

НАРЫН

#130

11/2011

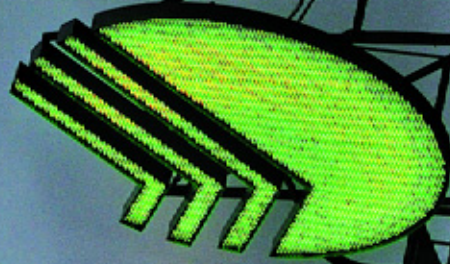


ИЗДАНИЕ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ РЕКЛАМЫ
события • размещение • производство • печать



Крышная установка Сбербанк России в г. Одинцово,
изготовитель — РПК «ЛаТек»

СБЕРБАНК





АЛТИМА
группа компаний

наружная и интерьерная реклама

- комплексное оформление фасада
- крышные установки
- светодиодные видеозкраны
- наружная и интерьерная реклама
- объемные буквы, знаки из нержавеющей стали
- отдельно стоящие конструкции
- праздничное декоративное оформление
- архитектурная подсветка
- термовакуумная формовка
- P.O.S. материалы
- изготовление неоновых трубок
- профессиональный монтаж любой сложности
- разработка дизайн-проекта
- проектирование и изготовление выставочных стендов
- регистрация объектов рекламы
- обслуживание рекламных конструкций

оборудование и материалы продажа

- фрезерно-гравировальные станки, фрезы
- широкоформатные принтеры
- полноцветные экраны: от конструкции и поставки до обслуживания
- диодные системы отображения информации и динамической подсветки
- неоновые заводы
- комплектующие и расходные материалы для изготовления неона



МЕГАФОН



АЛТДИЗАЙН
студия

**МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ
СОЗДАТЬ**

**ОРИГИНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН
НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ**

www.altdesign-studio.ru



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

www.altima-sign.ru
e-mail: altima@aha.ru

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Издатель: ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз» **Главный редактор** Олег Вахитов

Заместитель главного редактора Екатерина Бобкова

Отдел рекламы Ксения Деева, Светлана Голинкевич **Распространение** Михаил Максutow, Дарья Маркина: info@RiDcom.ru


Верстка Елена Пряхина **Фирменный стиль** Ё-программа

Адрес редакции 109316, Москва, Остاپовский проезд 3, стр. 24, блок 9, офис 301 **Телефон/факс** (495) 234-7494

Тираж 3.000 экз. **Печать** Типография Univest Print, г. Киев, +38 044 484 41 67 **Распространяется бесплатно**

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия как рекламное издание. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-31289 от 05 марта 2008 г.

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна. Ответственность за публикуемые материалы несут рекламодатели.

Пиктограмма  означает рекламный материал

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ:

4K 28 /
ARDIS 37 /
ARDIS PRINT 32 /
FORM FACTOR 30 /
RAYGLER 31 /
ReSeM 9 /
Альтима 2-я обл. /
ВИТА 21 /
ГК Призматрон 4-я обл. /
ИКСТРИМ 35 /
Кодимир 34 /
ЛазерСтиль 5 /
ЛаТек 1-я обл. /
ЛЕНТА 7 /
M2 26 /
МЕДИА-ВИЖН 37 /
Нео-Неон 29 /
НЕОНГЭЛЭРИ 33 /
Нью-Тон 8 /
РЕДИУС 24, 25 /
Русьимпльс Проект 27 /
ФАВОР-ГАРАНТ 23, 32



Уважаемые друзья!

Золотая пора в разгаре. Надеюсь, у всех вас куча работы, но вы выберете время для прочтения этого номера. Сентябрь — октябрь оказались очень насыщенными событиями: одновременно и в России, и за рубежом проводились фестивали, конкурсы, выставки — сложно было что-нибудь не упустить не только вам, но и мне — пришлось сконцентрироваться на главном. В этом номере мы чествуем призеров Седьмого международного конкурса — после двухлетнего перерыва нам было важно «встряхнуть» отрасль, выявить лучшие работы, и сейчас с облегчением могу сказать, что, по-моему, нам это удалось. Интересных работ по-прежнему много, есть и такие, что поражают воображение. Их создатели — настоящие мастера своего дела. А это в наше время — большая редкость.

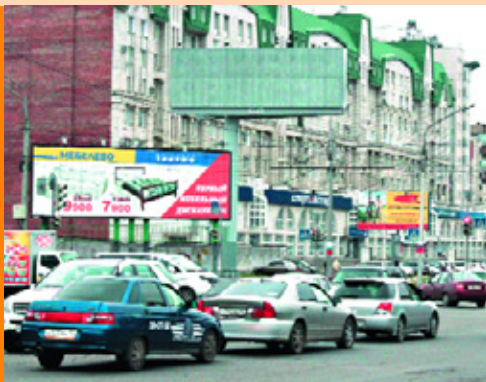
Немаловажными для отрасли являются и специализированные выставки. Уверена, многим удалось посетить выставку «Реклама», которая проходила в конце сентября в ЦВК «Экспоцентр». Если нет, то тогда вам точно будет полезен обзор о новинках и тенденциях в рекламе, представленный в этом же номере. Здесь вы почерпнете много интересного.

Екатерина Бобкова, редактор

www.ridcom.ru

Электронная версия журнала
Подписка на журнал
Цены на рекламу
График выхода номеров





6 В 2012 году динамика роста российского рынка немного снизится — до 18%.



10 Бортовой рекламы становится больше по сравнению с «полным обертыванием», и происходит постепенное смещение бюджетов из стационарной наружки в рекламу на транспорте.



13 Фаворитом конкурса «Знак-2011» стала рекламно-производственная компания из Казани «Неон-Арт», завоевавшая четыре призовых места в различных номинациях.



22 На выставке «Реклама-2011» перспективные технологии в сфере визуальных коммуникаций продемонстрировали 173 экспонента из 15 стран.

СОБЫТИЯ

6 Новости

Конференция

10 «Транзитная реклама — 2011»

Конкурс

13 7-й Международный конкурс наружной рекламы «Знак»

ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ

Обзор

22 «Реклама-2011»: тенденции и новинки

Продукция

29 Интерьерные неоновые светильники от компании «НЕОНГЭЛЭРИ»

ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

34 Галерея

История заказа

36 Обновление средств визуальных коммуникаций Сбербанка

37 **ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ**

38 **СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ**



лазерстиль
РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

ОБЪЕМНЫЕ РЕШЕНИЯ
ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ



МИР ВЫВЕСОК

КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ ● ОФОРМЛЕНИЕ ФАСАДОВ ● СВЕТОВЫЕ КОРОБА
ВЫВЕСКИ НАРУЖНЫЕ И ИНТЕРЬЕРНЫЕ ● СВЕТОВЫЕ И МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ БУКВЫ
ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ ● P.O.S. - МАТЕРИАЛЫ ● ТОРГОВАЯ МЕБЕЛЬ
ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

г. Москва, ул. Косинская, д. 7 (495) 734 91 56 (многоканальный)
info@laserstyle.ru www.laserstyle.ru http://лазерстиль.рф



ZenithOptimedia: Несмотря на потрясения на фондовом рынке, расходы на рекламу продолжают расти

Общемировые расходы на рекламу в 2011 году вырастут на 3,6% по сравнению с прошлым годом. Российский рынок покажет 22% роста в 2011 году. В 2012 году динамика роста российского рынка немного снизится — до 18%. Такие цифры приводит агентство ZenithOptimedia (группа VivaKi) в своем новом прогнозе развития рекламного рынка.

Агентство ZenithOptimedia снизило свой прогноз по росту глобальных рекламных затрат в 2011 году на 0,5% — с 4,1% (было в июльском прогнозе) до 3,6%. Снижение динамики, с которой восстанавливается экономика после последнего кризиса, а также опасения по поводу возможности нового экономического спада заставили некоторых рекламодателей отказаться от увеличения рекламных бюджетов, которое планировалось на конец 2011 года.

ZenithOptimedia также снизило на 0,5% свой глобальный прогноз на 2012 год — с 5,9% до 5,3%. Это по-прежнему здоровый рост, говорится в прогнозе агентства. В 2012 году пройдут Олимпийские игры, чемпионат Европы по футболу и президентские выборы в США. Эти события окажут положительное влияние на рынок. Японская экономика также продолжает восстанавливаться обнадеживающими темпами. Агентство оценивает, что «четырёхгодичные» события, которые произойдут в 2012 году, добавят глобальному рынку \$6,2 млрд, а восстановление японской экономики принесет еще \$0,8 млрд.

Прогноз относительно 2013 года снижен лишь на 0,1% — с 5,6% до 5,5%.

Напоминаем, что в конце июля — начале августа 2011 года было зафиксировано падение фондовых рынков: Dow Jones IA — на 12,7%, Hang Seng — на 14,7%, Nikkei 225 — на 13,4%.

Эти события вызвали опасения относительно возможности нового спада в рекламной отрасли. Тем не менее финансовые индексы сами по себе не являются прямыми индикаторами снижения или роста рынков. История знает массу случаев, когда после обвала рынков рекламные расходы продолжали расти.

В базе данных ZenithOptimedia содержится информация о развитии 70 мировых рынков за последние 30 лет. За это время было зафиксировано 12 серьезных обвалов на фондовом рынке. В двух случаях (азиатский кризис июля 1997 года и «пузырь доткомов» в 2000 году) падение фондовых рынков сопровождалось резким снижением рекламной активности в следующем году.

«Черный понедельник» 1987 года не имел никаких негативных последствий для рекламных рынков Канады, США и Великобритании. Напротив, динамика роста в следующем году увеличилась. Азиатский кризис не сказался на росте рынка Гонконга и США. Резкое падение Dow Jones IA 11 сентября 2001-го не привело к обвалу

рекламного рынка США в 2002 году — сохранился скромный рост. В целом половина фондовых обвалов провоцировала негативные явления в рекламной отрасли, половина — нет.

Между падениями на фондовых и рекламных рынках нет прямой зависимости — каждый конкретный случай должен быть рассмотрен отдельно.

Конечно же, определенный риск грядущего экономического спада присутствует. Однако на данный момент многие сходятся во мнении, что развитые страны мира ожидают период снижения динамики роста (не падения), при этом развивающиеся экономики продолжат быстро расти. ZenithOptimedia также считает, что в США и Европе сохранится небольшой прирост, а долговой кризис не будет усугубляться.

Общая картина по развивающимся рынкам — рост с опережением развитых. Если рынок Северной Америки будет расти лишь на 3,3% каждый год в период 2010 — 2013 гг., Западная Европа — на 2,8%, а Япония — на 1,1%, то Латинская Америка покажет 7,1% среднего ежегодного роста, Азиатско-Тихоокеанский регион — 10,1%, Центральная и Восточная Европа — 10,4%. Исключением будут Ближний Восток и Африка, регионы со сложной политической ситуацией, оказывающей влияние на рекламную отрасль. Прогноз ZenithOptimedia в странах этого региона — спад на 14,2% в 2011 году, рост на 2% в 2012-м и на 2,3% в 2013 году. Так как этот регион занимает в общемировом рекламном «пироге» лишь 1%, то влияние на мировую рекламную индустрию будет минимальным. В целом доля развивающихся стран в общемировых затратах на рекламу вырастет с 31% в 2010 году до 34,9% в 2013-м.

Российский офис ZenithOptimedia оставил неизменным свой предыдущий прогноз. Так же, как и в июльском прогнозе, ZenithOptimedia Россия оценивает рост российского рынка по итогам 2011 года максимум в 22% по сравнению с 2010 годом.

Данные по расходам на рекламу в первом полугодии 2011 года свидетельствуют о том, что рекламный рынок начал быстро восстанавливаться на фоне общеэкономического оздоровления и развития потребительского рынка в 2010 году. Однако, в связи с текущей нестабильностью на фондовых рынках, скачками курса мировых валют и финансовых индексов, а также высокой зависимостью российской экономики от мировых цен на сырье, в третьем и четвертом кварталах 2011 года рост рынка, скорее всего, несколько замедлится. При этом экономические катаклизмы в большей степени могут оказать влияние на рекламную активность в следующем, 2012 году. Если в начале 2011 года эксперты отрасли предполагали, что рост 2012 года может превзойти динамику 2011-го, то сейчас, в связи с экономической нестабильностью, ожидания стали более скромными. ZenithOptimedia прогнозирует, что в следующем, 2012 году рост российского рекламного рынка составит не более 18%.

Что касается распределения бюджетов по медиа, интернет-реклама так же, как в предыдущие годы, останется самым динамично развивающимся сектором рынка. К 2013 году ее доля в общих расходах на рекламу достигнет 17% (в 2008-м было 6%, в 2010-м — 11%). Доля газет, журналов и радио будет медленно снижаться — с 4,1%, 9,0% и 5,1% соответственно в 2010 году до 3,1%, 7,6% и 4,1% в 2013-м.

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.



День Бренда — новая эра



1 декабря в конгресс-центре «Swissotel Красные Холмы» состоится одно из ключевых событий года в области рекламы и маркетинга — День Бренда 2011: «Развитие Бренда. Новая эра». Мероприятие впервые пройдет в формате однодневной конференции и будет совместно организовано крупнейшими ассоциациями, представляющими интересы ведущих рекламодателей и рекламных агентств — Содружеством «РусБренд» и Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР).

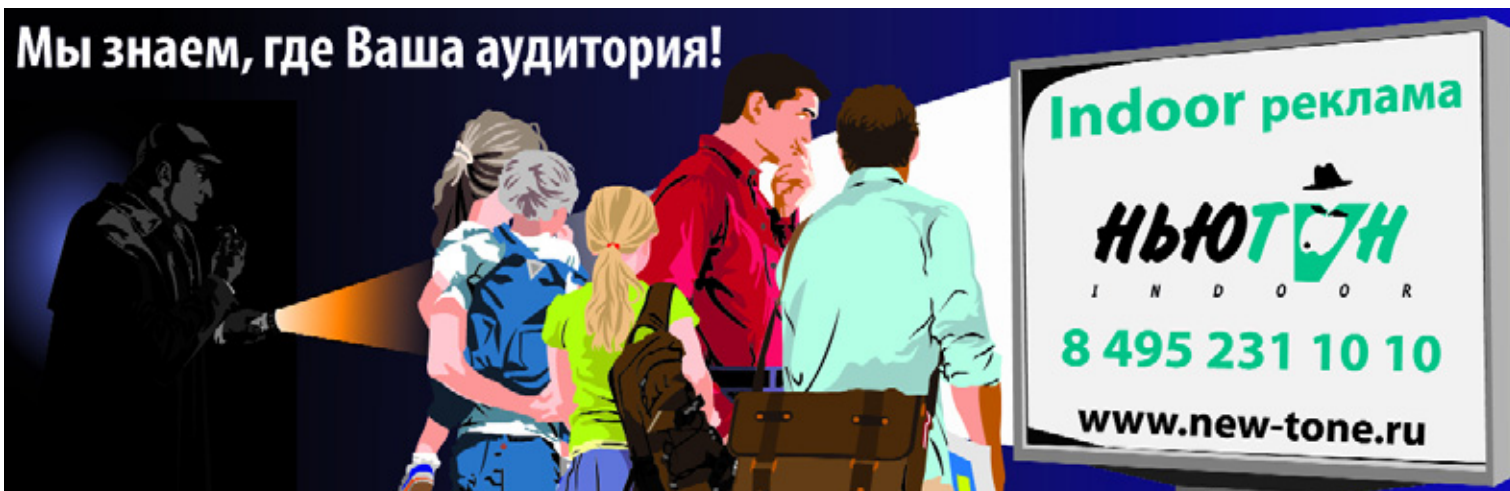
Конференция станет мероприятием международного масштаба. В ней примут участие свыше 600 делегатов, российских и западных представителей индустрии: ведущие компании-реklamодатели, коммуникационные и рекламные агентства и представители государственной власти. Основной темой обсуждения станет построение эффективных коммуникаций и продвижение брендов в новых реалиях. Не останутся в стороне и такие немаловажные вопросы, как социальная ответственность индустрии и роль рекламы в современном обществе. В этой связи к участию в Дне Бренда приглашены глава Федеральной антимонопольной службы И. Артемьев, министр связи и массовых коммуникаций И. Щеголев.

Программа конференции состоит из пленарных заседаний и специализированных сессий. В пленарной части примут участие руководители ведущих медиа и рекламных агентств, а также крупнейших рекламодателей. Далее пройдут тематические секции, посвященные ключевым аспектам развития рекламной индустрии, таким, как: «Инновационные технологии и реклама» (контент-партнером секции выступает Dentsu-Smart), «Медиакоммуникации» (контент-партнер VivaKi), «Измерения и эффективность» (контент-партнер TNS Россия) и «Брендинг» (контент-партнер DepotWPF). Вниманию участников будут представлены две специальные секции — «Best practices» и «Спортивный маркетинг» (генеральным партнером выступает Sport Media Group, контент-партнер Mildberry). С докладами выступят представители коммуникационных холдингов (Vivaki, Газпром-Медиа, «Видео Интернешнл», Dentsu Smart и др), исследовательских компаний (TNS Россия) и компаний-производителей, таких, как, Kraft Foods, PepsiCo Россия, Nestle, Amway и др. Более подробно программа представлена на сайте мероприятия www.brandday.ru. Здесь же можно ознакомиться и с условиями участия в мероприятии.

Starcom, MEC и ZenithOptimedia возглавили рейтинг RECMA за 2010 год. Список российских медиаагентств возглавили агентства Starcom (входит в VivaKi Russia) и MEC (GroupM). Они делят первое место с биллингами в \$530 млн. На третьей строчке рейтинга — ZenithOptimedia (VivaKi Russia) с биллингами в \$524 млн. Тройка агентств-лидеров RECMA по байнговым биллингам выглядит следующим образом: Starcom — \$472 млн; ZenithOptimedia — \$466 млн; Optimum Media OMD (Omnicom Media OMG) — \$438 млн. Рейтинг российских коммуникационных групп возглавляет GroupM с биллингами в \$1753 млн. На втором месте VivaKi Russia — \$1453 млн, на третьем — Omnicom Media OMG — \$1000 млн. По уровню байнговых биллингов в рейтинге коммуникационных групп на первом месте — VivaKi Russia с биллингами в \$1275 млн, на втором — GroupM (\$1208 млн), на третьем — Omnicom Media OMG (\$786 млн).

РА «Бульварное кольцо» объявило о четырехкратном росте продаж транзитной рекламы в Москве в сентябре 2011 года по сравнению с первым месяцем своей работы — в июле этого же года. По условиям контракта с правительством Москвы рекламное агентство «Бульварное кольцо» приступило к непосредственным продажам 1 июля. В этом месяце агентство продало 306 транспортных средств. Уже в августе объем продаж был удвоен до 614 машин. За сентябрь агентство продало 1232 машины, что превысило показатели первого месяца в четыре раза. В октябре достигнутые темпы продаж сохранились: были подписаны контракты на размещение 850 бортов. Ожидается, что в ноябре общее количество транспортных средств, задействованных в рекламных кампаниях, превысит 2 тыс. Высоким спросом пользуются все виды транспорта — как троллейбусы (благодаря наиболее длинным маршрутам), так и автобусы и трамваи, отмечают в РА «Бульварное кольцо». В кампаниях задействован транспорт, курсирующий не только в пределах Садового кольца, но и на МКАД.

ПК «Вершина-Вижн» получен патент РФ на усовершенствованный конструктив пиларса. Данная конструкция выполнена в виде трехгранной тумбы с внутренней подветкой. Также дополнительно в конструкцию можно установить роллерный механизм, который позволит отображать на одной рекламной поверхности до 4 изображений.



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

● РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА

Работа с существующим фирменным стилем; адаптивное и доработка фирменного стандарта наружного оформления торговой точки; разработка и предоставление цветковых и архитектурных решений для использования в наружной рекламе и информационных конструкций. Соблюдение стилиобразующих форм при разработке и соблюдение действующих правил ГУП МосКомАрхитектуры и иных нормативных актов наружного оформления г. Москвы, Санкт-Петербурга, регионов России. Подготовка решений концепций рекламного оформления Торговых Центров

● ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Выезд и замеры объектов; проведение исследования несущей способности зданий, выдача заключения о возможности размещения конструкций (Проектно-Конструкторской Документации); разработка электрических схем. Проектирование динамических конструкций. Расчет на ветровые / снеговые нагрузки наружной рекламы. Согласование проектной документации с собственниками и арендодателями. Подготовка проектной документации на сторонние изделия.

● ПРОИЗВОДСТВО

Контроль качества входящей ПКД; поиск, заказ и закупка материалов; доставка, снабжение и логистика; заказ дефицитных материалов из-за рубежа; обработка листовых материалов и раскромки профилей; обработка материалов (фотопечать, распил) окраска, сборка, установка электрических комплектующих; нанесение изображений, поклейка и ламинирование, тестовая сборка изделий, контроль качества, упаковка, погрузка.

● МОНТАЖ

Проведение замеров, подготовка монтажных работ. Доставка изделий на объект, установка несущих металлокаркасов (закладных) со сквозным проходом через фасады; подъем изделий (возможно, с применением спецтехники), установка, электрическая коммутация; прокладка питающих трасс к электропитанию, установка дополнительных сервисных электроприборов (фотореле, реле времени, датчики); сборка электрощитовых; технический контроль; внутренняя приемка изделий; сервисное обслуживание изделий; мониторинг функционирования.

● РЕГИСТРАЦИЯ

Предварительное согласование концепций и дизайн-проектов размещения наружной рекламы и информации в ГУП «ГлавАПУ» (Главное архитектурно-планировочное управление г. Москвы). Консультация Заказчиков и сбор необходимых для регистрации документов. Согласования с ГУП «ГлавАПУ», ГУП «Городская реклама и информация», Комитетом по рекламе, информации и оформлению г. Москвы, ОАТИ, ОАИ, ОАИ Органами местного самоуправления. Согласование и получение копированных проектов реконструктивных работ на фасаде здания, экспертизы электрических проектов в аккредитованных в г. Москве организациях. Согласование проведения монтажных работ с ФСО, ГИБДД, УВД и в других инспекциях.

И

ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ С ЭЛЕМЕНТАМИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ





«Транзитом» по Сицилии

Стало доброй традицией, организовывая очередную конференцию «Транзитная реклама», подбирать место для ее проведения таким образом, чтобы участники получали не только пользу, но и удовольствие от мероприятия. Этот год не стал исключением. Более того, нынешняя конференция, хоть и с противоречивыми чувствами, надолго запомнится всем ее участникам.

«Транзитная реклама — 2011» состоялась в середине сентября в Сицилии. Девственная чистота сицилийских пляжей, дикая природа и уникальные горные ландшафты произвели неизгладимое впечатление на всех без исключения российских паломников. Однако несоответствие увиденного привычным представлениям о Европе в плане цивилизации поначалу порадовало далеко не всех. То, что одним показалось уникальным приключением, другие расценили как некий дискомфорт. Но надо отдать должное организаторам конференции и ее активистам: насыщенная развлекательная программа, включающая в себя ужин в местном национальном ресторане, поездку за покупками в итальянский аутлет, посещение винодельни Donnafugata, экскурсию на Этну, сгладила-таки все

шероховатости и оставила в итоге приятные воспоминания у всех без исключения. И погода — удивительно мягкая, полностью соответствующая бархатному сезону, — тоже внесла свой вклад в успех всего мероприятия.

Конечно, «Транзитная реклама» — это не только отдых, но и деловая программа, без которой не обходится ни одна подобная конференция. В рамках выступлений Овик Саркисян, исполнительный директор РА «Нью-Тон», рассказал о тенденциях развития транзитной рекламы в регионах. Он акцентировал внимание на том, что бортовой рекламы становится больше по сравнению с «полным обертыванием» и происходит постепенное смещение бюджетов из стационарной наружки в рекламу на транспорте.





Андрей Кузин, руководитель РА «Нью-Тон», поделился планами агентства и видением перспектив развития рекламы в метрополитене. По его словам, недалек тот день, когда стационарные постеры в метро будут заменены на видеозкраны, в результате чего сама реклама станет заметнее и интереснее, а управление ею будет происходить централизованно через Интернет. Для повышения эффективности рекламных кампаний будет производиться полное брендрование вагонов метро под одного клиента. Пока планы строятся на внутреннее брендрование, но уже прорабатывается вопрос и о внешней оклейке вагонов электропоездов.

Ольга Суханова из Master Ad рассказала об «ужасах» российской наружной рекламы, сопровождая выс-

тупление показом реальных кейсов. В каждом случае она указывала на ошибки в макетах, показывая, как не надо делать рекламу, и объясняя, как должно быть. Выводы Ольги базировались на специфических особенностях наружной рекламы, хорошо известных всем специалистам, которыми тем не менее они же, специалисты, почему-то очень часто пренебрегают.

В рамках конференции выступили также старший менеджер дирекции по маркетингу «СТС Медиа» Алла Деметьева, профессор РУДН Валерий Музыкант и даже генеральный консул России на юге Италии и Сицилии Владимир Коротков, который сам изъявил желание приехать и поприветствовать российскую делегацию, пожелать всем хорошего настроения на сицилийской земле.

И в заключение еще об одном наблюдении. Конференция собрала около 150 человек из разных уголков России. Все поселились в одном небольшом отеле. В итоге получилось, что подавляющее большинство постояльцев отеля были русские. Но это не те русские, от которых мы обычно шарахаемся на зарубежных курортах, а свои, родные, объединенные общими интересами, примерно одинакового социального уровня. А вокруг иностранный сервис, дикая природа и самобытное окружение. Очень необычные ощущения, весьма положительные. Стало быть, опыт этот надо развивать и распространять.

Увидимся на «Транзитной рекламе — 2012»?

Олег Вахитов





НОВЫЙ ВЫПУСК РОССИЙСКОГО КАТАЛОГА ВЫВЕСОК

ЗАКАЗЫВАЙТЕ НА WWW.RIDCOM.RU



«Знаковые» призеры — 2011

Подведены итоги 7-го Международного конкурса наружной рекламы «Знак». В этом году на него было прислано более 120 работ от 75 компаний из различных регионов России, а также из ряда городов Украины. Церемония награждения победителей состоялась 28 сентября в рамках 19-й Международной специализированной выставки «Реклама-2011» и 4-й «Недели российской рекламы». В этом году выставку посетили более 17 тыс. человек, и все четыре дня работы — с 27 по 30 сентября — в павильоне «Форум» в ЦВК «Экспоцентр» с лучшими работами конкурса ее посетители могли ознакомиться в рамках тематической экспозиции.

Конкурс наружной рекламы «Знак» проводится с 2002 года. Его организатор — издательство R & D Communications, известное такими проектами, как журнал «Наружка», каталог «Реклама и дизайн на улицах России» и другие. Традиционно конкурс проводится при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России, в этом году его партнерами также выступили ЗАО «Экспоцентр» и Национальная рекламная ассоциация, организаторы крупнейшей в России специализированной выставки «Реклама». Среди компаний, оказавших проекту информационную поддержку, стоит отметить Sostav.ru (генеральный медиапартнер) и Advertology.Ru (генеральный информационный спонсор), а также специализированный портал Signbusiness.ru, где в онлайн-режиме и проводился конкурс. В Украине поддержку конкурсу оказывал интернет-ресурс Signweb.com.ua. Техническую поддержку конкурсу, благодаря которой и была создана экспозиция работ, оказали компания LRT и Hewlett-Packard.

Цель конкурса — продемонстрировать лучшие образцы работ из области наружной рекламы, выявить наиболее творческие и перспективные компании, создающие эффективные решения для заказчиков рекламы. Именно поэтому в жюри конкурса традиционно приглашаются не только профессиональные создатели — видные деятели рекламного бизнеса, но и представители заказчиков. В этом году в состав жюри вошли директор по маркетингу Yum! Restaurants International Russia (бренд KFC) Петр Розански, заместитель начальника отдела рекламы Управления рекламы и маркетинга ОАО «Банк ВТБ» Андрей Стугарев, начальник Управления торгового дизайна и оборудования сети супермаркетов «Азбука вкуса» Александр Воронцов, директор по маркетингу сети аптек «36,6» Антон Володькин, генеральный директор магазина женской одежды PRETTY Илья Налетов, сопредседатель креативного комитета Ассоциации коммуникационных агентств России Алексей Алексеев, совладелец и арт-директор компании DIRECT DESIGN Visual Branding Дмитрий Перышков, президент



We R. Signs International Марк Лангман и главный редактор издательства «Ар энд Ди Коммуникейшнз» Олег Вахитов.

Фактически это единственный в России конкурс, где свои проекты могут представить рекламно-производственные компании, результат труда которых одновременно зависит и от знаний технологий, и от дизайнерской мысли. Не в последнюю очередь из-за развития технологии преобразился и медийный сегмент наружки, что и доказал конкурс этого года — в номинации «Нетрадиционные средства и медиа в наружной рекламе» было наибольшее число присланных проектов и рекордное количество по сравнению с предыдущими годами. Номинация отличалась не только количеством, но и качеством работ — 18 проектов вошли в шорт-лист, и выбрать среди них призеров оказалось задачей не из легких. В результате именно в этой номинации было решено присудить дополнительное призовое место. Одновременно с этим наблюдался спад в других направлениях, поэтому в ряде номинаций, чтобы сохранить высокую планку для всех участников конкурса и значимость наград, призовые места не присуждались.

Стоит также отметить, что награды завоевали компании из разных уголков Рос-

сии: из Москвы, Хабаровска, Красноярска, Челябинска, Набережных Челнов... Среди них как неоднократные лауреаты, так и новые имена. Фаворитом конкурса стала рекламно-производственная компания из Казани «Неон-арт», завоевавшая сразу четыре призовых места в различных номинациях. По два призовых места у «Ником рекламы» из Нижнего Тагила и «062-рекламы» из Санкт-Петербурга. Приз зрительских симпатий завоевала вывеска «Европа плюс» от компании «Двигатель Торговли» из Хабаровска — на момент подведения итогов у нее было максимальное количество голосов посетителей сайта Signbusiness.ru, но голосование продолжается. И сейчас каждый посетитель сайта может выразить свое отношение к работам (лучшая работа демонстрируется на главной странице), оставить комментарий и, конечно, посмотреть результаты конкурса. Забегая вперед, хочется отметить, что это не последнее знакомство с работами. До начала следующего конкурса на страницах «Наружки» будут представлены все победители: создатели работ, занявших первые места, более подробно расскажут о своих проектах и аспектах работы над ними. А сейчас представляем вашему вниманию всех призеров конкурса.



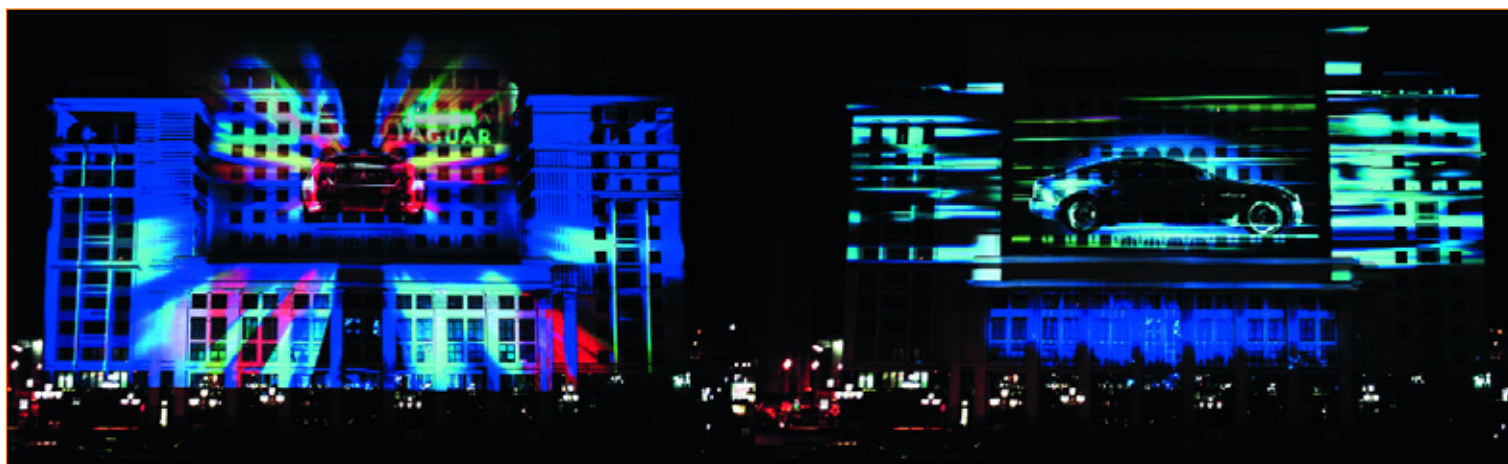


ЗНАК

международный конкурс наружной рекламы

Призеры в номинации «Нетрадиционные средства и медиа в наружной рекламе»

- 1 место — «ДНК» Jaguar в формате 3D, «Майндшэр» (Россия, Москва)
- 2 место — Чудо-мебель от Nokia, SARAT (Россия, Москва)
- 3 место — «Царь бороды» ARKO Men, 3Stars (Россия, Москва)
- 3 место — Реклама на высоте от MIRAX GROUP, «Атор Медиа Сервис» (Россия, Москва)

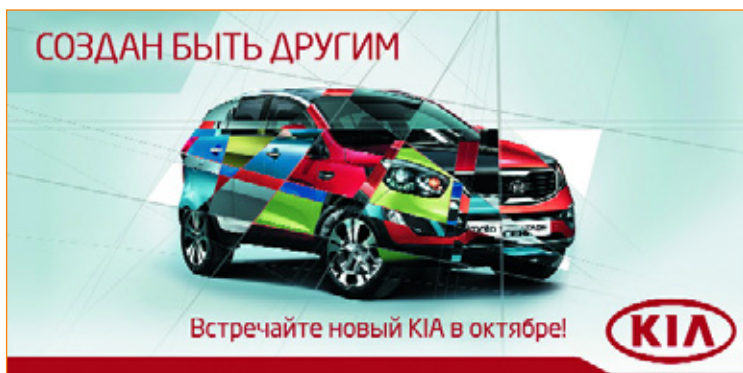




Призеры в номинации «Дизайн постеров для наружной рекламы»

2-е место — Имиджевая рекламная кампания/анонсирование новой модели KIA, Коммуникационная Группа ИММЕДИА (Россия, Москва)

1 и 3 место — не присуждались



Призеры в номинации «Реклама на транспорте»

1 место — Заряженные абсолютной энергией Adrenaline Rush, «062-Реклама» (Россия, Санкт-Петербург) и OMD Admire (Россия, Москва)

2 место — Автобусы в центре Петербурга превратились в автомобили Volkswagen, «062-Реклама» (Россия, Санкт-Петербург)

3 место — Гагарин, «Нью-Тон» (Россия, Москва)





ЗНАК
международный
конкурс
наружной
рекламы

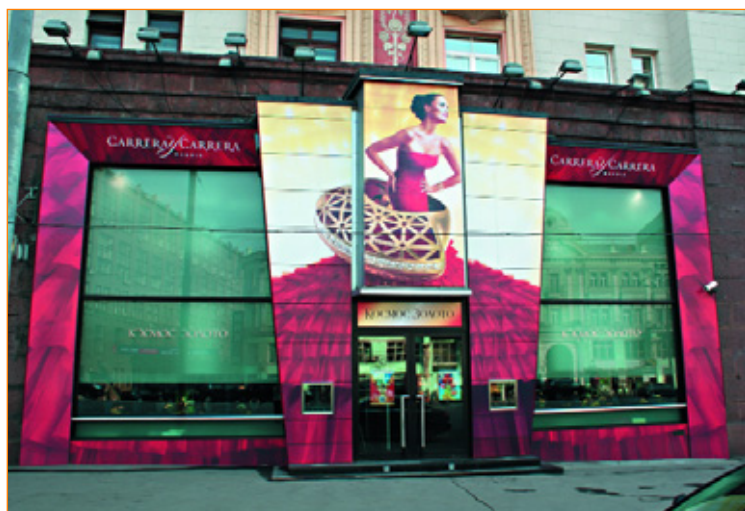
Призеры в номинации «Оформление фасадов. Торгово-развлекательные заведения»

- 1 место — Международный интерьерный центр «Architector Gallery», «Ником реклама» (Россия, Нижний Тагил)
- 2 место — ТРЦ «ГРАД», г. Воронеж, ГК «Норетек» (Россия, Москва)
- 3 место — Grand Hotel KAZAN, «Неон-арт» (Россия, Казань)



Призеры в номинации «Оформление фасадов. Магазины розничной торговли»

- 1 место — Магазин молодежной одежды «Miss Pink», «Ником реклама» (Россия, Нижний Тагил)
2 место — Комплексное оформление фасада магазина отделочных материалов «КОЛОРИСТУДИЯ», Бюро рекламы и дизайна «КАПИТАН» (Россия, Красноярск)
3 место — Оформление фасада ювелирного магазина «КОСМОС ЗОЛОТО», «Стиль Рекламы» (Россия, Химки)



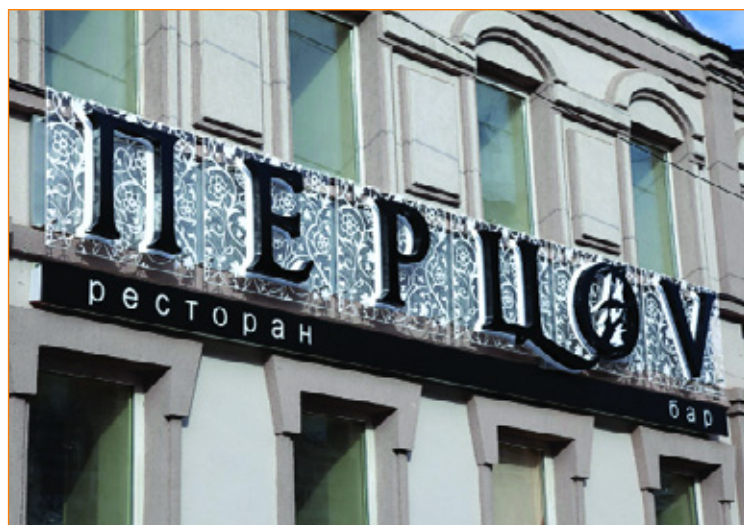


ЗНАК

международный конкурс наружной рекламы

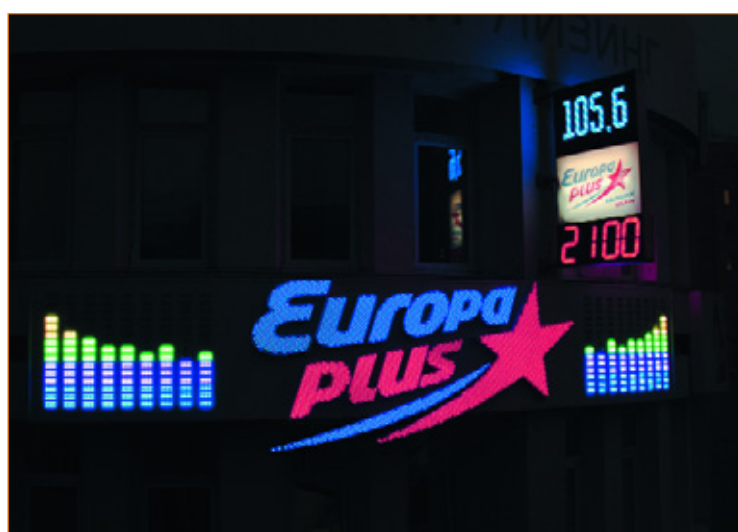
Призеры в номинации «Оформление фасадов. Предприятия общественного питания»

- 1 место — пивной дом BEER HOUSE, «Неон-арт» (Россия, Казань)
- 2 место — Ресторан ПЕРЦОВ, «Неон-арт» (Россия, Казань)
- 3 место — dessert boutique, «Реклама Центр» (Россия, Набережные Челны)



Призеры в номинации «Оформление фасадов. Корпоративные вывески»

- 1 место — Казанская Академия Тенниса, «Неон-арт» (Россия, Казань)
3 место — Фасадная вывеска Европа плюс, «Двигатель торговли», (Россия, Хабаровск)
2 место — не присуждалось





ЗНАК

международный конкурс наружной рекламы

Призеры в номинации «Оформление фасадов. Предприятия сферы услуг»

- 2 место — Оформление мехового ателье Марии Шошевой, «Эм-Джи-Эс Групп» (Россия, Москва)
- 3 место — Школа искусств «Да-да», «Реклама Центр» (Россия, Набережные Челны)
- 1 место — не присуждалось



ЗНАК

международный конкурс наружной рекламы

Призеры в номинации «Стелы и крышные установки»

- 3 место — Мегафон, «Альтима» (Россия, Москва)
- 1 и 2 место — не присуждались



ПОЛНОЦВЕТНЫЕ СВЕТОДИОДНЫЕ ДИСПЛЕИ

ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКС УСЛУГ
от ПРОЕКТИРОВАНИЯ до УСТАНОВКИ ПОД КЛЮЧ
"от БЕГУЩЕЙ СТРОКИ до ПОЛНОЦВЕТНОГО ДИСПЛЕЯ"

Полноцветные дисплеи



БЕГУЩИЕ СТРОКИ

КУРС ЦЕНТРОБАНКА...

ИНФОРМАЦИОННО СПРАВОЧНЫЕ ТАБЛО

Привет участникам соревнований

| | | |
|-------------------|----------------|----------------|
| ДИНАМО | 16 2 59 | СПАРТАК |
| ТАЙМ | | |
| 1. Иванов | | 1. Иванов |
| 2. Петров | | 2. Петров |
| 3. Сидоров | | 3. Сидоров |
| 4. Блинов | 13:50 | 4. Блинов |
| 5. Пузенков | 11.02.2003 | 5. Пузенков |
| 6. Михайлов | | 6. Михайлов |
| 7. Рудановский | | 7. Рудановский |
| Товарищеский матч | | |

СПОРТИВНЫЕ ТАБЛО



Научно-производственное объединение "ВИТА"

Т/ф: (495) 745-3646, 930-8510.

www.vitaelectronics.ru vita@vitaelectronics.ru



«РЕКЛАМА–2011»: НОВИНКИ И ТЕНДЕНЦИИ

С 27 по 30 сентября проходила 19-я международная специализированная выставка «Реклама». Выставка «Реклама» в 5-й раз состоялась в рамках «Недели российской рекламы» и в очередной раз стала значимым событием для рекламного рынка России: на 4 дня выставка стала площадкой для встреч, переговоров и поиска новых решений развития бизнеса для тысяч специалистов рекламной индустрии. Этот год был ознаменован сменой площадки, даты проведения и, конечно же, многочисленными новыми решениями от экспонентов выставки.

Приветствуя участников и организаторов выставки на церемонии официального открытия, вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ Г.Г. Петров отметил, что, несмотря на все препятствия, индустрия рекламы в России живет. Это абсолютно самостоятельная, утвердившаяся отрасль. Сегодня без рекламы ни о каком маркетинге, ни о каком успехе в производственной деятельности ни одна серьезная компания говорить не может. По словам руководителя Департамента средств массовой информации и рекламы г. Москвы В.В. Черникова, выставка «Реклама-2011» вносит весомый вклад в развитие рекламной индустрии столицы. Это событие, по мнению помощника руководителя Федеральной антимонопольной службы РФ С.Ф. Котова, является важным инструментом создания в России цивилизованного рынка рекламы.

В этом году выставка впервые проходила в павильоне «Форум» ЦВК «Экспоцентр». Необычный светлый павильон как нельзя лучше подходит для мероприятия рекламной направленности. На площади около 5000 кв. м свое новейшее оборудование для производства рекламной продукции, инновационные решения и перспективные технологии в сфере рекламы продемонстрировали 173 экспонента из 15 стран. Национальную экспозицию представили компании из Китая.

Перенос сроков выставки на более ранние — на сентябрь — был продиктован потребностями производителей и заказчиков рекламной продукции, отмечают организаторы: осень — горячая пора для размещения заказов, налаживания новых договоренностей о сотрудничестве. Позитивным фактором, свидетельствующим о постепенном восстановлении отрасли, стало возвращение на площадку участников, взявших в предыдущие год-два тайм-аут. При-



мечателен и факт дебюта на крупнейшей выставке России ряда новых компаний. Забегая вперед, хочется отметить, что следующая, юбилейная выставка «Реклама» пройдет также ранней осенью — с 25 по 28 сентября 2012 года здесь же — в павильоне «Форум» в ЦВК «Экспоцентр».

В этом году в течение четырех дней выставочная площадка «Экспоцентра» стала местом встречи российских и зарубежных специалистов рекламного бизнеса, которые в рамках переговоров, круглых столов, презентаций, семинаров и конкурсов обменялись опытом производства и внедрения рекламных средств, ознакомились с перспективными технологиями и техническими решениями, обсудили возможности развития регионального рекламного бизнеса. Прошла серия мероприятий, в рамках которых были освещены платформы современных торговых марок и особенности продвижения культурных брендов. Поддержку данному циклу оказала Ассоциация брендинговых компаний России.

В этом году в программе мероприятий выставки прошли круглые столы на тему перспектив российского рынка маркетинговых услуг и реше-

ния кадровых вопросов в рекламно-производственных компаниях, а также семинары и презентации компаний-участниц. В дни «Рекламы-2011» были подведены итоги конкурса «Рекламный дизайн-2011» и состоялась церемония награждения победителей 7-го Международного конкурса наружной рекламы «ЗНАК».

Радует и общая статистика по выставке. Согласно данным, полученным в результате регистрации посетителей мероприятия, количество уникальных посетителей выставки «Реклама-2011» составило более 17 тыс. человек, 91% из которых — специалисты отрасли. Наибольшее количество участников выставки было задействовано в сфере производства и дистрибуции рекламной продукции, включая сегменты наружной рекламы, широкоформатной печати, бизнес-сувениров и Р.О.С.М. Представляем вашему вниманию наиболее ярких участников выставки этого года, которые поделились своим мнением об успешности мероприятия и представили наиболее интересные решения непосредственно для заказчиков рекламы из области готовых серийных решений, производства уникальных конструкций и светотехники.

Решения для «сочной» рекламы

Участие в выставке — неотъемлемая часть действий, направленных на развитие бизнеса. Эти вложения необходимы, и дело не только в процветании отдельно взятого предприятия, но и в развитии индустрии в целом. Для многих компаний участие в выставке — главным образом имиджевая составляющая. Ярким представителем этой категории экспонентов заслуженно можно считать компанию «Фавор-Гарант», российского производителя различных видов рекламных носителей и уличной мебели, — ее «сочный» и стильный стенд в «апельсиновых» тонах просто невозможно было не заметить.

Компания принимает участие в выставке «Реклама» уже более 10 лет. И ежегодно «Фавор-Гарант» представляет как наиболее популярные продукты — олицетворение надежности и высокого качества, так и новинки, всегда вызывающие особый интерес. Но немаловажным остается и точное позиционирование на рынке. «Мы — дорогая компания», — открыто заявил президент компании «Фавор-Гарант» Федор Соколов. — Мы используем только проверенные решения, выполненные на базе собственных разработок с применением комплектующих немецких и итальянских производителей. Снижение себестоимости наших решений за счет использования комплектующих китайских производителей для нас недопустимо».

Этому принципу компания была верна даже в условиях тяжелого экономического положения в стране в целом и в рекламной отрасли в частности. Ни для кого не секрет, что около двух с половиной лет интерес к высокотехнологичным установкам был «заморожен». Но есть и позитивные тенденции. Как отметил Федор Соколов, выставка показала возобновление по-настоящему живого интереса к высокотехнологичным и качественным решениям. В компании это связывают с оживлением ситуации на рынке и, конечно, с необходимостью операторов конструкций модернизировать свой инструментарий. Новинки компании и продукты традиционной линейки в этом вопросе будут весьма кстати.

К сожалению, практика ведения бизнеса сейчас такова, что показывать и рассказывать про инновации



во всех подробностях стало непросто. Промышленный шпионаж процветает и на российских выставках, отмечает Федор Соколов. Но в компании заверили, что представленный в этом году роллер сити-формата действительно уникален. И, безусловно, надежен: в нем используются обновленные двигатели итальянского производства. Уникальность его заключается в полностью обновленном конструктиве, закрепленном российским патентом, и в настоящее время используемая в роллерах «Фавор-Гарант» система по праву может считаться отечественной разработкой. Отличительной особенностью является место расположения двигателя — непосредственно внутри вала, что не только повышает надежность конструкции, но и облегчает обслуживание установки.

Впервые на выставке на стенде «Фавор-Гарант» был представлен скроллер 3,7 x 2,7 м — этот продукт уже не первый год поставляется компанией на российский рынок. Что касается «начинки» скроллера, то все крутится вокруг уникальных разработок российского производства, учитывающих российские реалии условий эксплуатации установок, а главным движком выступает немецкий собрат. Стоит отметить и прогнозируемый переход операторов на энергосберегающие технологии. Уже

сейчас компания «Фавор-Гарант» предлагает два варианта комплектации подсветки своих продуктов — на светодиодах и традиционных люминесцентных лампах. Это касается как статичных форматов, так и роллерных конструкций с внутренней подсветкой. Без внедрения инноваций не остался и «Тривижн» — один из старейших и ведущих продуктов в линейке «Фавор-Гарант». Благодаря этому решению, уже более 17 лет эксплуатируемому на рынке, рекламируется львиная доля товаров и услуг в России. Здесь основные нововведения коснулись усиления устойчивости к вандализму в отношении конструкции — специальные муфты на поворотных механизмах в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств позволят предотвратить серьезную поломку дорогостоящей конструкции и фактически сэкономить на обслуживании установки. Стоит отметить также, что теперь в «Тривижн» используется двигатель с повышенным сроком службы, он был сконструирован итальянскими партнерами специально для «Фавор-Гарант» и уже отдан в серийное производство. В целом можно отметить, что новые конструктивные решения не только избавят от головной боли операторов рекламных конструкций, но в конечном итоге позволят обеспечивать стабильно высокое качество рекламных услуг.



Удар по ценам!

Выставка «Реклама» всегда была кладзем новинок и самых лучших решений во всех смыслах — начиная от инновационных решений и технологических прорывов и заканчивая лучшими ценами и специальными акциями. Компания «Редигус» из Омска в этом году решила использовать все возможности выставки и выступила ударно сразу по нескольким фронтам.

Компания «Редигус» принимала участие в выставке «Реклама» только во второй раз и ранее была известна исключительно как производитель трехпозиционных призматических рекламных конструкций. Но уже в этом году предстала в новом свете, объявив о запуске производства скроллеров, и представила новинку — мультипиллар — тумбу с возможностью демонстрации в динамике четырех различных имиджей. Уникальная конструкция «Редигуса» неискушенному посетителю наверняка могла показаться ребусом и этим привлекала к себе особое внимание.

Попробуем описать принцип работы мультипиллара от компании «Редигус». Четыре рекламных изображения размера 1,2 x 1,8 м демонстрируются внутри тумбы круглой формы. В ней всего две экспонируемые стороны, и все четыре изобра-

жения поочередно демонстрируются как на одной, так и на другой стороне установки. Цельные постеры передвигаются внутри конструкции, не пересекаясь друг с другом, и это выглядит очень необычно.

Как отметил Денис Поляков, директор компании «Редигус», несмотря на то что непосвященным людям сложно представить, как все устроено внутри конструкции, на самом деле здесь применяется довольно простой механизм, а принцип смены изображения основывается, если образно выразиться, на двух пересекающихся цилиндрах. Конструкция своей необычностью, безусловно, привлекает к себе внимание, но не это главное. При ее создании основной упор был сделан на себестоимость. Ведь придумать нечто оригинальное и при этом функциональное в наш век несложно. Изначально стоимость разработки для конечного заказчика не должна была превышать 100 тыс. рублей, чтобы она была доступна для операторов из различных регионов нашей страны и удобна в обслуживании. «Даже в небольших городах улицы должны украшать нестандартные и оригинальные рекламные носители, — считает Денис Поляков. — А для этого вложения должны быстро окупаться. К тому же оригинальные подходы позволят привлечь к сотрудничеству новых клиентов даже из числа федеральных рек-



ламодателей. Они ищут подобные решения, чтобы выделиться на фоне общего числа стандартных». У мультипиллара, безусловно, богатый креативный потенциал. Арендовав несколько поверхностей, например все четыре, рекламодатель может осуществить в наружке свою оригинальную коммуникацию, будь то рекламная история, или игра с потребителем, или же рекламная площадка сразу для нескольких продуктов. «До чего дойдет креативная мысль творческих специалистов, мы не знаем, но, безусловно, данное решение — пища для размышления. Это решение будет востребовано рынком и займет свою прочную нишу», — уверен Денис Поляков. Стоит также отметить, что финальная стоимость конструкции для заказчика составит 95 тыс. рублей. В отличие от выставочного образца, который демонстрировал общий принцип работы установки, в серийном решении будут применяться более надежные материалы, благодаря чему работа конструкции будет более стабильна. Двери будут сделаны из монолитного поликарбоната, сам



корпус — из металла, купол и контуры рекламных поверхностей — из стеклопластика. Герметичный корпус обеспечит работу конструкции в различных условиях — как в наружной, так и в indoor-рекламе.

Этой новинкой расширение линейки «Редиуса» не ограничилось. На выставке компания предложила еще один продукт — лайтпостер сити-формата с возможностью применения роллерной системы, причем собственной разработки. И снова здесь на первый план выходит конечная стоимость продукта. Стоимость комплектации с динамикой, где, с одной стороны, роллер с возможностью демонстрации до шести изображений, а с другой — статичная рекламная сторона, составляет 65 тысяч рублей. Второй вариант комплектации — двусторонний статичный сити-формат всего за 35 тысяч рублей. Нетрудно подсчитать, что стоимость двигателя с необходимым набором деталей для роллерного механизма составляет всего 30 тысяч рублей. При этом Денис Поляков подчеркнул, что они не сторонники принципа закупать по частям все в разных местах, собирать

установку как конструктор и затем перепродавать: «Мы не хотим тому же Китаю платить деньги. Мы — производители и понимаем свою роль в создании российского продукта и лично отвечаем за качество. Считаем общей задачей рекламщиков заботу об обществе — нам под силу создание рабочих мест, развитие собственного производства — без этого мы не мыслим наше будущее и будущее наших детей». Практически все составляющие для роллеров производятся компанией «Редиус» самостоятельно, включая различные платы, блок управления, программное обеспечение и т. п. Исключение составляют шаговые двигатели итальянского производства.

По итогам выставки оказалось, что самое большое количество запросов было на статичные конструкции сити-формата — цена оказалась более чем привлекательной. «Кого-то стоимость, безусловно, удивит, но секретов здесь нет. Мы не кладем в цену запас на трудные времена и производим практически все компоненты сами, а не зависим от закупок комплектующих извне. Со-

ответственно, делаем ровно столько, сколько необходимо нашим клиентам, не страдаем затовариванием и не несем инвестиционные риски», — отметил Денис Поляков.

Он также добавил, что актуальность призмадинамики и формата 6 x 3 сохраняется, спрос по-прежнему остается высоким, и традиционные продукты компании будут востребованы: «Производство трехпозиционных конструкций всегда было и остается основой бизнеса. Это то, с чего мы начинали, в развитие «призмы» вложено огромное число средств и усилий. И до последнего момента компания производила именно конструкции одного типа, которые отличались лишь размерами, комплектацией и набором дополнительных функций. Ставка была сделана на узкую специализацию и оборот, но потребности к самореализации, видимо, сделали свое дело. Будем и в дальнейшем создавать новые продукты, противостоять засилью продукции китайского производства, стремиться достигнуть европейского уровня качества и принимать во внимание текущие тенденции на рынке».



РЕДИУС™

РЕКЛАМНЫЕ
ДИНАМИЧЕСКИЕ
УСТАНОВКИ

www.redius.ru



Стенд в стиле «Ню»

Несмотря на высокую конкуренцию среди поставщиков готовых решений и производителей готовых решений на российском рынке появляются новые игроки. Специализированная выставка — одна из ключевых площадок для представления своих возможностей, и этот год не обошелся без премьеры. Рекламное агентство «М2» из Екатеринбурга, специализирующееся на поставках скроллеров, представило широкой аудитории свои продукты и возможности.

К слову сказать, рекламное агентство «М2» далеко не новичок на рекламном рынке. Компания существует более 17 лет, в перечне ее услуг размещение рекламы в метрополитене Екатеринбурга, размещение на собственных скроллерах в сети АЗС в столице Урала, а также широкоформатная печать и интернет-реклама. Скроллерный проект — самый молодой, официальный запуск его состоялся год назад, однако фактически бизнес компании тесно связан с этими технологиями более 10 лет.

«Мы пришли в бизнес продажи скроллерных конструкций, потому что сами являемся собственниками мест и эксплуатируем скроллеры, — отмечает директор рекламного агентства «М2» Александр Комаров. — Потратили несколько лет, чтобы найти для себя идеальный продукт, тщательно изучив имеющиеся предложения на рынке как среди российских компаний, так и зарубежных. В результате мы нашли партнеров и на данный момент сотрудничаем с четырьмя зарубежными заводами. От них получаем все необходимые комплектующие, а в России в формате отверточного производства изготавливаем готовые скроллеры. Фактически создание нашего собственного продукта заняло семь лет. Несколько лет назад заказы стали поступать и извне, а после того как их число приобрело массовый характер, было принято решение выделить данное направление деятельности в отдельный бизнес-проект. Свои готовые решения мы предлагаем всем, кто не хочет повторять наших ошибок и преодолевать трудности в эксплуатации скроллеров».

Официально проект «Скроллер. Поставки по РФ и СНГ» был запущен в 2010 году. На сегодняшний день компания имеет производ-



ственную площадку в городе Екатеринбурге, где осуществляется сборка готового скроллера, проводится обучение персонала клиентов работе со скроллером и организована поставка запчастей. Параллельно с этим компания в качестве оператора рекламных мест продолжает развивать свою сеть скроллеров уже исключительно за счет конструкций собственного производства, что позволяет более эффективно отслеживать качество работы скроллеров.

Линейка готовых решений от «М2» представляет собой два основных сетевых формата — это скроллеры 1,2 x 1,8 м и скроллеры 3,7 x 2,7 м. При этом, обладая собственной производственной базой, компания готова изготовить и нестандартный рекламоноситель, оснастив его всем необходимым в зависимости от целей и задач клиента. Не говоря уже о реализации таких запросов заказчика, как фирменный цвет и индивидуальный дизайн корпуса. Продукция компании прошла испытание временем в реальной эксплуатации зимой и летом в течение трех лет.

На выставке для демонстрации своих возможностей компания выбрала тактику полной открытости. Любому заинтересованному лицу можно было увидеть все детали предлагаемых скроллеров. Это в то время, когда производители высокотехнологичных решений стремятся скрыть свои секреты. Более того, из всех поставщиков аналогичных «моторных» готовых решений компания «М2» была единственной, кто предлагал отдельные компоненты своих систем. Отдельно от конструкции можно было приобрести «сердце»

скроллера — скроллерную систему, или же только короб без внутренней начинки, а также специальную бумагу и многое другое, необходимое операторам для успешной реализации своих задач.

Скроллерная система от РА «М2» обладает всем необходимым набором функций и предлагается в нескольких вариациях. Во-первых, это индивидуальное программирование системы — можно запрограммировать как количество демонстрируемых изображений, так и индивидуальное время экспонирования каждого плаката. Для эксплуатации конструкций внутри помещений предлагается специальная бесшумная система.

Компания также продемонстрировала новый носитель рекламных изображений для скроллерных систем — специальную бумагу. Материал, с одной стороны, имеет свойство бумаги, и изображение на нее может наноситься традиционной сольвентной технологией печати. С другой стороны, продукт имеет все качества пленки — такие, как влагостойкость, прочность, что повышает надежность экспонирования постеров, исключается возможность разрыва постера.

Александр Комаров подчеркнул: «Мы прошли трудный путь — прекрасно знаем, с какими проблемами может столкнуться оператор, и видим свою задачу в том, чтобы предупредить появление каких-либо сложностей в эксплуатации скроллеров. А выставка — хорошая возможность для получения обратной связи, общения с потенциальными клиентами».



Время — деньги

Ни для кого не секрет, что специализированная выставка — это не только источник знаний о текущих тенденциях, но и реальная экономия денег. Именно здесь порой можно провести грамотный мониторинг, договориться о специальных условиях и, конечно, проконсультироваться у настоящих специалистов, которых в обычное время на месте сложно застать. О тенденциях в мире готовых светотехнических решений нам удалось узнать на стенде компании «Русимпульс Проект», более 10 лет специализирующейся на разработке и производстве электронных светодиодных табло различного назначения.

Наиболее популярным для рекламщиков продуктом из товарной линейки компании являются бегущие строки. На первый взгляд в этом направлении мало что меняется. Хотя не заметить повсеместного распространения данной технологии просто невозможно — бегущие строки уже становятся неотъемлемым элементом наружного оформления и средством привлечения внимания. Как отметил директор компании «Русимпульс Проект» Александр Поликарпов, главным образом это продиктовано широкими возможностями бегущих строк по оперативности предоставления рекламной информации клиентам (например, по текущим акциям и специальным предложениям), а также немаловажным является и синхронный старт рекламы в разных торговых точках. Последнее особенно важно в век развития торговых сетей, ведущих свой бизнес в масштабах целой огромной страны. Но главная тенденция в этом направлении — это то, как растут масштабы инсталляций из бегущих строк.

Но не только в торговом секторе наблюдается рост. Интерес вызывает и промышленный сегмент. Предприятия под себя заказывают электронные отображения информации, облегчающие производственный процесс, например в режиме конвейерной сборки. Этот сегмент активно набирает обороты. Причем здесь речь идет не столько об эксклюзивных дорогостоящих заказах, а фактически об адаптации существующих решений под конкретные цели и задачи. Адаптируется электроника, ПО, и решения постав-



ляются в кратчайшие сроки. Проникновение светодиодных информационных технологий во все сферы деятельности идет высокими темпами, отмечают в «Русимпульс Проект».

И еще одна немаловажная деталь — работа с цветом. Красный, как основной в этой технологии, продолжает оставаться наиболее популярным, но появляются и другие расцветки монохромных решений. Однако в последнее время все чаще клиенты интересуются полноцветными изображениями, реализация которых ближе производителям больших светодиодных экранов. Так что между двумя различными сегментами граница постепенно размывается... В компании «Русимпульс Проект» поделились, что пока сознательно не вклиниваются в новый сегмент, готовы предоставлять широкий ассортимент монохромных изображений разных цветов, о чем свидетельствовали представленные на выставке решения. Стоит также отметить, что с этого года компания стала поставлять широкий ассортимент готовых серийных решений прямо со склада — это касается небольших габаритов «бегущих строк», табло валют, электронных часов и т.п. Все это можно не просто заказать, а фактически купить как в магазине — оперативно и по адекватной цене.

Более того, специально к выставке компания объявила о снижении стоимости на большинство моделей продуктов из своей линейки. Так, снижение цен на бегущие строки в среднем составило 15%, а по некото-

рым позициям достигло и 20%. По часам и табло экономия теперь может составить до 10% от прежнего уровня цен. Снижение стоимости — это также одна из ключевых тенденций на рынке, и следовать ей могут лишь те компании, которые не демпингуют, а грамотно оптимизируют свои бизнес-процессы. Как отметил Александр Поликарпов, главным конкурентом отечественных производителей является Китай, одновременно с этим растет число и российских производителей. А снижение цен — это хороший индикатор того, что рынок растет. Благодаря росту объемов продаж и стало возможным снижение цен.

2010 — 2011 гг. стали для компании новым витком развития — за год произошло существенное наращивание производственных мощностей, увеличился штат компании, расширился ассортимент выпускаемой продукции и существенно были снижены сроки исполнения заказов. Уже было отмечено выше, что весомая часть продукции отгружается в формате «день в день», но все же объем работ по заказу по-прежнему занимает весомое место в деятельности компании. Если в прошлом году в среднем отгрузка заказа осуществлялась в течение 20 рабочих дней, то сейчас этот показатель на уровне 10-ти. Гости выставки, среди которых много клиентов и партнеров компании «Русимпульс Проект» со всей России, первыми узнали эти новости и уже воспользовались выгодными предложениями, сэкономив не только деньги, но и время.

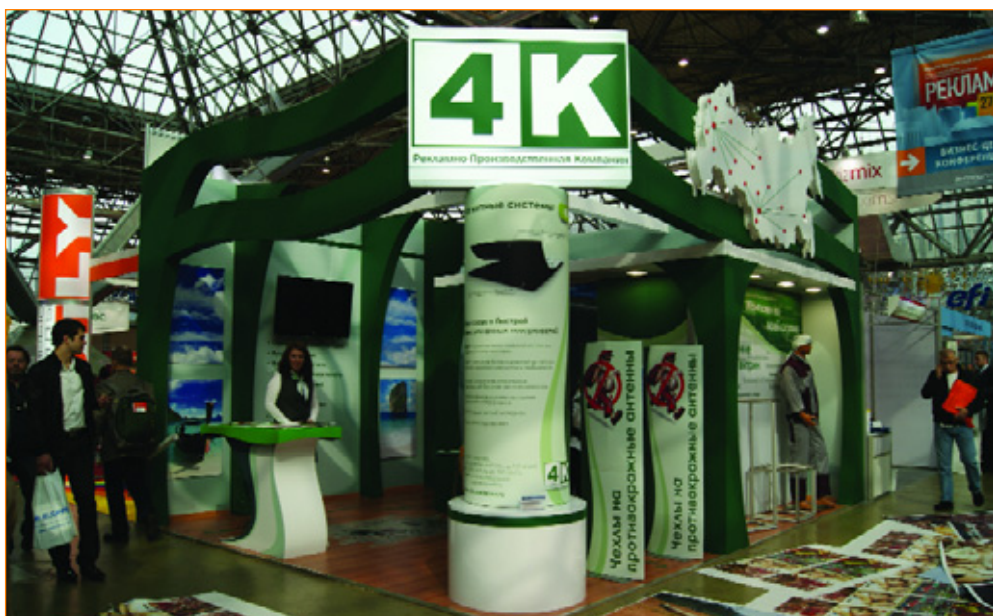


Магнитные технологии

Специализированная выставка, пожалуй, лучшая площадка для представления новинок. Казалось бы, гонка за клиента уже даже в рекламно-оформительской сфере перешла в соревнование стоимости услуг. Однако выставка показала, что всегда будут появляться уникальные решения, поражающие воображение и, как магнит, притягивающие к себе внимание. Продукт как раз такого свойства, причем во всех смыслах магнетического действия, представила компания 4К.

4К как самостоятельный проект на рынке наружной рекламы работает уже семь лет. И уже третий раз компания принимает участие в выставке «Реклама». Однако этот год отличается масштабом участия и тем, что было решено представить широкой аудитории. Изначально 4К специализировалась на услугах по широкоформатной печати, и в настоящее время она скопила немалый парк оборудования, охватив весь спектр цифровых печатных услуг в своем сегменте — от традиционной сольвентной печати до печати по жестким основам и тканям. Еще одним сильным направлением в деятельности компании является комплексное оформление фасадов, производство световых коробов, оформление мест продаж, включающее в себя производство различных стендов и поставку торгового оборудования. Именно с последним напрямую связан новый виток развития компании, которое всегда строилось по принципу удовлетворения пожеланий клиентов. Последняя новинка — магнитная система для монтажа рекламных изображений, которую компания представила на выставке, — тому подтверждение.

Магнитная система от 4К — это новое слово в быстрой смене рекламных поверхностей. Ключевой момент в ее применении заключается в том, что, однажды смонтировав жесткую основу Magvin, легко и просто произвести смену изображения. Размеры носителя Magvin — 1,37 x 20 м, а если необходим больший размер, полотна стыкуются между собой до достижения необходимого масштаба. Само изображение печатается на специальном носителе Parigon — магнитной бумаге, которая поставляется в рулонах шириной до 1,62 м. Это уникальный среди других монтируемых по магнитной системе материал — как по размеру, так и по ряду свойств. Одно из них — гибкость, что позволяет крепить сис-



тему не только на стенах, но и, например, на круглых колоннах. А благодаря своей легкости материал может крепиться и даже подвешиваться в любых местах, например непосредственно в витринах. Как заверяет продавец, по весу он привлекательнее своих аналогов. К тому же есть и другие уникальные качества материала, важные при реализации логистических задач, что очень важно для торговых сетей, которые ведут свой бизнес по всей территории России. Изображение, напечатанное на тонкой бумаге Parigon, может быть свернуто в маленький рулончик и не доставит хлопот для любой транспортной или курьерской компании. Таким образом, очень экономично, быстро и в кратчайшие сроки можно провести рекламную кампанию по всей России.

Нанесение изображения на материал не требует каких-либо уникальных печатных технологий. Здесь может применяться как печать UV-отверждаемыми красками, так и традиционная сольвентная печать. И в ближайшее время компания планирует предлагать этот материал через своих партнеров по всей России, а в Новосибирске уже сейчас работает через собственное представительство. Стоит также отметить, что магнитная система от 4К — экологически чистый продукт. Это свойство также выделяет ее из альтернативных решений.

Еще одним интересным решением, представленным компанией 4К на выставке, были текстильные системы. Эта технология уже получила определенное распространение на международном рынке, но все же ее популярность в России по сравнению с европейскими рынками пока меркнет. А между тем визу-

альные и тактильные свойства рекламы на ткани не перестают удивлять. Текстильные системы от 4К также можно смело отнести к экотехнологиям, что позволяет их применять без ограничений внутри помещений любых назначений и, конечно же, внутри торговых центров и магазинов. С магнитной системой их объединяют такие свойства, как легкость конструкции, простота монтажа и низкие логистические расходы. Здесь, как и в первом случае, не требуются специальные умения персонала, где, как правило, трудятся представители слабого пола, не владеющие навыками монтажников. Зато им привычны такие операции, как стирка и глажка, что применимо при использовании данной технологии. Текстильная система состоит из системы профилей, которая одноразово закупается заказчиком, и сменной основы. В штате компании есть все необходимое оборудование, чтобы обеспечить процесс подготовки текстильной основы для заказчика: специально оборудованный швейный цех и печатное производство расположены на одной территории, офис компании также находится в непосредственной близости, что обеспечивает должный контроль качества работы на всех этапах.

Подводя итог, Елена Михальчук, руководитель компании 4К, отметила, что интерес к новинкам был очень высок. Образцы разошлись уже в первый день работы, и пришлось срочно подвозить дополнительные материалы. В компании прогнозируют интерес к этой продукции со стороны как прямых клиентов, так и рекламных агентств. Всем нужны эффектные решения и высокоэффективные технологии, облегчающие работу.



В Новый год с «Нео-Неон»

В этом году выставка стала еще более актуальной для тех, кто ищет новогодние решения, а также их предлагает. У первых больше времени на осмысление и подготовку к главному празднику в нашей стране, а для поставщиков декоративной и праздничной светотехники — это дополнительное время на решение ряда возникающих производственных моментов. Поэтому в этом году компании охотнее и масштабнее представляли свои возможности и, конечно же, порадовали новинками.

Как отметил Тимур Гучмазов, руководитель отдела продаж ТК «Нео-Неон», перенос выставки на сентябрь для поставщиков декоративного освещения пошло только в плюс: «В условиях работы на территории такой огромной страны, как наша, все заказы в основном приходятся на октябрь и ноябрь. Я очень рад, что выставка наконец-то состоялась в сентябре. Это удобнее как экспонентам — представителям нашей индустрии, так и посетителям. Когда масштабные проекты начинают обсуждаться в середине ноября, а именно на таких мы и специализируемся, реализация их затрудняется из-за возможных трудностей. Поэтому обсуждать и продумывать все детали (проектирование, просчеты и монтаж) следует заранее — этот месяц сыграл на руку всем участникам процесса.

В следующем году «Нео-Неон» будет отмечать свое 20-летие работы на рынке. Огромный опыт позволяет компании быть законодателем моды в своем направлении. Представляем ряд новинок с выставки, которые, безусловно, заслуживают внимания.

Акриловые фигуры с момента появления на рынке активно привлекают внимание своим внешним видом. Поэтому неудивительно, что в этом году их ассортимент значительно расширен — наряду со сказочными героями, оленями, лебедями и другими персонажами на любой вкус появились и акриловые деревья высотой до 3 м. Теперь композицию можно сделать более гармоничной. Приверженцам натуральных материалов на выставке был предложен целый ряд световых объемных конструкций из ткани различных размеров и дизайна. Они изготовлены на металлическом каркасе, с использованием светодиодной подсветки и обтянуты



материей. Объемные конструкции могут использоваться для новогоднего оформления, инсталляций, праздников. Такие фигуры выглядят весьма натурально. По своей сути это уникальные изделия, фактически ручной работы. К тому же легкие и красивые, не требующие больших усилий при монтаже. Уже сейчас они активно начали появляться как в оформлении торговых центров, так и в частном секторе.

Самыми популярными по-прежнему остаются световые деревья «Сакура» — оригинальная имитация японской вишни. Яркие эффектные изделия предназначены для украшения и декоративного освещения зданий и ландшафтов. Их можно использовать и на улице, и в помещении. Каждый цветок состоит из трех светодиодов (RGB). Все изделия оснащены встроенным контроллером, который идет в комплекте с пультом управления, что позволяет оперативно и удаленно менять программы изменения цвета или же зафиксировать один цвет. Именно компания «Нео-Неон» первой реализовала уникальную программу — плавный перелив разными цветами. А высота этих деревьев увеличилась до 4,5 м.

Кроме того, на выставке были представлены новые вариации гирлянд «Радуга», в которых при сохранении своих потребительских качеств компания добилась улучшения технических характеристик — таких, как потребляемая мощность, яркость и возможность коммутации. Увы, но на рынке декоративной светотехники не обходится и без подделок, поэтому нужно быть внимательными при выборе. В отличие от под-

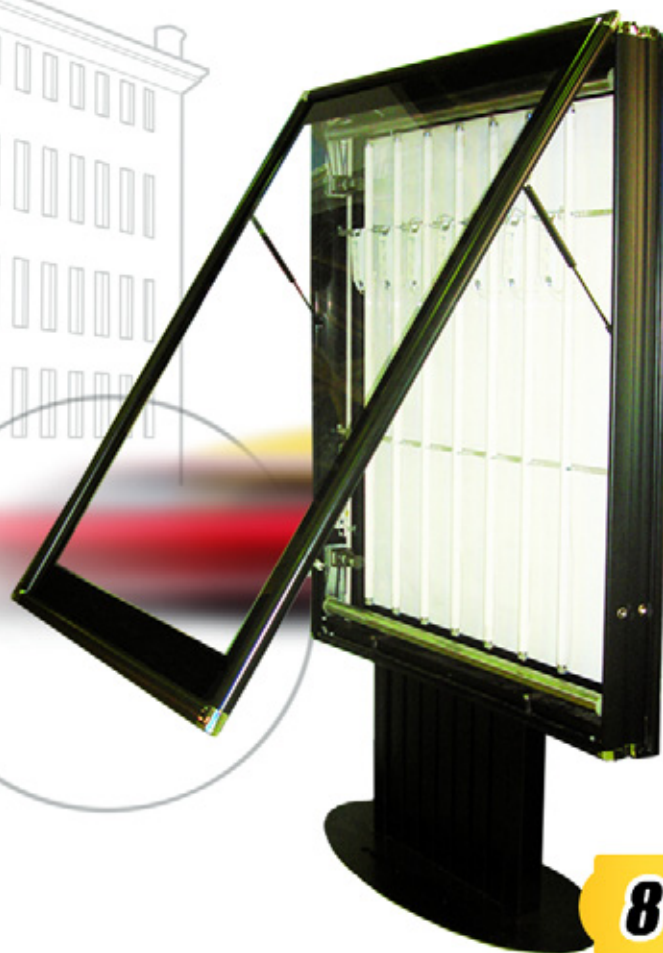
делок, оригинальные гирлянды оснащены стабилизатором напряжения — это позволяет увеличить яркость свечения гирлянды и срок службы в несколько раз. Кроме того, уникальная технология, применяемая в оригинальной гирлянде, позволяет достичь высокого уровня герметизации без использования силиконового геля и термоусадочной пленки (в подделке это заметно невооруженным глазом). На стенде компании «Нео-Неон» «Радугой» была оформлена елка, при этом часть гирлянды была опущена в воду, так что в герметизации сомневаться не приходится. Опять же благодаря стабилизатору напряжения эффект димминга в этой гирлянде заметно выделяется на фоне остальных решений.

Что-то одно выделить из новинок сложно. Перечень решений можно продолжать бесконечно: гирлянды системы спайдер, светодиодные RGB-ленты на 220 вольт, новые гирлянды с двумя чипами, меняющие цвет без контроллера, новые виды светодиодных занавесей с эффектом вспышки, с эффектом мерцания — все не перечислишь. Помимо новогодней темы объединяет их всех одно — это качество и надежность. Тимур Гучмазов рассказал, что прежде чем в ассортименте появляется новинка, она сама по себе проходит тщательный отбор по потребительским свойствам, проводятся маркетинговые исследования на предмет интереса со стороны заказчиков. Если продукт попал в число новинок, это автоматически означает, что он представляет особый интерес. Случайных новинок в компании «Нео-Неон» не бывает. ■



○ Световой короб
сити-формата

Металлопластиковый профиль
FormFactor. В 5 раз дешевле
алюминиевых аналогов



8 100 р.



11 600 р.

○ Роллерный механизм

Цифровые механизмы **BigPlakat**
для перемотки полосы постеров
в динамическом дисплее

**FORM
FACTOR**

○ Металлопластиковая
ферма

Металлопластиковый конструктор
выставочных стендов



600 р./м



**ЯРКИЕ
ТЕХНОЛОГИИ**



**Яркие лайтксы RAYGLER®
сделают Вашу рекламу эффективной!**

WWW.RAYGLER.RU

Лайтксы RAYGLER® – все дело в матрице!

Подделку достаточно легко распознать по тусклости и неравномерности подсветки: эти дефекты характерны для панелей, при создании которых используются низкокачественные матрицы.

Помните, что низкое качество подсветки вызывает отрицательный эффект от изображения у потребителя, негативно влияет на репутацию компании, а срок службы такого рекламного инструмента гораздо короче! Будьте аккуратны при выборе способа световой рекламы и остерегайтесь подделок!

RAYGLER®
СВЕТОВЫЕ, СВЕТОДИНАМИЧЕСКИЕ И EL ПАНЕЛИ,
ЛАЙТКСЫ И СВЕТОВЫЕ POS МАТЕРИАЛЫ



ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ

32

ARDIS

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ
(495)649-60-77

с нами Вы станете ЗАМЕТНЕЕ

info@ardisreklama.ru



ЩИТОВАЯ РЕКЛАМА

www.ardisreklama.ru

КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ

СТЕЛЛЫ

НЕОНОВАЯ РЕКЛАМА

СВЕТОДИОДНАЯ РЕКЛАМА

ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ

СВЕТОВЫЕ КОРОБА

МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ БУКВЫ

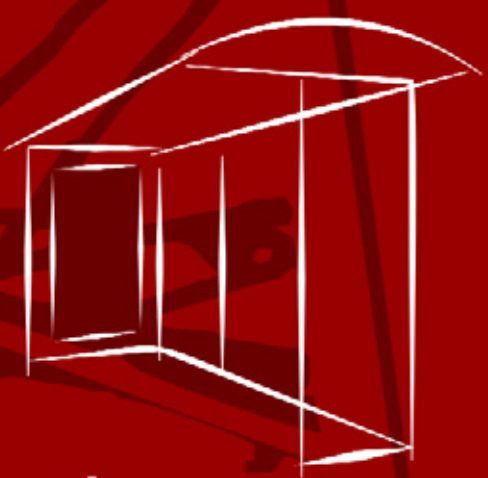
ПИЛОНЫ

СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

ФАВОР ГАРАНТ

Производство и монтаж:
все виды рекламоносителей,
металлоконструкции,
уличная мебель



Весь ассортимент уличной мебели

favor@trivision.ru

тел./факс. +7 (812) 333-18-33

www.favor-garant.ru

Интерьерные неоновые светильники

На российском рынке появился новый тип интерьерных неоновых торшеров. Это совершенно необычные светильники, совмещающие в себе такие качества, как удобство в использовании, индивидуальность, функциональность и, конечно же, красоту. Рассказывает о них разработчик решения — компания «НЕОНГЭЛЭРИ».

Неоновый торшер — оригинальное, многофункциональное и одновременно создающее атмосферу праздничного настроения решение. Данное изделие хорошо заменит ночной светильник, плавно регулировать яркость свечения неоновой трубки позволяет установленный в основании устройства соответствующий регулятор. В то же время легким движением руки можно превратить светильник в яркое красочное украшение веселого праздника.

Основное преимущество светильника — быстро и легко заменяемые неоновые лампы: достаточно выключить светильник из сети, и менее чем за одну минуту можно заменить одно изделие из неоновой трубки на другое. В комплекте данного решения поставляются три неоновые лампы различной формы и свечения. Также наша компания может изготовить неоновые лампы для данного светильника по эскизам и желаниям клиента. Таким образом, вы можете сами создать свой индивидуальный и неповторимый светильник, удивляя родных, близких, друзей.

Конечно же, этот неоновый светильник не остался без внимания и со стороны рекламного бизнеса. Многие заказчики, обратившиеся с вопросом приобретения этого изделия, просили изготовить неоновые лампы в виде слов «открыто», «24 часа» и т.д. Им удобно: приобретая один светильник, они получают три неоновых изделия. Установить их можно и при входе, и на барной стойке. В процессе работы заведения лампы могут менять и цвет, и свечение надписей «открыто» и «закрыто» — все зависит от фантазии клиента.

Лично от себя хотелось бы добавить: грядущие праздники обещают быть яркими, красочными и, надеюсь, всем доставят массу приятных впечатлений. Мы производим множество различных интересных и необычных вещей из неона и светодиодов, которые украсят ваш праздник. Приходите, мы вас ждем. Всех с наступающими праздниками!

С уважением, генеральный директор
ООО «НЕОНГЭЛЭРИ»
Федоров Евгений Вячеславович

Контакты:

ООО «НЕОНГЭЛЭРИ»

г. Подольск,

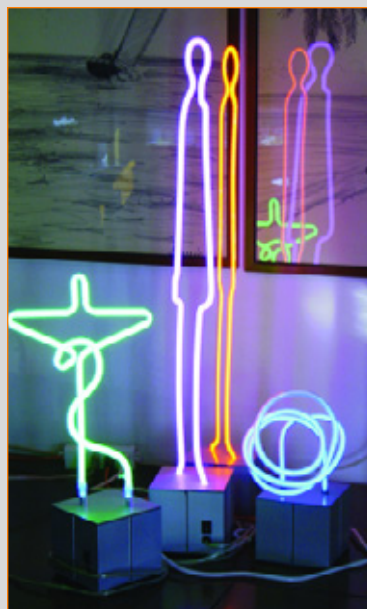
Художественный пр., д. 2

тел.: (495) 971-03-13, (4967) 58-42-51

тел./факс. (495) 542-22-51

м. тел. 8-926-203-55-11

www.neongallery.ru





VINBERRY ОФОРМИЛСЯ



РПК «ЛазерСтиль» осуществила оформление алкогольного бутика VINBERRY. Магазин расположен в Москве на территории ТЦ «Золотой Вавилон».

Основой вывески является фриз из алюмокомпозитных панелей, закатанных высокоресурсной виниловой пленкой. На нем закреплены накладные буквы «Лучшие цены выбери!», которые вырезаны лазером из прозрачного акрилового стекла толщиной 10 мм, лицевые поверхности букв закатаны виниловой пленкой. Украшает фриз аппликация из виниловой пленки — «виноград» и логотип. Последний выполнен с применением полноцветной печати. Также компанией были изготовлены и смонтированы полноцветные навигационные элементы по всему торговому залу: 27 подвесных двухсторонних конструкций размером 700 x 320 мм и 45 двухсторонних элементов размером 700 x 185 мм с креплением на полках.

ВЫВЕСКИ СМЕНЯЮТ РЕКЛАМНЫЕ СЕТКИ



На месте строительной сетки на Смоленской площади, д. 54, появились два новых салона — парфюмерный «Л'Этуаль» и салон связи МТС.

Наружное рекламное оформление магазина «Л'Этуаль» представляет собой комплекс из нескольких конструкций разного типа: козырек с выносом в 2 метра, с неоновой подсветкой, изготовленный из нержавеющей трубы диаметром 70 — 50 мм; входной портал в виде световых пилонов с лицевой поверхностью из монолитного поликарбоната; 2-секционная вывеска из композитного материала со световыми объемными буквами и открытыми неоновыми трубками. Стоит отметить, что подсветка букв имеет разный цвет свечения при дневном и ночном времени суток. Кроме того, на фасаде был установлен световой двусторонний панель-кронштейн. Благодаря продуманности сочетания предложенных технологий и применяемых световых эффектов внешний вид парфюмерного салона оставляет запоминающийся образ для прохожих. Для салона МТС была изготовлена и установлена вывеска из глянцевого композитного материала с фирменными световыми элементами: формованная эмблема в виде «цифровой кнопки», объемные цельноклееные световые буквы «МТС» со светодиодным наполнением, а также основа вывески — световой короб с инкрустированной в лицевую поверхность надписью «САЛОН СВЯЗИ», выполненной из прозрачного акрилового стекла толщиной 15 мм. Помимо вывески на усиленной части основного композитного короба был установлен двусторонний световой панель-кронштейн с двумя формованными элементами.

Примечательно, что изготовление рекламных конструкций для обоих салонов было доверено компании ReSeM, которая уже на протяжении нескольких лет успешно сотрудничает с обеими сетями салонов.



ПРАЗДНИЧНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИЙ



- СВЕТОДИНАМИЧЕСКИЕ ЕЛИ (до 30 м)
- СВЕТОВЫЕ ФОНТАНЫ И ДЕРЕВЬЯ
- СВЕТОДИОДНЫЕ ГИРЛЯНДЫ НА МОСТАХ И ОПОРАХ ОСВЕЩЕНИЯ
- ОБЪЕМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ СО СТРЕЙЧ-ТЕХНОЛОГИЯМИ
- КОММУНИКАТИВНЫЕ АКЦИИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ

Москва, ул.Буракова, д.27, корп.1
Тел./факс: +7 (495) 662-94-64
E-mail: info@kodimir.ru
www.kodimir.ru

Хотите сделать эффективной почтовую рассылку своих рекламных материалов и при этом неплохо сэкономить?



Рассылайте вместе с «НАРУЖКОЙ»!

Телефон для справок: (495) 234-74-94 (многоканальный)
E-mail: info@RiDcom.ru

XSTREAM

полное наружное и интерьерное оформление
тонкие световые панели
нестандартное торговое оборудование и P.O.S.

ГАРАНТИЯ СРОКОВ,
КАЧЕСТВА
И УСПЕШНОГО
ВЫПОЛНЕНИЯ
ПРОЕКТОВ
ПО ВСЕЙ РОССИИ!



* Все работы выполнены в октябре 2011 г.

Компания «ИКСТРИМ»

(495) 797-80-70

www.xstream.ru

Все виды тонких световых панелей - на новом сайте www.xstylepro.ru



Новые технологии для старейшего банка России

В отделениях Сбербанка — крупнейшего финансового учреждения страны — продолжаются работы по замене элементов наружного и интерьерного оформления. Ребрендинг, начатый в 2009 году, предполагает реформатирование всех структурных подразделений банка в соответствии с обновленным имиджем. Существенно обновились и средства визуальных коммуникаций бренда, став значительно современнее и эмоционально привлекательнее. Перед компанией «ЛаТек» была поставлена задача привести в соответствие с новым имиджем конструкции средств наружного и интерьерного оформления отделений Сбербанка.

Главный корпоративный цвет Сбербанка в процессе ребрендинга получил полутоновые градиенты, придающие новому логотипу легкость и объем. Природно-зеленые полутона с «солнечным бликом» создают ощущение теплоты и прозрачности. Для сохранения этого основного эффекта потребовались и современные технологии и материалы.

Одним из наиболее сложных технологических решений, разработанных «ЛаТек» в процессе работы над кат-гайдом Сбербанка, оказалась реализация такой важной имиджевой конструкции, как крышная установка. Основную сложность технического решения представляла необходимость добиться яркого и насыщенного полноцветного изображения знака как в светлое время суток, так и в темное, при включенной системе подсветки. Для решения этой задачи в конструкции было использовано независимое полноцветное изображение знака для светлого и темного времени суток. Дневное изображение было выполнено на непрозрачной (перфорированной) основе, окрашенной в цвета корпоративной символики банка методом полноцветной аэрографии автоэмалиями. Система подсветки знака в темное время суток представляла собой полноцветную светодиодную матрицу, интегрированную в перфорированную основу. Были использованы модули различных оттенков желто-зеленого спектра, создающие очень яркое и насыщенное изображение. Общее количество светодиодов — около 70 тысяч, что обеспечило плавность цветового перехода, характерную для нового логотипа Сбербанка.

В ходе работы также была решена задача по расчету параметров светодиодной матрицы для правильного вос-



приятия конструкции на разных расстояниях и при разных углах обзора.

Интересно, что данная конструкция необычайно привлекательна при включенной подсветке и в светлое время суток, что для подобных конструкций не типично. Полноцветная светодиодная подсветка днем выделяется яркостью и насыщенностью

цветового восприятия среди стандартных средств наружной рекламы этого типа.

Как и большинство конструктивных решений, разработанных «ЛаТек» в рамках проекта ребрендинга Сбербанка, данная технология предполагает серийное производство. ■

УФ - Печать

3360

VUTEK™

QS 3200



любой рулонный
листовой материал
высотой до 5см,
шириной до 3.2м

755-36-22
926-06-82

баннер, пленка, бумага, стекло, пластик, металл, дсп, плитка, зеркало, кожа

Широкоформатная печать

ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

360-1440 dpi

ARDIS
PRINT

пленка

баннер

бумага

сетка

ткань

холст

ламинация

Москва, ул. 1-я Фрезерная, д. 2/1, стр.1, e-mail: info@ardisprint.ru

www.ardisprint.ru

+7 (495) 649-60-77





ПРОИЗВОДСТВО НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖКА

38

| ФИРМА | ТЕЛЕФОН | ФАКС | САЙТ | ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ |
|---|---|---|--|---|
| 4К | 543-8863. 987-3975 | 543-8863. 987-3975 | www.4k-reklama.ru | Световые короба, объемные буквы, оклейка автомобилей, нестандартные конструкции. |
| ARDIS | 649-6077 | 649-6077 | www.ardisreklama.ru www.ardisprint.ru | Изготовление, монтаж, гарантийное обслуживание всех видов наружной и интерьерной рекламы. |
| RAYGLER | 790-2523, 775-7665 | 790-2523, 775-7665 | www.raygler.ru | Сверхтонкие световые панели для уличного использования, тонкие лайтбоксы. |
| ReSeM (Ритейл Сервис Менеджмент) | 727-3500 | 727-3500 | www.resem.ru | Проектирование. Производство. Монтаж любых видов наружной рекламы, световые короба, объемные буквы (неон, LED-подсветка). Крышные установки, входные группы, козырьки, стелы, пилоны. Регистрация СНРИ. |
| Альтима | 727-1894 | 727-1894 | www.altima-sign.ru | Вывески, световые короба, брендмауэры, объемные буквы, неон, крышные установки, нестандартные конструкции. Оформление витрин. Комплексное оформление. |
| ВЕСТА ЛАЙТ | 745-3646 930-8510 | 745-3646 930-8510 | www.vestalight.ru | Вывески. Световые буквы. Крышные установки. Входные группы. Витрины. Неон. Фрезеровка. |
| ВИТА | 930-8010 | 745-3646 | www.atvscreens.ru | Светодиодные дисплеи. |
| Группа компаний «Призматрон», г.Омск | (3812) 948-332, 949-064, 949-067, 949-068 | (3812) 948-332, 949-064, 949-067, 949-068 | www.prizmatron.ru | ПРИЗМАТРОН — трехпозиционные динамические рекламные установки любых типоразмеров. Роллерные дисплеи. Динамические рекламные тумбы Joker, Tower. |
| ЗЕНОН — Рекламные Поставки | 105-0506 | 105-0506 | www.zenonline.ru | Электронное и информационное оборудование: табло курсов валют, табло «Бегущая строка», электронные часы и др. Изготовление любых конструкций на заказ. |
| ИКСТРИМ | 797-8070 | 797-8070 | www.xstream.ru | Неон, объемные буквы, световые короба, крышные установки, отдельностоящие рекламные конструкции. Термоформовка объемных букв, логотипов. Конструкции из Alucobond, Dibond. |
| Кодимир | 662-9464 | 662-9464 | www.kodimir.ru | Реклама из стекла, дизайн, вывески, козырьки, архитектурная подсветка, облицовка фасадов (Alpolic, Dibond). Флажные конструкции. |
| ЛазерСтиль | 734-9156, 374-2962, 374-3311 | 374-3311 | www.laserstyle.ru | Все виды наружной и интерьерной рекламы. Буквы из нержавеющей стали. Неон. Вывески со светодиодами. |
| МЕДИА-ВИЖН | 755-3622, 926-0682 | 755-3622, 926-0682 | www.media.v.ru | Световые короба, штендеры, вывески. |
| НЕОНГЭЛЭРИ | 971-0313 / 542-2251 | 971-0313 / 542-2251 | www.neongallery.ru | Производство неона, вывесок, рекламных конструкций. |
| РЕДИУС — рекламные динамические установки, г.Омск | (3812) 272-062, 272-060 | (3812) 272-062, 272-060 | www.redius.ru | Призматричные конструкции. |
| Русимпульс Проект | 645-7088, 638-5125 | 645-7088, 638-5125 | www.rusimpuls.ru | Электронные часы, табло обмена валют, табло для спортзалов, метеостанции, «бегущие строки», модули для стел АЗС, иные табло по индивидуальным заказам. |
| ФАВОР-ГАРАНТ Санкт-Петербург | (812) 333-18-33 | (812) 333-18-33 | www.trivision.ru | Все виды рекламоносителей и уличной мебели |

ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ



| ФИРМА | ТЕЛЕФОН | ФАКС | САЙТ | ТИП ПЕЧАТИ |
|-------------|---------------------------------|--------------------|--|---|
| 4К | 543-8863. 987-3975 | 543-8863. 987-3975 | www.4k-reklama.ru | Печать на любых материалах, УФ — печать, печать на ткани, широкоформатная печать. |
| ARDIS PRINT | 649-6077 | 649-6077 | www.ardisprint.ru www.ardisreklama.ru | Широкоформатная печать 360-1440 dpi. |
| Кодимир | 662-9464 | 662-9464 | www.kodimir.ru | Широкоформатная полноцветная печать на баннере, сетке, самоклеящейся пленке, бумаге. |
| ЛазерСтиль | 734-9156, 374-2962, 374-3311 | 374-3311 | www.laserstyle.ru | Широкоформатная печать для наружной и интерьерной рекламы, разрешение до 1440 dpi. Печать на ткани. |
| МЕДИА-ВИЖН | 755-3622, 926-0682 | 755-3622, 926-0682 | www.media.vu | УФ-Печать 1080 dpi, интерьерная 720-1440 dpi, ш/ф печать 360 dpi. |
| Нью-Тон, РА | 231-1010 | 231-1010 | www.new-tone.ru | Полный комплекс услуг по широкоформатной и интерьерной печати. Разрешение 360-1440 DPI. Печать на самоклейке, виниле, сетке, бумаге, ткани, пластике. Печать полиграфической продукции. |

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ



| ФИРМА | ТЕЛЕФОН | ФАКС | САЙТ | ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------|--|--|
| 4К | 543-8863. 987-3975 | 543-8863. 987-3975 | www.4k-reklama.ru | Ростовые фигуры, стерео-варио, нестандартные конструкции, УФ-печать. |
| ARDIS | 649-6077 | 649-6077 | www.ardisreklama.ru www.ardisprint.ru | Комплексное решение оформления мест продаж. Изготовление P.O.S.-материалов воблеры, шелфтокеры, мобайлы, диспенсеры, ростовые фигуры, ценники, монетницы. |
| RAYGLER | 790-2523, 775-7665 | 790-2523, 775-7665 | www.raygler.ru | Сверхтонкие световые панели, лайтксы, динамические и мультимедийные дисплеи, световые POS материалы. |
| ReSeM (Ритейл Сервис Менеджмент) | 984-2010 | 984-2010 | www.resem.ru | Интерьерные свет. короба, ультратонкие свет. панели, промо-стойки, ресепшн-стойки, информац. стойки, нестандартные конструкции, прилавки, торговое оборудование, витрины. Комплексное оформл. торговых площадей. |
| ЛазерСтиль | 734-9156, 374-2962, 374-3311 | 374-3311 | www.laserstyle.ru | Производство P.O.S.-материалов. Дисплеи, промостойки, лайтбоксы, акрилайты, шелфтокеры и др. Вакуумная формовка. Комплексное оформление мест продаж. |
| МЕДИА-ВИЖН | 755-3622, 926-0682 | 755-3622, 926-0682 | www.media.vu | Комплексное оформление магазинов. |
| Нео-Неон | 665-4848 | 665-4848 | www.supersvet.ru | Декоративное освещение: дюралайт, световые занавесы, стробы, сетки, гирлянды, садовые светильники, световая продукция и т. д. |
| Русимпульс Проект | 645-7088, 638-5125 | 645-7088, 638-5125 | www.rusimpuls.ru | Электронные часы, табло обмена валют, табло для спортзалов, метеостанции, «бегущие строки», модули для стел АЗС, иные табло по индивидуальным заказам. |

РАЗМЕЩЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



| ФИРМА | ТЕЛЕФОН | ФАКС | САЙТ | РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ |
|-------------|--------------------|--------------------|-----------------|--|
| Нью-Тон, РА | 231-1010 | 231-1010 | www.new-tone.ru | Реклама на транспорте, наружная реклама (транспаранты-перетяжки, билборды, большие форматы, сити-форматы и т.д.), реклама в метро, indoor-реклама (в автосалонах, бизнес-центрах, фитнес-центрах). |
| Кодимир | 662-9464 | 662-9464 | www.kodimir.ru | Размещение рекламы на перетяжках. |
| МЕДИА-ВИЖН | 755-3622, 926-0682 | 755-3622, 926-0682 | www.media.vu | Рекламные конструкции в г.Видное и г.Мытищи. |



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖНАЯ

39

