов в свободном доступе

**Журнал «Наружка» (для заказчиков рекламы)**

[в журнале НАРУЖКА](#) · 
 [Целевая аудитория НАРУЖКА](#) · 
 [Услуги](#) · 
 [Реклама в РС в журнале НАРУЖКА](#) · 
 [Технические требования к материалам](#)  
[Связь с издательством НАРУЖКА](#) · 
 [Бесплатная подписка](#) · 
 [Электронный архив](#)

### Электронный архив

Уважаемый читатель! Электронные версии наших изданий находятся в свободном доступе. Они удобны для просмотра, имеют прямые ссылки на сайты рекламодателей и на другие информационные ресурсы, указанные в текстах.

Если вы хотели в числе первых получить уведомления о выходе свежих номеров изданий о рекламе или подписаться на печатную версию журнала, пожалуйста, заполните соответствующую форму [на странице бесплатной подписки](#).

**Номер: 118**  
Дата выхода: октябрь 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: обзор новостей нового сезона оформления, конференция «Транзитная реклама», реклама Парижа, наружная реклама, арт-объект проект RalcoLine "Брен-Фронт", Peugeot, "Триколор", Эдиза, «Павильон», Вива! CEO, «Клеон-Клеат»...

[Открыть](#)

**Номер: 117**  
Дата выхода: октябрь 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: [новые проекты по наружной рекламе](#), издание "Техника 2010", Канские Лыжи 2010, наружная реклама Новосибирска, реклама внутри транспорта, "АЭСМЭ-1", "Ридус", "Стиль рекламы", оформление витрин...

[Открыть](#)

**Номер: 116**  
Дата выхода: август 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: техническая безопасность наружной рекламы, [Бизнес Лыжи 2010](#), наружная реклама Рязань, размещение рекламы в Якутске, автозаказные журналы, оформление торгового зала «МВидеон», "Стиль рекламы", реклама в местах продаж...

[Открыть](#)

**Номер: 115**  
Дата выхода: июль 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: [наружная реклама в Московской области](#), озеро ММР 2010, АРТ-ит, перекрестки Рязань, Москва-река, реклама на транспорте, "Триколор", «Стиль Реклама», критерии для лучшей вывески, печать на металле...

[Открыть](#)

**Номер: 114**  
Дата выхода: июнь 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: Всемирный рекламный конкурс, наружная реклама Пермь, социальная реклама, [Сибирский](#), "Триколор", реклама на транспорте,

[Открыть](#)

**Номер: 113**  
Дата выхода: май 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: Российский БИКСМ 2010, Display и реклама 2010, ОИА-Рыбаки Анадырь 2010, наружная реклама Пермь, размещение на флагах,

[Открыть](#)

**Номер: 112**  
Дата выхода: апрель 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: реклама пива, наружная реклама Санкт-Петербурга, оформление автостоянки «Пиксори», «Истрия», «Чиста Лайт», наружная на

[Открыть](#)

**Номер: 111**  
Дата выхода: март 2010  
журнал о наружной рекламе

Читайте в номере: [www.ridcom.ru/2010/03/05/](#) дигитайские постеры, наружная реклама Челябинска, Signcube, оформление «Стена Ибис»,

[Открыть](#)

## Бесплатная подписка с сайта в том числе на электронную версию

**Журнал «Наружка» (для заказчиков рекламы)**

[в журнале НАРУЖКА](#) · 
 [Целевая аудитория НАРУЖКА](#) · 
 [Услуги](#) · 
 [Реклама в РС в журнале НАРУЖКА](#) · 
 [Технические требования к материалам](#)  
[Связь с издательством НАРУЖКА](#) · 
 [Бесплатная подписка](#) · 
 [Электронный архив](#)

### Бесплатная подписка

**Бесплатная подписка на печатную версию журнала НАРУЖКА**

Уважаемый читатель! Вы можете оформить бесплатную подписку на печатную версию журнала о наружной и интерьерной рекламе «НАРУЖКА», заполнив соответствующую форму. Убедительно просим заполнить максимальное количество полей. Данная информация поможет нам сделать журнал еще интереснее и полезнее для вас!

**Внимание!** Тираж печатной версии издания ограничен. Тем не менее, для того, чтобы журнал "Наружка" получали все подписчики, мы предоставляем электронную версию издания. Для ее гарантированного получения необходимо подкрепить соответствующую подписку.

### Заказать

**Внимание!** Поля, выделенные жирным, обязательны для заполнения.

Компания

Сфера деятельности

Телефон

E-mail

Почтовый индекс

Город

Адрес

Фамилия

Имя

Отчество

Должность

Доп. информация

производство рекламных конструкций

готовые решения для рекламы и информации

размещение наружной рекламы

широкоформатная печать

в подписка ради любопытства

**RVG83**

Заходите почаще :)

- ▶ PLEXIGLAS® во всех его формах
- ▶ оргстекло
- ▶ поликарбонат
- ▶ ПВХ
- ▶ ПЭТ
- ▶ полистирол
- ▶ самоклеящиеся пленки
- ▶ клей и средства ухода за пластиком

[www.orgsteklo-shop.ru](http://www.orgsteklo-shop.ru) -  
первый интернет-магазин оргстекла в России  
[www.orgsteklo.com](http://www.orgsteklo.com)



**ОРГСТЕКЛО**

**Москва**

**ЗАО «Оргстекло»**

140054, г. Котельники, Московская обл.,  
Новорязанское шоссе, 9

Тел./факс: +7 (495) 916-85-98, 725-08-67, 725-33-38

E-mail: [info@orgsteklo.ru](mailto:info@orgsteklo.ru)

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

**Санкт-Петербург**

**ЗАО «Оргстекло»**

195112, г. Санкт-Петербург, Новочеркасский пр-т, д.1  
Тел.: +7 (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36

Факс: +7 (812) 528-47-04

E-mail: [piter@orgsteklo.ru](mailto:piter@orgsteklo.ru)

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

**Киев**

**ООО «Оргстекло»**

04073, г. Киев,  
ул. Сырецкая, 25а, 3-й этаж

Тел./факс: +38 044 495-3207, 495-3208

E-mail: [info@orgsteklo.in.ua](mailto:info@orgsteklo.in.ua)

[www.orgsteklo.in.ua](http://www.orgsteklo.in.ua)

**Минск**

**ИП «Оргстекло»**

220073, г. Минск, ул. Харьковская, 3а, ком. 2

Тел./факс: +375 17 208-85-77, 251-44-88, 208-85-88

E-mail: [info@orgsteklo.by](mailto:info@orgsteklo.by)

[www.orgsteklo.by](http://www.orgsteklo.by)



| 08

систематизированный  
список  
участников  
каталога

## ФИРМЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ ИЗГОТОВЛЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ	СТРАНИЦА
AIRSYSTEM	Екатеринбург Челябинск	(343) 222-1779 361-1170	www.airsystem-rus.ru	Комплексное оформление фасадов, вывески, оформление витрин и другие виды наружной рекламы с применением динамической системы Airsystem.	58, 88
ARDIS	Москва	(495) 673-70-77, 673-70-99	www.ardisreklama.ru	Все виды наружной и интерьерной рекламы. Крышные установки, световые короба, объемные буквы, баннеры, светодиодная подсветка, неоновая подсветка, короба из композитного материала, облицовка фасада, вакуумная формовка, аппликация витрин и автотранспорта.	56
BRANDCAR	Москва	(499) 235-2568	www.brand-car.ru	Брендинг автомобилей	12, 13
NEON-ART	Казань	(843) 292-6211; (843) 292-5911	www.neonart.ru	Полный спектр услуг по наружной рекламе: от вывески до комплексного оформления и архитектурного освещения фасада. Большой опыт работы по оформлению АЗС - Роснефть, ТНК-ВР и Татнефть. Производственный комплекс компании имеет самое современное оборудование: фрезерно-гравировальные станки, гидроабразивная резка, плазменная резка, гибочное оборудование и вакуумное формование.	1-я обл., 32, 33, 51
ReSeM	Москва	(495) 727-3500	www.resem.ru	Вывески наружные и интерьерные, комплексное оформление торговых площадей (наружная реклама, оформление фасадов, витрины, навигация), крышные конструкции, световые объемные буквы с различными видами подсветки (светодиоды, неон), нестандартные конструкции, светодинамические установки, стелы и входные группы. Дизайн, проектирование, производство, монтаж, регистрация наружной рекламы.	52, 53, 72, 73
АКВЕДУК РЕКЛАМА	Москва	(495) 788-6774	www.akveduk.ru	Вывески, производство неона, крышные установки, световые короба, кронштейны, онинги, брендмауэры, объемные буквы, объемные пластиковые изделия, офисные таблички, наружная реклама на АЗС.	46, 47, 48, 71, 76, 77
Альтима	Москва	(495) 727-1894	www.altima-sign.ru	Вывески, световые короба, брендмауэры, объемные буквы, неон, крышные установки, нестандартные конструкции. Оформление витрин. Комплексное оформление.	70, 74, 75
Апрель, РГ	Новороссийск	(8617) 615-135, (9887) 696-911	www.rg-aprel.ru	Комплексное оформление торговых площадей, фасадов, крышные установки, вывески, пилоны, интерьерные вывески, навигация, светодинамика, световые короба из алюминиевого профиля с лицевой частью из translucentного баннера, объемные буквы, изготовление фризов из композитного алюминия, а также монтаж готовых конструкций по всему Югу России.	43
Веста Лайт	Москва	(495) 737-6981	www.vestalight.ru	Вывески, световые короба, крышные установки, входные группы, витрины, неон, фрезеровка. светодиодные (LED) экраны.	42
ИКСТРИМ	Москва	(495) 797-8070	www.xstream.ru	Комплексное оформление фасадов и помещений; крышные установки; световые короба; световые объемные буквы, неон; пилоны и стелы; интерьерные рекламные конструкции.	40, 41

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ	СТРАНИЦА
Кодимир	Москва	662-9464	www.kodimir.ru	Реклама из стекла, дизайн, вывески, козырьки, архитектурная подсветка, облицовка фасадов. Флажные конструкции.	89,
ЛазерСтиль	Москва	(495) 734-9156	www.laserstyle.ru	Вывески фасадные, интерьерные. Оформление фасадов. Крышные установки. Световые короба, лайтбоксы. Световые металлические буквы. Отдельно стоящие конструкции. Панель-кронштейны. Таблички. Навигационные системы.	44
ЛаТек	Москва	(495) 983-0519	www.latec.ru	Комплексное рекламное оформление фасадов, офисов, торговых площадей. Разработка технического Кат-Гайда согласно требованиям корпоративных стандартов. Крышные установки. Отдельно стоящие конструкции: стелы, пилоны, указатели, объемно-пространственные конструкции. Световые и несветовые вывески, панель-кронштейны, световые объемные буквы, таблички, информационные стойки, навигационные системы. Буквы, гербы, эмблемы из нержавеющей стали.. Термовакuumная формовка. Проектирование, монтаж, обслуживание конструкций.	36, 37, 38, 39, 68, 69
Навигатор-стиль, РПК	Москва	(495) 638-5221, 926-7828	www.nv-style.ru	Крышные установки, вывески, световые объемные буквы, световые короба, панель-кронштейны, козырьки, отдельно стоящие конструкции, баннеры, штендеры, таблички, комплексное оформление фасадов, нестандартные рекламные конструкции. Дизайн, проектирование, изготовление, установка и регистрация рекламных конструкций.	60, 67
НОРЕТЕК, группа компаний	Москва	(495) 675-2493, 675-4746	www.noretex.ru	Изготовление крышных установок, фасадных вывесок любой сложности, световых коробов, объемных букв с подсветкой неон или светодиоды, любых металлоконструкций, штендеров.	35, 62, 63
Ориентир-М	Красноярск	(391) 252-5808 / (908) 223-6573	www.orientir-m.ru	Комплексное оформление фасадов	10, 34, 49
ПОНЕДЕЛЬНИК	Москва	(495) 258-9191	www.ponedelnic.ru	Производство различных видов наружной рекламы. Проектирование освещения интерьеров, фасадов зданий, улиц, площадей, памятников и других архитектурных объектов с использованием технологии трехмерной графики и моделирования.	45, 64, 65
Принт-Экспресс	Камышин	(84457) 9-3266	www.print34.ru	Комплексное оформление фасада	59
Реклама Центр	Набережные Челны	(8552) 35-4400		Вывески любой сложности, комплексное оформление фасада, стелы, пилоны.	50, 66
РЭП МОСГОРРЕКЛАМА	Москва	(495) 772-34-21	www.mosgorreklama.com	Изготовление, ремонт и обслуживание наружной рекламы любой сложности.	57
Стиль Рекламы	Москва	(495) 666-0102	www.advstyle.com	Баннеры, перетяжки, дорожные щиты, крышные установки, световые короба, стелы, указатели, вывески и другие виды конструкций. Разработка, дизайн, производство и монтаж. Регистрация наружной рекламы.	61
ФАВОР-ГАРАНТ	Санкт-Петербург	(812) 333-18-33	www.favor-garant.ru	Все виды рекламоносителей и уличной мебели.	80, 81
Энтузиаст-Реклама	Москва	(495) 231-2122	www.entuziast-reclama.ru	Все виды наружной рекламы, неон, фрезеровка, термогиб пластика.	54, 55

## ФИРМЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ	СТРАНИЦА
ReSeM	Москва	(495) 727-3500	www.resem.ru	Нестандартное торговое оборудование для любого типа магазинов, ресепшн-стойки и расчетно-кассовые узлы, навигация внутри магазинов и ТЦ, мобильные световые пилоны из композитного материала, информационные и торговые стойки, презентационные конструкции, «островное» оборудование, комплексное оформление мест продаж и интерьеров. P.O.S.-материалы. Дизайн, проектирование, производство, монтаж.	52, 53, 72, 73
АКВЕДУК РЕКЛАМА	Москва	(495) 788-6774	www.akveduk.ru	Информационные стенды, объемные конструкции, вакуумная формовка, материалы для промоушен, тиражные P.O.S.-материалы и другое.	46, 47, 48, 71, 76, 77
Апрель, Рекламная группа	Новороссийск	(8617) 615-135, (9887) 696-911	www.rg-aprel.ru	Лайт-боксы, оформление витрин, интерьерные вывески, печать на обоях, барные стойки, стойки ресепшен, нестандартное торговое оборудование, P.O.S.-материалы.	43
ИКСТРИМ	Москва	(495) 797-8070	www.xstream.ru	Нестандартное торговое оборудование, P.O.S.-материалы.	40, 41
ЛазерСтиль	Москва	(495) 734-9156	www.laserstyle.ru	Стойки, дисплеи, диспенсеры, презентеры, оформление полок, лайтбоксы, акрилайты, изделия из картона, полиграфия, корнеры, шкафы, гондолы.	44
Реклама Центр	Набережные Челны	(8552) 35-4400		Информационные стенды, информационные стойки, комбинированные стенды, мобильные системы для размещения плакатов и баннеров, световые дисплеи и акрилайты, презентационные стеллажи, флаги, изделия из оргстекла (карманы для печатной продукции, визитницы, подставки под меню, ценникодержатели, лототроны).	50, 66
Стиль Рекламы	Москва	(495) 666-0102	www.advstyle.com	Комплексное оформление бренда, навигационные указатели, постеры, мобайлы, P.O.S.M., витринное оформление, стенды, имиджевые материалы.	61
Энтузиаст-Реклама	Москва	(495) 231-2122	www.entuziast-reclama.ru	Термогиб пластика: подставки, P.O.S.	54, 55

## ФИРМЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ РАЗМЕЩЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ	СТРАНИЦА
3stars	Москва	(495) 234-3000	www.3stars.ru	Наружная реклама на светодиодных экранах. 22 конструкции в собственной сети.	24, 25
NEON-ART	Казань	(843) 292-6211; (843) 292-5911	www.neonart.ru	Более 200 билбордов 3х6 в Казани и нестандартные конструкции и арки 4х8, 5х15 и 3х24.	1-я обл., 32, 33, 51
Армада Аутдор	Челябинск	(351) 2-317-317, 2-615-025, 2-615-026	www.armada74.ru	Билборды 6 х 3 м. Призматроны 6 х 3 м. Сити-формат 1,2 х 1,8 м. Брандмауерные панно. Суперсайты 15 х 5 м. Крышные панели.	20, 21, 22, 23
Московская Городская Реклама	Москва	(495) 921-2829	www.mosgorreklama.ru	Транспаранты-перетяжки, информационные афишные стенды, флаги, нестандартные конструкции, брендированные ели.	16, 17, 18, 19, 84, 85
Нью-Тон, РА	Москва	(495) 231-1010	www.new-tone.ru	Транзитная реклама: метро, наземный транспорт, коммерческий транспорт. Все виды наружной рекламы. География работы - более 200 городов России.	11
Ориентир-М	Красноярск	(391) 269-5402	www.orientir-m.ru	Реклама на транспорте	10, 34,49
Реклама Центр	Набережные Челны	(8552) 35-4400		Полноцветный светодиодный экран в Набережных Челнах, сеть рекламных конструкций в городах республики Татарстан: щиты 6 х 3 м, брандмауэры, растяжки над дорогой, призматроны.	50, 66
Рекламное агентство OMI	Москва	(495) 935-7150	www.o-m-i.ru	Услуги: indoor и стратегическое медиа-планирование, PR, пресса, интернет, радио, ТВ, BTL, креатив, дизайн, проводит комплексные рекламные кампании в России и за рубежом	86, 87
Стиль Рекламы	Москва	(495) 666-0102	www.advstyle.com	Оконные постеры, сенсорматики, стикеры, стенды, пластиковые карманы, фокалы, подвесные конструкции, лайтбоксы, монетницы, чековая лента, пакеты и др. Использование нетрадиционных рекламных носителей.	61
ФАВОР-ГАРАНТ	Санкт-Петербург	(812) 333-1833	www.favor-garant.ru	Все виды рекламоносителей и уличной мебели.	80, 81



## ФИРМЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ ШИРОКОФОРМАТНУЮ ПЕЧАТЬ

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ТИП ПЕЧАТИ	СТРАНИЦА
NEON-ART	Казань	(843) 292-6211; (843) 292-5911	www.neonart.ru	Широкоформатная печать для интерьерной и наружной рекламы.	1-я обл., 32, 33, 51
Апрель, РГ	Новороссийск	(8617) 615-135, (9887) 696-911	www.rg-aprel.ru	Широкоформатная и интерьерная печать с разрешением до 1440 dpi на баннере, пленках, сетке, бумаге, ткани. В том числе печать эко-сольвентными чернилами на обоях.	43
АРДИС ПРИНТ	Москва	(495) 649-6077	www.ardisprint.ru	Широкоформатная печать для наружной и интерьерной рекламы. Разрешение 360-1440 dpi. Печать на холсте и тканях.	28, 29
ЛазерСтиль	Москва	(495) 734-9156	www.laserstyle.ru	Широкоформатная печать. Печать на ткани, пленке. Интерьерная печать. Сублимационная печать.	44
НОРЕТЕК, группа компаний	Москва	(495) 675-2493, 675-4746	www.noretex.ru	Широкоформатная печать с разрешением до 1440 dpi, интерьерная печать с разрешением от 720 dpi на принтерах EPSON и MIMAKI.	35, 62, 63
Нью-Тон, РА	Москва	(495) 231-1010	www.new-tone.ru	Транзитная реклама: метро, наземный транспорт, коммерческий транспорт. Все виды наружной рекламы. География работы - более 200 городов России.	11
Ориентир-М	Красноярск	(391) 236-1011 / (391) 236-4705	www.orientir-m.ru	Печать сольвентными чернилами, печать УФ-отверждаемыми чернилами.	10, 34, 49
Реклама Центр	Набережные Челны	(8552) 35-4400		Печать на баннерной ткани, самоклеящейся пленке, строительной сетке, полноцветная печать на твердых поверхностях (пластик, оргстекло, сотовый поликарбонат), на флаговой ткани. Печатное оборудование: DGI Spacejet 3250, Mimaki JV-2, Vutek PressVu.	50, 66
Стиль Рекламы	Москва	(495) 666-0102	www.advstyle.com	Постеры, баннеры, плакаты, самоклеящиеся стикеры и др. Рекламная продукция любых видов.	61

## ФИРМЫ, ПРЕДЛАГАЮЩИЕ МАТЕРИАЛЫ И ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМЫ

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ	СТРАНИЦА
ARDIS ТД	Москва	(495) 926-2699	www.ardistorg.ru	Продажа листовых пластиков и материалов для рекламы: ПВХ, поликарбонат, полистирол, ПЭТ (Г), оргстекло, композитный материал.	56
НЕОТЕС	Москва	(495) 363-4503	www.neotec.ru	Листовые материалы: пластик, акриловое стекло, алюминий, пенокартон, пеноалюминий; осветительное оборудование: галогенные прожектора и лампы, люминесцентные лампы и арматура к ним; расходные материалы для неона: трубки, электроды, трансформаторы, высоковольтный провод, колпачки, стаканы; крепеж: дюбели, анкера, саморезы, заклепки. Дюралайт, белтлайт и др. Гравировально-фрезерные станки АXYZ, неоновые мини-заводы.	126, 127
Альтима	Москва	(495) 727-1894	www.altima-sign.ru	Неоновые заводы, фрезерно-гравировальные станки. Формовочное оборудование. Лазерные граверы. Материалы для изготовления диодной подсветки, диодные экраны. Системы управления и блоки питания.	132

ФИРМА	ГОРОД	Т/ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ	СТРАНИЦА
ГК Континент	Москва	(495) 638-5600, 638-5600	www.kontinent-m.ru	Широкоформатные сольвентные принтеры, планшетные и гибридные УФ принтеры, лазерные и фрезерные гравёры, режущие плоттеры и ламинаторы, запчасти, сервисное обслуживание. Светодиодные источники света для производства рекламы. Модули, линейки, ленты различной конфигурации и типом светодиодов. Контроллеры и блоки питания. Широкий спектр материалов для производства наружной рекламы: баннерная ткань, сетка, плёнка, текстиль, ПВХ-пластик, ПЭТ, пенокартон, клей, люверсы.	134
Дестек	Москва	(495) 517-9332	www.destek.ru	Производство и реализация органического (акрилового) стекла PLEXIGLAS	128, 129
ИНКВИН	Москва	(495) 726-7535	www.inkwin.net	Чернила для широкоформатной печати. Оборудование для широкоформатной печати	135
КОМПАНИЯ ЛЕНТА	Москва	(495) 543-93-43 543-93-42	www.lenta-snail.com	Премиум-материалы для всех видов наружной рекламы, гибкие основы (баннеры). клеевые системы. Расходные материалы для работы с пленками, химия и инструменты.	107
ЛРТ	Москва	787-0544, 730-5118	www.lrt.ru	Режущие плоттеры и ножи к ним, лазерно-гравировальные машины, фрезеровальное оборудование, фрезы, сольвентные струйные плоттеры.	118, 4-я обл.,
Нео-Неон	Москва	(495) 665-4848	www.supersvet.ru www.ledneo.ru	Декоративное освещение: дюралайт, световые анавеси, стробы, сетки, гирлянды, садовые светильники, световая продукция и д.р.	130, 131
ОктоПринт Сервис	Москва	(495) 789-8083	www.oktoprint.ru www.zuend.ru	Цифровые планшетные режущие плоттеры Zund.	122, 123
ОРГСТЕКЛО	Москва	725-0867, 725-3338, 916-8598, 972-9521	www.orgsteklo.com	Листовые пластики: оргстекло, поликарбонат, полистирол, ПВХ, ПЭТ, трубы и стержни из оргстекла, средства по уходу за пластиком, самоклеящаяся пленка, клей для пластиков.	137
ПОНЕДЕЛЬНИК	Москва	(495) 258-9191	www.ponedelnic.ru	Торговля светотехнической продукцией и материалами для производства рекламы. Поставка оборудования, изготовление рекламных конструкций и работы по установке светотехнического и электротехнического оборудования, пуско-наладке, а также по гарантийному и послегарантийному обслуживанию установленных систем освещения.	45, 64, 65
Реклама Центр	Набережные Челны	(8552) 35-4400		Неон, комплектующие; светодиоды, комплектующие; листовый материал (ПВХ, оргстекло, поликарбонат, композит); самоклеящаяся пленка.	50, 66
Техно-Графика	Москва	(495) 225-5043	www.t-g.ru	Трёхмерные гравировально-фрезерные системы, режущие плоттеры, широкоформатные сольвентные принтеры, термопрессы, расходные материалы. Сервис. Обучение. Пластик для лазерной и механической гравировки, баннерные пленки сетки ткани, чернила для сольвентных принтеров ХААР(360+ ;128; 200), фрезы, цанги, граверы.	124, 125
ФорДА	Санкт-Петербург	(812) 380-8555, 380-8554	www.forda.ru	Самоклеящаяся пленка, ПВХ-плиты, полистирол, пенокартон, полиэстер, акриловое стекло, композитные панели, СПК; пластиковые и алюминиевые профильные системы; флаштоки. Люминесцентные лампы и комплектующие, прожектора, светодиодные системы, декоративная светотехника Neo-Neon. Широкоформатные принтеры и режущие плоттеры, широкоформатные универсальные UV-плоттеры, 3D-оборудование, оборудование для термопереноса.	133





PROGRESSIVE  
PROFITABLE  
PRINTING



**С новыми латексными принтерами HP Ваш результат всегда положительный!**



**ОНИ РАСШИРЯТ СПЕКТР  
УСЛУГ ВАШЕГО БИЗНЕСА**

**ОНИ БЫСТРЫЕ И  
ЭКОНОМИЧНЫЕ**

**... И ЭКОЛОГИЧНЫЕ**

HP Designjet L25500



HP Scitex LX600



Новые принтеры HP Scitex LX850 и LX820



LRT

125438, г.Москва

Лихоборская набережная, 6

тел: +7 (495) 730-51-18, 787-05-44

факс: +7 (495) 456-47-78

mail: info@lrt.ru

www.lrt.ru

www.hplatex.ru

LRT-Neva

194044, г.Санкт-Петербург

ул. Александра Матросова, 10

тел.: +7 (812) 718-32-58

факс: +7 (812) 718-32-58

mail: neva@lrt.ru

www.lrt-neva.ru

**С понедельника по пятницу с 10.00-18.00 в Москве для Вас открыт Демо-Центр HP и LRT, где можно наглядно ознакомиться с технологиями HP Latex, провести тестовую печать и задать вопросы нашим менеджерам и техническим специалистам. Предварительная запись на посещение Демо-центра по телефону 8 916 814-17-46.**