



Крышная установка «РОСНАНО»

Изготовитель: РПК «ЛазерСтиль»





наружная и интерьерная реклама

- наружные и интерьерные вывески
- крышные установки
- комплексное оформление фасада
- 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
- проектирование рекламы и экспертиза объектов
- обслуживание рекламных конструкций

оборудование и материалы продажа

- фрезерно-гравировальные станки, 3-х мерные, 3D
- станки для лазерной резки и гравирования
- режущие плоттеры для резки рулонных материалов
- расходные материалы и запасные части к предлагаемым станкам
- системы светодиодной подсветки
- светодиодные видеоз экраны: продажа, аренда
- прочее оборудование

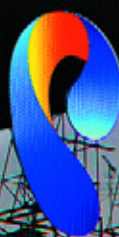
www.maxismart.ru



МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ

ОРИГИНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН
НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

www.altdesign-studio.ru



Ростелеком



фирменный
стиль



логотип



макеты
для печати



бренд бук



упаковка



интерьеры



оформление
фасадов



P.O.S.



торговое
оборудование



подсветка
зданий



выставочные
стенды



сувенирная
продукция

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

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, Остapовский 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:

ARDIS 34 /
ARDIS PRINT 37 /
MSV 20 /
RAYGLER 25 /
ReSeM 11 /
Акведук реклама 36 /
Альтима 2-я обл. /
Апельсин РГ 31, 32 /
ВизАрт 34 /
ВИТА 21 /
ГК ПРИЗМАТРОН 4-я обл. /
ДЕФЕРО 30 /
ИКСТРИМ 35 /
Кодимир 24 /
Компания Big Plakat 13 /
ЛазерСтиль 1-я обл., 5 /
ЛаТек 7 /
Нео-Неон 29 /
Нью-Тон 10 /
РЕДИУС 32 /
Русимпульс Проект 27 /
Сенсорный Мир 28 /
ФАВОР-ГАРАНТ 24



Уважаемые друзья!

Сентябрь и октябрь были очень насыщены событиями. Надеюсь, вы уже успели в прошлом номере прочитать о «Знаковых» призерах — 2012». Могу лишь добавить, что награждение призеров состоялось, все дипломы вручены, и теперь в каждом последующем номере мы будем более подробно знакомить с проектами, которые заняли первые места. Но это в будущем. Этот же номер главным образом посвящен событиям и проектам компаний, которые были представлены на 20-й международной специализированной выставке «Реклама-2012», где, кстати, и проходило награждение призеров 8-го Международного конкурса наружной рекламы «Знак». На сайте выставки «Реклама» (<http://www.reklama-expo.ru>), на портале Signbusiness.ru, а также нашей страничке в Facebook (<http://www.facebook.com/narozhka>) вы можете ознакомиться с фоторепортажами с мест событий. Это будет интересно и тем, кому удалось посетить выставку «Реклама» в этом году, и тем, кто по каким-то причинам не смог это сделать. Последним будет также полезен обзор новинок и тенденций в рекламе, представленный в этом номере. Здесь вы почерпнете много интересного.

Екатерина Бобкова, редактор

www.ridcom.ru

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



СОБЫТИЯ

6 Новости

РЕГИОНЫ

Обзор

14 Рынок наружной рекламы Барнаула

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ

19 Новости

ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИИ

20 Showroom

Компания

22 «Фавор-Гарант»

Обзор

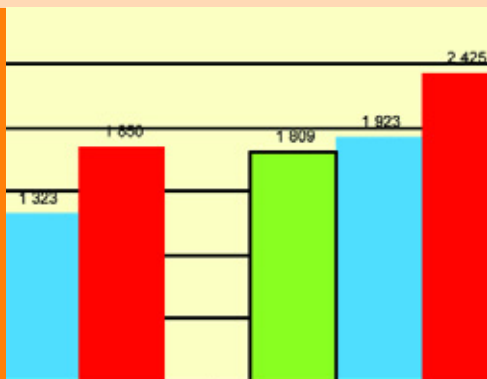
26 Новинки с выставки «Реклама-2012»

ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

33 Галерея

37 ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

38 СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ



6 Российский рекламный рынок в 2012 году ожидает 12-процентный рост, опережающий увеличение глобальных расходов на рекламу и среднюю динамику роста по Восточной Европе.



14 В Барнауле ожидается постепенное снижение цен на аренду рекламоносителей.



22 Проект «Аутдоринг» — качественно новый формат в презентации товаров и услуг.



26 Наиболее интересные проекты из области услуг по производству наружной рекламы и готовых решений на «Рекламе-2012».



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>



Россия продолжит укреплять рекламное лидерство в Центральной и Восточной Европе

Общемировые расходы на рекламу в 2012 году вырастут на 3,8% по сравнению с прошлым годом и достигнут \$502 млрд. Российский рынок в 2012 году ожидает 12-процентный рост, опережающий увеличение глобальных расходов и среднюю динамику роста по Восточной Европе. Такие цифры приводит ZenithOptimedia в своем новом прогнозе развития рекламного рынка.

Медиа-коммуникационная сеть ZenithOptimedia понизила свой прогноз по росту глобальных рекламных затрат в 2012 году по сравнению с прошлым годом с 4,3% (было в прошлом, июльском прогнозе) до 3,8%. Рост в 2013 году составит 4,6%, а в 2014-м — 5,2%.

В ответ на продолжающуюся экономическую нестабильность в еврозоне рекламодатели снизили маркетинговые расходы в этом регионе. ZenithOptimedia предполагает, что по итогам года расходы на рекламу в зоне евро сократятся на 3,1% по сравнению с прошлым годом. В Италии, Испании, Португалии и Греции экономический спад усилился. По прогнозам, рекламные рынки этих стран по итогам 2012 года покажут отрицательную динамику развития. В частности, расходы на рекламу в Италии сократятся на 6,5%, а в Греции — на 33,2%. Однако некоторые страны еврозоны, такие как Австрия и Германия, продемонстрируют номинальный рост.

В 2013 году ZenithOptimedia ожидает скромного роста рекламных бюджетов в зоне евро — на 0,9%, а в 2014-м — на 2,3%, при условии, что дальнейший экономический спад не продолжится.

Ситуация в зоне евро продолжает оказывать негативное влияние на прогноз относительно роста во всем европейском регионе — он понижен с 0,4% до -0,7% в Западной Европе и с 6,2% до 1,8% в Центральной и Восточной. Несмотря на снижение темпов роста в 2012 году, рынок Центральной и Восточной Европы быстро восстановится и уже в 2013 году покажет рост на 7,4%, а в России, продолжающей оставаться в авангарде рекламного роста, ожидается небольшое увеличение с 12% в 2012 году до 14% в 2013-м. Россия продолжает оставаться самым крупным рекламным рынком в Центральной и Восточной Европе. Ее доля составляет 36% в регионе. ZenithOptimedia прогнозирует, что к 2014 году доля еще вырастет — до 41%.

В ближайшие два года ожидаются перемены в списке крупнейших рекламных держав — в 2013 году Бразилия обойдет Великобританию по объему рекламного рынка, а в 2014-м Россия обойдет Канаду и станет 9-м по размеру рынком в мире.

Интернет продолжает являться самым динамично растущим медиа в мире. Расходы на рекламу в этом медиа будут расти в среднем на 15% в год в период с 2011 по 2014 гг. Одними из самых быстро растущих форматов являют-

ся реклама в социальных медиа и видеореклама в Сети. В целом, по прогнозу ZenithOptimedia, интернет-реклама продолжит увеличивать свою долю в общих рекламных расходах, с 16% в 2011 году до 21,4% в 2014-м. Интернет уже занимает более чем 25-процентную долю рекламного рынка в пяти странах (Дании, Норвегии, Южной Корее, Швеции и США). В 2014 году в семи странах мира (Австралии, Канаде, Норвегии, Южной Корее, Швеции и Великобритании) эта доля вырастет до 30%.

Доля телерекламы также растет — с 36,9% в 2005 году до 40,2% в 2011-м. «Телесмотрение» увеличивается, самые заметные события на телевизионном рынке привлекают рекордную аудиторию. Ожидается, что в 2012 году спортивные мероприятия мирового масштаба позволят ТВ увеличить свою долю в общем рекламном пироге до 40,4%.

По прогнозу ZenithOptimedia Group Russia, по итогам 2012 года российский рынок вырастет на 12% относительно предыдущего года. Расходы на рекламу достигнут 296,4 млрд рублей.

Российский рынок продолжит расти быстрее глобального и восточноевропейского, однако перспективы роста российской экономики продолжают оставаться зависимыми от международных цен на сырьевые ресурсы. По прогнозам Economist Intelligence Unit, средние цены на нефть продолжат оставаться на высоком уровне в 2013 — 2016 гг. МВФ прогнозирует рост российского ВВП на 4% в 2012-м и на 3,9% в 2013 г. Спрос на товары и услуги, согласно данным Росстата, также продолжает медленно расти и остается одним из основных двигателей роста. Интернет-реклама, расходы на которую в прошлом году впервые превзошли затраты на рекламу в прессе и ООИ, продолжит динамичное развитие — на 35% в 2012 году. К 2014 году ее доля в общих расходах на рекламу достигнет 25,4% (в 2011-м она составила 15,9%). Нишевое ТВ также опережает другие медиа по динамике роста.

Медленнее других растут реклама в прессе и наружная реклама. Их доли в общем «рекламном пироге» будут снижаться с 15% и 13% соответственно в 2011 году до 12% и 12% в 2014-м. Прирост на рынке наружной рекламы за 2012 год прогнозируется на уровне 9% и составит 37 390 млн рублей.

Объем рекламы в средствах ее распространения в России (млн рублей, без НДС)

Сегменты	2009	2010	2011	2012 (прогноз)
Телевидение (в т.ч. кабельно-спутниковое)	96 400	110 800	131 060	141 630
Печатные СМИ (газеты, журналы, рекламные издания)	35 600	38 000	40 400	41 900
Радио	9 253	10 300	11 845	13 870
Наружная реклама	25 200	29 700	34 300	37 390
Интернет (в т.ч. контекстная реклама)	19 133	26 800	41 800	56 450
Прочие носители (в т.ч. indoor и кинотеатры)	2 200	3 100	4 092	5 150
ИТОГО:	187 785	218 700	263 497	296 390

Источник: ZenithOptimedia Group Russia

ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ

(495) 983-05-19 www.latec.ru



«Мир меняется идеями» на Red Apple

18 — 19 сентября в Москве проходил 22-й Московский международный фестиваль рекламы и маркетинга Red Apple. 19 и 20 сентября в Центре Digital October провели семинары и мастер-классы свыше 80 представителей ведущих рекламных агентств, компаний-рекламодателей. На церемонии награждения победителей было вручено 35 «золотых яблок».



В 2012 году на Red Apple было подано 1313 работ в 16 номинациях. Председателем международного жюри ММФР-2012 стал креативный директор американского независимого агентства DROGA5 Кевин Брэди. Агентством года признан «Восход» (Екатеринбург). У екатеринбуржцев один Гран-при — за кампанию «Заставь политиков работать» для портала Ura.ru. Проект был признан лучшей наружной рекламой этого года. Также у РА «Восход» четыре «золота», четыре «серебра», одна «бронза» и еще 9 работ, которые вошли в шорт-лист.

Кампания «Заставь политиков работать» продвигает специальный проект Ura.ru Roads, посвященный ремонту городских дорог. Екатеринбург — четвертый город в России. И один из последних по качеству дорог. Местный портал Ura.ru, который пишет о жизни города, не раз поднимал эту проблему. Но чиновникам, ответственным за ремонт дорог, нет никакого дела до этих ям. Кажется, единственное, что их волнует, — это их собственный PR, считают в Ura.ru. Было решено напрямую связать дыры в асфальте с имиджем конкретных политиков. Ночью на трех ямах в центре города были нарисованы знакомые всем лица: губернатора, мэра и главы администрации. Новость о карикатурах со ссылкой на Ura.ru разошлась молниеносно. Вся страна ждала реакции, и чиновники уже не могли оставаться в стороне. Три банки краски и 24 часа усиленного пиара сотворили чудо — все три ямы отремонтировали. Так был запущен специальный проект Ura.ru Roads, посвященный ремонту городских дорог. Новость об акции появилась в более чем 300 СМИ и вышла далеко за пределы России. Посещаемость Ura.ru в период акции увеличилась в 2 раза. Но главное — чиновники взялись за работу. Еще один Гран-при получила компания Look At Me Moscow за широко известную кампанию «Лох парковки» (в этом году проект был отмечен золотой наградой на Международном фестивале рекламы «Канские львы») — мобильное приложение для городского интернет-СМИ The Village, которое принадлежит Look At Me. Идея проекта Parking Douche — борьба с неэтичной парковкой. Создатели решили с ней бороться с помощью силы social media. (подробности в Наружке №138).

День Бренда 2012: сценарии развития рынка наружной рекламы

30 ноября в рамках двухдневной бизнес-конференции «День Бренда 2012» состоится отраслевая конференция, посвященная развитию рынка наружной рекламы. На мероприятии участники обсудят сценарии дальнейшего развития ООН-сегмента, а также разберут лучшие экспертизы глобальных и локальных рынков с различных точек зрения — клиента, агентства, оператора, архитектора. Конференция будет организована коммуникационным агентством Posterscope Russia совместно с содружеством «РусБренд» и Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР).

Глобальный рынок ООН активно развивается, предлагая рекламодателю все более комплексные и технологичные решения его маркетинговых задач. Драйверами роста становятся инновационные платформы, новые интерактивные форматы коммуникации с потребителем, совершенствование моделей планирования и измерения эффективности outdoor-проектов.

В течение нескольких последних лет в российской индустрии наружной рекламы происходят существенные изменения, способные определить вектор дальнейшего развития outdoor-рынка. Глобальные процессы, связанные с new media, появлением новых digital-форматов в outdoor и дополнительными вариантами интеграции бренда в городскую среду, увеличивают потенциал сегмента наружной рекламы в коммуникации бренда с потребителем в конкурентной среде. На текущем этапе качественные изменения российского ООН-рынка могут осуществляться с учетом лучших международных практик, которые делают возможной реализацию креативных и инновационных ООН-решений.

В рамках Posterscope Outdoor Day участники рассмотрят сегмент наружной рекламы в контексте глобальных трендов как неотъемлемую составляющую городского ландшафта. Представители Posterscope Worldwide расскажут о новых возможностях наружной рекламы и интегрированных решениях, а также рассмотрят яркие кейсы других рынков. Ведущие рекламодатели поделятся опытом решения маркетинговых задач через ООН-проекты, раскроют роль наружной рекламы в коммуникации бренда с потребителем в конкурентной среде. Представители Мосгорпарка и операторов уделят внимание существующим возможностям интеграции бренда в городское пространство. Эксперты также не оставят без внимания вопросы измерений и медиа-метрии в outdoor.

«Понятие ООН давно вышло за рамки наружной рекламы и включает в себя конвергенцию различных медиа. Повестка Posterscope Outdoor Day также продиктована важными изменениями, происходящими в отрасли. В рамках конференции мы планируем рассмотреть наружную рекламу под разными углами, чтобы в итоге ответить на главный вопрос: как outdoor помогает брендам развиваться в конкурентной среде. Уверен, что вместе с участниками конференции нам удастся сформулировать основные пути решения этой задачи», — комментирует Данил Першин, генеральный директор Posterscope Russia, президент Региональной ассоциации наружной рекламы и информации (РАНРИ), член Общественного совета города Москвы. Получить более подробную информацию о спикерах и программе можно на сайте конференции www.brandday.ru.



ДЕНЬ
БРЕНДА 2012

РЕКЛАМА

РОЛЬ БРЕНДА В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ

КЛЮЧЕВОЕ СОБЫТИЕ В ОБЛАСТИ
РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА

ТОР - 50 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ
ТОР - 50 СПИКЕРОВ

КОНФЕРЕНЦ-ЦЕНТР
SWISSOTEL
КРАСНЫЕ ХОЛМЫ

+ 7 (495) 662 39 88
WWW.BRANDDAY.RU

29
30
НОЯБРЯ

ОРГАНИЗАТОРЫ

® U S Б Р Е Н Д
НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО
«ОБЩЕСТВО ПРОМОУТЕРОВ
ВНЕШНИХ ТОРГОВЫХ МАРКОВ»


Ассоциация
Коммуникационных
Агентств
России

Posterscope
Russia

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР

gazeta.ru

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
МАРКЕТИНГ-ПАРТНЕР

Sostav.ru
Реклама Маркетинг PR

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
РАДИО ПАРТНЕР

87.5 BUSINESS FM
первое деловое радио



Нескороженкова Лариса Николаевна назначена заместителем руководителя **Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы**. О подписании соответствующих документов мэром Москвы Сергеем Собяниным было объявлено 2 октября 2012 года. С Нескороженковой Ларисой Николаевной заключен служебный контракт на три года.

Лариса Николаевна будет курировать Управление городской рекламы, в составе которого отдел планирования рекламного пространства, отдел технического контроля и отдел социальных и тематических программ.

В рамках реструктуризации **VivaKi Media Exchange** (технологической баинговой платформы медиа-коммуникационной группы VivaKi Россия) Павел Крюков, директор по наружной рекламе медиа-коммуникационной группы VivaKi Россия, назначен руководителем VMX ООН — направления VivaKi Media Exchange, занимающегося размещением в наружной рекламе, Indoor и на нестандартных носителях. В новой должности прямым руководителем Павла Крюкова будет CEO VivaKi Media Exchange Russia Сергей Белоглазов.

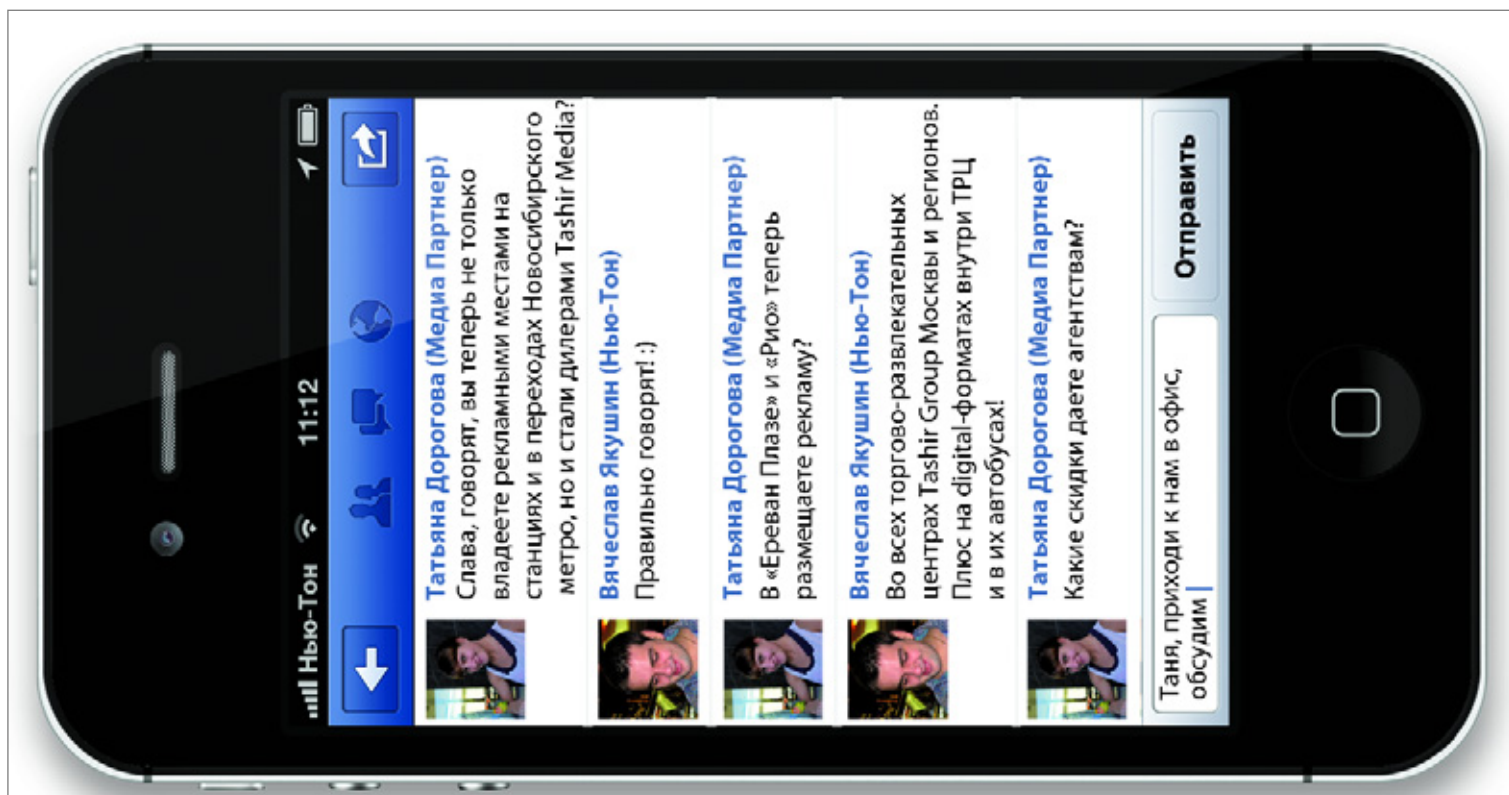
Справка: Павел Крюков окончил Московский государственный университет коммерции и Институт экономики РАН. Кандидат экономических наук. Работает в медиа-бизнесе с 2000 года. Начинал в качестве ассистента менеджера по наружной рекламе в медийном отделе агентства DMB&B (впоследствии агентство MediaVest). С 2004 года — заместитель директора по размещению рекламы в не вещательных медиа MediaVest. В 2008 году назначен директором по наружной рекламе Starcom MediaVest Group Russia. Затем стал директором по наружной рекламе VivaKi Россия.

В рамках реструктуризации VivaKi Media Exchange в составе VMX ООН выделено структурное подразделение — VMX Indoor & Non-Standard, возглавлять которое будет Вячеслав Долгин, директор по размещению в Indoor и на нестандартных ООН-носителях VMX Russia. В новой должности прямым руководителем Вячеслава Долгина будет Павел Крюков.

Справка: Вячеслав Долгин окончил Сибирскую академию государственной службы. Начинал карьеру в агентстве наружной рекламы «АртБизнесЛайн» (Новосибирск). Выпускник ООН-School 2003 года. С 2004 года работал в ООН-отделе MediaVest, затем Starcom MediaVest Group. С 2010 года отвечает за indoor-закупки и рекламу на нестандартных ООН-носителях в VivaKi Россия. В августе 2012 года избран первым президентом Ассоциации операторов рекламы (IN + OUT) — некоммерческой организации, созданной по инициативе ведущих российских операторов, экспертов и байеров indoor-рекламы, целью которой является развитие Indoor в полноценный медиа-канал.

Рекламное агентство **«Бульварное кольцо»** начало продажу рекламы на подвижном составе малой вместимости ГУП «Мосгортранс» — микроавтобусах «Фиат». Агентство предлагает внешнее брендрование на транспортных средствах, курсирующих по всем районам столицы, в том числе в центре города и на магистралях в районе Третьего транспортного кольца. Автобусы малой вместимости ГУП «Мосгортранс» работают на городских маршрутах, имеющих постоянный пассажиропоток в течение всего дня, что выгодно отличает их от другого вида транспорта.

«Бульварное кольцо» стало первой компанией на рынке, которая начала предлагать возможность брендрования микроавтобусов своим клиентам. До настоящего времени этот вид транспорта ГУП «Мосгортранс» не использовался. Согласно условиям контракта с ГУП «Мосгортранс», «Бульварное кольцо» может размещать рекламу на почти 700 единицах данного вида транспорта.



231-10-10
www.new-tone.ru

facebook.com/newton.ru



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА и ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

- РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- РЕГИСТРАЦИЯ
- ПРОИЗВОДСТВО
- МОНТАЖ



Комплексные проекты по всей России



ReSeM
RetailServiceManagement

на улицах
РОССИИ

реклама & дизайн

справочное издание
для заказчиков
и производителей
наружной рекламы

НОВЫЙ ВЫПУСК
РОССИЙСКОГО
КАТАЛОГА
ВЫВЕСОК

ЗАКАЗЫВАЙТЕ
НА WWW.RIDCOM.RU



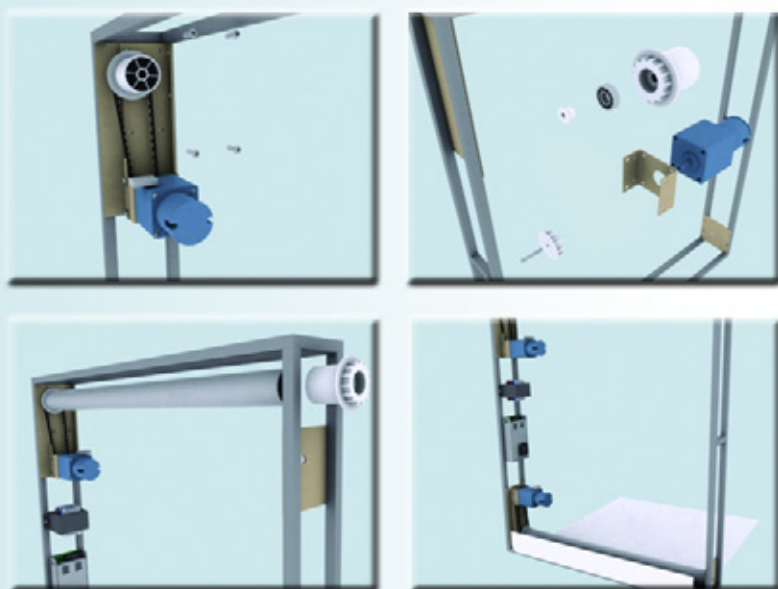
КОНСТРУКТОР СИТИ-ФОРМАТ

комплектующие для самостоятельной сборки

Роллерные механизмы BigPlakat

- без меток
- без датчиков
- гарантия 3 года
- патент на изобретение РФ

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСТАВКИ ПО РФ



Стоимость комплекта

12 990** р.

Санкт-Петербург
+7 812 716-62-52
info@form-factor.ru
www.Form-Factor.ru



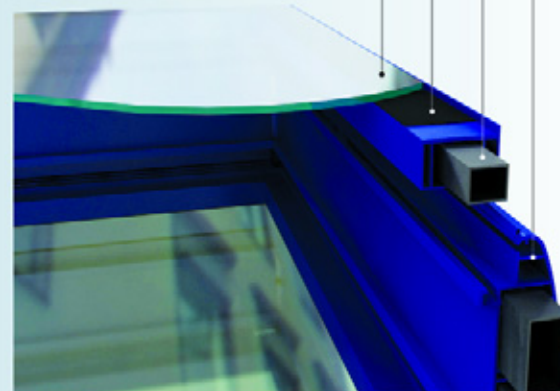
6 900* р.

Пластиковый профиль •
окрашен в массе. ГАРАНТИЯ 5 ЛЕТ

Металлокаркас •
профильная труба 20x40 мм

Клеящая лента •
поставляется в комплекте

Оргстекло •
в стоимость комплекта не входит



*) Цена комплекта профилей и соединительных элементов для изготовления сити-формата при одновременной покупке роллерного механизма BigPlakat
**) Цена по акции



Сокращение конструкций в Барнауле оказалось своевременным

Все чаще и чаще представители рекламных структур объединяются с целью формирования более благоприятного инвестиционного климата для рекламного рынка в целом, понимая, что от этого выиграют все — и бизнес, и город, а вследствие стабильности и рекламодатели. Перспективы развития рынка наружной рекламы — актуальный вопрос не только для городов-миллионников, но и для более малых. Один из таких примеров — рекламный рынок Барнаула, где в июле этого года произошло значимое событие — создание Союза рекламистов Барнаула, и это на фоне главенствующей роли в местной наружке федерального оператора. О предпосылках и задачах этого объединения, а также текущей ситуации на рынке столицы Алтайского края рассказывают специалисты рекламной отрасли.

Наружка Барнаула в цифрах

Барнаул — крупный промышленный, культурный и образовательный центр Сибири и столица Алтайского края. Площадь города составляет 321 кв. км, численность населения — 621,7 тыс. человек (21-й по численности населения город России).

На первый взгляд рынок наружной рекламы Барнаула является типичным региональным рынком. Уникальность Барнаула — в исключительно высоком, по российским меркам, уровне концентрации рынка наружной рекламы, отмечает эксперт компании «Эспар Аналитик» Сергей Шумовский. Больше половины рекламных поверхностей принадлежит одному оператору — Gallery. В большинстве городов сравнимой людности самый крупный оператор контролирует не более 15 — 20% рынка. Доминирующее положение на местном рынке Gallery заняло в 2007 — 2008 гг., после покупки двух крупнейших барнаульских операторов — компаний «Перспектив» и «Город».

Второе место с долей около 10% занимает крупный мультирегиональный оператор — «Дизайн-Мастер». Перед лицом столь сильных конкурентов местные компании были вынуждены «уйти в тень». Более 20% рекламных поверхностей в городе установлены без указания владельца. Это облегчается слабым контролем городских властей над outdoor-отраслью. До недавних пор в городе даже не велся учет рекламных конструкций, хотя в последнее время ситуация начала меняться.

По всей видимости, доля Gallery будет постепенно сокращаться, хотя крупнейшим в городе оператором эта компания, несомненно, останется. Но в соответствии с новым ФЗ «О рекламе» все места для установки рекламных носителей теперь будут распределяться на основании конкурсов или аукционов, а срок аренды места составляет не более 5 лет. Закон «О рекламе» ограничивает долю одного оператора в городе в 35%. В течение 2012 года сроки действующих договоров окончатся, и большую часть



рекламных мест потребуется распределять заново, уже на аукционах. Это может стать сигналом к переделу рынка наружной рекламы.

Наличие федерального оператора, фактически контролирующего местный рынок, накладывает свой отпечаток и на структуру рекламоносителей. В городе достаточно разнообразный и сбалансированный набор рекламоносителей, отмечает Сергей Шумовский. По данным компании «Эспар-Аналитик», около 60% занимают щиты 6 x 3 м, что вполне естественно с учетом архитектурно-планировочной структуры города, обладающего высокой «рекламной емкостью», возможностью для размещения рекламных конструкций. В то же время на центральных улицах высока доля «уличной мебели» — сити-форматов и, что не совсем обычно для городов подобной людности, пиларов. На долю «уличной мебели» приходится около 30% рекламных поверхностей. Насыщенность Барнаула остается сравнительно низкой — 3,5 поверхности на 1000 жителей, что является следствием высокой монополизации местного рынка наружной рекламы. В отличие от многих других городов, Барнаул сохраняет резервы для увеличения числа рекламоносителей, в том числе щитов 6 x 3 м, считает Сергей Шумовский. Все это позволяет говорить о Барнауле как одном из наиболее недооцененных с точки зрения развития outdoor городов.

Текущее состояние

Однако в настоящее время рынок наружной рекламы Барнаула пребывает в состоянии застоя, считает директор рекламной группы «Продвижение», председатель Союза рекламистов Барнаула Алексей Холоднов: «За последние 5 — 7 лет не было воплощено никаких принципиально новых проектов. Не появлялись новые форматы носителей, а только развивались программы по увеличению количества старых. Основной причиной сложившейся ситуации стало то, что до 2000-х годов рынок был фактически монополизирован, и пробиться на него было затруднительно. Спустя несколько лет, когда влияние монополии ослабилось, появились новые крупные игроки, но кардинально поменять ситуацию им не удалось, так как рынок уже имел сформированный облик».

Сегодня на рынке наружной рекламы Барнаула прослеживаются две тенденции, делится Алексей Холоднов. Первая связана с желанием городской администрации навести на нем порядок. Барнаул в центральной части города перенасыщен рекламоносителями, и здесь они наносят значительный ущерб его облику. Многим операторам наружной рекламы безразличен внешний вид конструкции, они не заинтересованы в том, как она впишется в окружающую среду, главная цель — поставить носитель и заработать на его аренде.

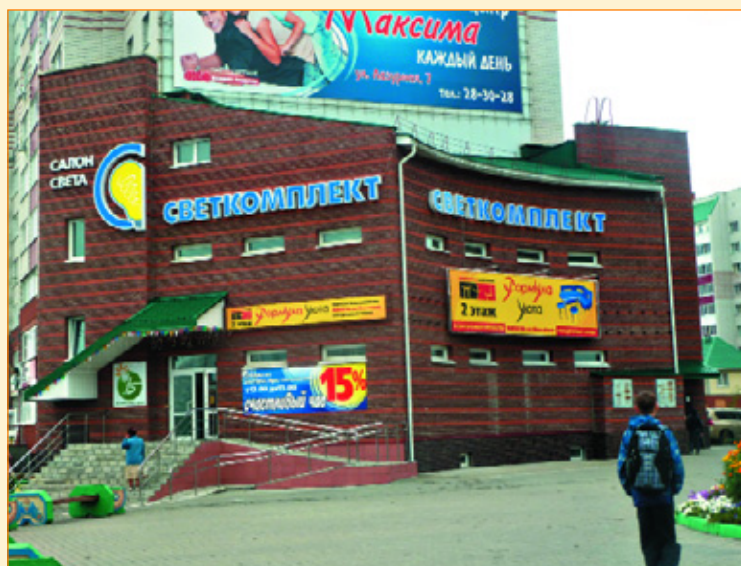
Вторая тенденция заключается в том, что городская администрация практически не видит поступлений в бюджет от наружной рекламы, несмотря на принятое положение об отчислениях средств в городскую казну. Данная ситуация сложилась из-за бесконечного дележа земли между городом и краем, а также из-за отсутствия систематизированного механизма отчисления денежных средств в бюджет за установку рекламного носителя на городской земле. Администрация приняла самое простое для себя решение — демонтировать некоторые конструкции. За дело принялись инициативно — в течение полутора лет было демонтировано около 600 различных рекламоносителей.



С одной стороны, администрация безусловно права в своей позиции, но с другой — власти ничего не делали, чтобы конструктивно поменять ситуацию в лучшую сторону. Усугубили ситуацию действия рекламных агентств, которые привыкли к вседозволенности. При получении отказа на установку конструкции она все равно устанавливалась. Рекламисты стали думать, что им можно установить носителей столько, сколько они хотят и где хотят. Мало кто из операторов наружной рекламы учитывал интересы города. В итоге образовался конфликт: город не видит порядка на рынке и не получает от него денег, а рекламисты считают, что городская администрация не имеет права их ограничивать, и сами наводят порядок не хотят.

Юлия Сафонова, Non-standard Media Buyer VivaKi Russia, привела (со ссылкой на источник altapress.ru) очень точно характеризующий текущее состояние рынка наружной рекламы в Барнауле пример: компания «Алейские коммунальные сети» («АКС») еще год назад специализировалась на производстве и передаче тепловой энергии, но после смены владельца стала работать в наружной рекламе. С начала 2012 года она установила





СТРУКТУРА РАСХОДОВ НА НАРУЖНУЮ РЕКЛАМУ
ПО ГРУППАМ ТОВАРОВ И УСЛУГ
январь-июль 2011-2012 г., оценка

ГРУППА ТОВАРОВ И УСЛУГ	2011 ГОД	2012 ГОД
ОПТОВО-РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	14,4%	19,2%
АВТОМОБИЛИ, СЕРВИС	9,9%	12,4%
УСЛУГИ СВЯЗИ, СРЕДСТВА СВЯЗИ	18,3%	10,8%
ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ, БАНКИ	11,5%	9,4%
НЕДВИЖИМОСТЬ И СТРОИТЕЛЬСТВО	5,6%	8,8%
ТУРИЗМ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ	3,5%	4,9%
АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	3,9%	4,2%
МЕБЕЛЬ	4,4%	2,6%
ОДЕЖДА И ОБУВЬ	3,5%	2,6%
СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ, УСЛУГИ	0,5%	1,9%
БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ	1,9%	1,4%
СМИ И ПОЛИГРАФИЯ	1,9%	1,3%
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	2,5%	1,2%
КОРПОРАТИВНАЯ РЕКЛАМА	0,5%	1,0%
МЕДИЦИНА	1,0%	0,8%
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА	0,6%	0,7%
ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ И УСЛУГИ	0,0%	0,6%
ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА	0,0%	0,6%
КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ	1,9%	0,5%
КОРМ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ	0,0%	0,5%
ПРОЧИЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ	14,3%	14,7%
Общий итог	100,0%	100,0%

ЧИСЛО РЕКЛАМНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ
ПО СОСТОЯНИЮ НА ИЮЛЬ

ТИП РЕКЛАМОНОСИТЕЛЯ	2010	2011	2012
СИТИ-ФОРМАТ	316	313	304
КРУПНЫЕ ФОРМЫ	96	93	91
ПИЛЛАРЫ	297	297	294
ПРОЧИЕ ФОРМЫ	119	118	107
ЩИТЫ 6x3	1 330	1 368	1 311
Общий итог	2 158	2 189	2 107

ТОП-10 РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ В OUTDOOR БАРНАУЛА
(2011-2012 гг., оценка, тыс. руб.)

Оператор	2011	2012	Динамика
МЕГАФОН	1 704,2	2 872,6	69%
ВЫМПЕЛКОМ	4 197,2	2 512,8	-40%
МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕСИСТЕМЫ	3 520,7	2 315,0	-34%
VOLKSWAGEN	1 037,4	1 895,8	83%
HEINEKEN	103,1	1 632,5	1484%
М.ВИДЕО	2 846,7	1 567,5	-45%
ЭР-ТЕЛЕКОМ	1 149,7	1 556,0	35%
СБЕРБАНК РОССИИ	1 638,1	1 390,3	-15%
ЛЕНТА	1 391,5	1 254,0	-10%
НОВЭКС	210,4	1 225,2	482%

Источник: ежемесячный мониторинг «ЭСПАР-Аналитик»

ТОП-10 ОПЕРАТОРОВ ПО СОСТОЯНИЮ НА ИЮЛЬ
по данным мониторинга

КОНТРАКТОР	СТАТУС КОНТРАКТОРА	2011	2012	РОСТ/ СОКРАЩЕНИЕ, стороны	РОСТ/ СОКРАЩЕНИЕ, %
GALLERY	ФЕДЕРАЛЬНЫЙ	1 284	1 280	-4	-0,3%
ДИЗАЙН-МАСТЕР	МУЛЬТИРЕГИОНАЛЬНЫЙ	203	201	-2	-1,0%
АРБАТ	МЕСТНЫЙ	56	52	-4	-7,1%
МАРКЕТИНГ & РЕКЛАМА	МЕСТНЫЙ	50	50	—	0,0%
ОБЩЕСТВЕННЫЕ СВЯЗИ	МЕСТНЫЙ	26	26	—	0,0%
ПРОЧИЕ ОПЕРАТОРЫ		48	48	—	0,0%
ВЛАДЕЛЕЦ НЕ УКАЗАН		454	450	-4	-0,9%
ВСЕГО:		2 121	2 107	-14	-0,7%

17 конструкций формата 6 х 3, однако после очередной проверки городской администрации к началу апреля все они были снесены. Получается, что любое предприятие может купить и поставить щиты где пожелает, законный же механизм установки рекламных конструкций в городе по-прежнему не работает.

Напомним, что с июля 2008 г. законодательно земельные участки под установку и эксплуатацию конструкций наружной рекламы распределяются только по аукционам, а порядок проведения таких торгов в Барнауле вступил в силу 1 июля 2011 года, но торги до сих пор так ни разу и не проходили. До лета текущего года это объяснялось отсутствием надлежащим образом оформленных паспортов рекламных мест и утвержденных администрацией города схем размещения рекламных конструкций (а без них проведение аукционов невозможно и при наличии надлежащих паспортов). В настоящее время вопрос со схемой размещения наружки решен, но, как известно, схемы работают там, где наружную рекламу контролирует специально созданный для этого орган. По той же Сибири: в Томской администрации это комитет городского дизайна и рекламы, в Кемерово — совет по внешнему оформлению города, в Новосибирске и Красноярске — управления рекламы. В Барнауле же нет «главного» по вопросам наружки, по ним следует обращаться в ведомства по строительству и архитектуре. Так что главной особенностью рынка наружки Барнаула можно назвать его полную хаотичность и бесконтрольность, считает Юлия Сафонова.

По мнению Алексея Холоднова, в дальнейшем ситуация может развиваться по следующему сценарию: «Если рекламное сообщество будет молчать и зарабатывать, пока зарабатывается, то через некоторое время администрация снимет неудобные рекламоносители, не давая разрешения на установку новых конструкций. Государственные структуры легко найдут способ это сделать, например, не продлят документы, не будут ни с кем работать, будут тянуть время. Чтобы этого не допустить, сообществу необходимо начать диалог с властью, попытаться найти общий язык с администрацией с целью формирования новых принципов взаимоотношения, а также поиска и разработки новых схем размещения рекламы. Если это произойдет, то выиграют все».

Особенности медиапланирования

Однако с точки зрения проведения рекламных кампаний в городе никаких уникальных отличий от других городов в Барнауле не наблюдается, сходятся во мнении медийные специалисты.

Город состоит из 5 административных районов (Центральный, Октябрьский, Индустриальный, Ленинский и Железнодорожный), рассказывает Юлия Сафонова. Самая длинная (14 км) улица — Павловский тракт, который связывает между собой все районы, а также ведет в аэропорт. При первоначальной закладке города было принято параллельно-перпендикулярное расположение улиц, которое так и превалирует в архитектуре города.

Стоит отметить, что центральный район Барнаула находится вовсе не в центре города, а в юго-восточной части. Исходя из этого, вырисовывается специфика, которую надо учитывать: безусловно, места, расположенные в центре города, наиболее востребованы, но в силу географических особенностей расположения спальных районов щитовая наружка рассредоточена по всей террито-



рии Барнаула. А специфика застройки дает преимущество скорее рекламе на транспорте, малых форматах (1,2 х 1,8 м, пиляры), остановочных павильонах.

В Барнауле существует ярко выраженный пик активности рекламоделателей, отмечает Юлия Сафонова. Он приходится на март — апрель (до 95% загрузки поверхностей). Остальные же месяцы условно стабильны (находятся на уровне 75 — 78% загрузки). При этом докупить поверхности хорошего качества на осень позднее мая уже сложно, то есть те 20 с небольшим процентов недогрузки составляют в основном поверхности дублирующие или не самого хорошего качества. Хотя большинство рекламоделателей знают свои потребности и периоды активности и подгадывают так, чтобы выбор и покупка поверхностей состоялась заблаговременно и/или на длительные периоды.

Про цены

Как уже было отмечено выше, основная доля инвентаря в Барнауле принадлежит двум операторам - Gallery и «Дизайн Мастер». Соответственно, рыночная стоимость на инвентарь формируется на базе коммерческих интересов всего двух поставщиков, и такого количества игроков на региональном рынке явно недостаточно, подчеркивает Сергей Гумель, директор по закупкам наружной рекламы агентства Code Of Trade (часть OMD MD| PHD Group, входит в BBDO Group).

Юлия Сафонова считает, что в Барнауле уровень цен довольно средний для Сибирского региона. Сейчас средняя цена на билбورد по Барнаулу держится на уровне





13,6 — 13,9 тыс. рублей за поверхность. Для сравнения: средняя цена рекламной поверхности 6 x 3 для Омска составляет около 16 тыс. рублей, Кемерово — 14 тыс., для Красноярска — 17 тыс., Абакана — в районе 9 тыс.

После законодательных ограничений в наружной рекламе пива и пивосодержащих напитков и на этом рынке ожидалась незначительная коррекция ценовых условий, однако данные прогнозы не оправдались, отмечает Сергей Гумель. Июль и август, традиционно являющиеся низким сезоном, показали, что продажа инвентаря была на уровне 75 — 80%, а по состоянию на сегодняшний день продажа до конца 2012 года планируется на уровне 70%.

По мнению Алексея Холоднова, если не произойдет никаких глобальных изменений, то цены на аренду носителей будут постепенно снижаться. Реклама пива в наружке действительно занимала большой объем. Рынок не сможет не реагировать на потерю серьезной доли заказчиков, поэтому если количество носителей не сократится, то цены, скорее всего, упадут. Однако стоит отметить, что на самые «лакомые» места цены сохранятся.

Но есть предпосылки и для роста цен. Появление схемы, регулирующей установку рекламных конструкций (с четкой градацией и зонированием), и последующий выборочный их демонтаж в соответствии с данной схемой приведут к закономерному росту цен на носители, что сделает рынок более инвестиционно привлекательным.

Перспективы рынка

Очевидно, что улучшение административного регулирования отрасли и демонополизация местного рынка за счет прихода новых игроков могут дать барнаульской наружке импульс к дальнейшему развитию. К тому же известны планы городских властей уже на ближайшее будущее, и реальные перспективы будут зависеть от их претворения в жизнь. Так, глава Барнаула Сергей Локтев в начале заявил о необходимости сокращения стандартных носителей наружной рекламы в 2 раза. 7 сентября 2012 администрацией Барнаула уже утверждено увеличенное

количество поверхностей: 985 вместо 754. Утверждена новая схема размещения рекламных конструкций, правда, она охватывает только основные въезды и магистрали. Ожидается проведение аукционов, но ясности по ситуации каким образом и когда они будут проводиться до сих пор нет. А также в планах создание контролирующей рынков наружки структуры. Причем, если об аукционах уже говорят во всеуслышание, то о регулирующем органе — во вторую очередь, отмечает Юлия Сафонова.

Перспективы по сокращению не пугают и операторов рынка наружки. Но все же с целью донесения своей позиции и для налаживания взаимодействия с административными структурами 18 июля руководители 11 рекламных агентств подписали соглашение о создании Союза рекламистов Барнаула. Члены союза уверены, что возможно создание путей сближения для налаживания сотрудничества на благо развития города.

Уже сейчас, в связи с грядущим сокращением билбордов, операторы готовятся к изменениям и согласовывают с властями установку крупных форматов наружной рекламы, брендмауэров, а также ситибордов, поделился Сергей Гумель. Несмотря на то что об эффективности данных носителей говорить еще рано, прецедент создан, и есть надежда, что конкурентные преимущества собственников выведут «крупный формат» на должный уровень.

Но все же говорить о перспективах развития рынка наружки Барнаула сложно. Следом за изменениями рекламной концепции в Москве региональные чиновники по примеру столичных коллег планируют вносить коррективы в региональные концепции. Это может привести как к сокращению количества outdoor-инвентаря в городе, так и к изменению структуры носителей, подчеркнул Сергей Гумель.

А что же с фасадной рекламой? Ожидается, что после того, как в порядок приведут наружную рекламу на улицах, администрация Барнаула планирует заняться и этим вопросом, а пока, по словам официальных представителей, на это нет сил...■

КРУПНЕЙШАЯ ВЫСТАВКА ФОТОГРАФИЙ НА ЭКРАНАХ



8 октября проходил второй этап международного проекта некоммерческой организации ADay, задача которого — показать один день из жизни людей по всему миру. 45 лучших фотографий из коллекции ADay были показаны на indoor- и outdoor-носителях в 21 стране мира, в том числе и в России. Проект стартовал 15 мая 2012 года. Некоммерческая организация ADay.org попросила людей со всего мира сделать фотографии из своей повседневной жизни. Данная акция имела ошеломительный успех — было получено 100 000 фотографий из более чем 165 стран мира. Кампания ADay объединила тысячи любителей и профессиональных фотографов. Проект осуществлялся при поддержке известных людей, таких как архиепископ Десмонд Туту, сэр Ричард Брэнсон и Ян Элиассон, заместитель Генерального секретаря Организации Объединенных Наций.

По предварительным оценкам, аудитория составила 46 миллионов человек за 48 часов. Эта масштабная беспрецедентная outdoor- и indoor-кампания, осуществляемая сетью коммуникационных ООН-агентств Posterscore, задействовала 284 цифровые сети и 73 медиа-партнера. Фото-коллекция была показана более чем на 85 000 экранах на всех континентах. Глобально синхронизированная digital-выставка стартовала в самой восточной точке — на экране в Сиднее (Австралия) — и затем демонстрировалась по всему миру, пока не достигла самого западного пункта — экрана на территории США. Digital-инвентарь включал в себя как знаковый ABC-экран на Таймс-сквер в Нью-Йорке, Media Wall в Ливерпуле — самый крупный экран для коммерческой рекламы в Европе, так и Corner Harmon в Лас-Вегасе — самый большой в мире LED-экран, поддерживающий формат Full Motion. В целом во время кампании было использовано более чем 2700 цифровых копий. В России данная акция проходила в 54 городах на 4 951 экране.

ПЕШЕХОДОВ ПРИЗЫВАЮТ СОБЛЮДАТЬ ПРАВИЛА



В октябре в России стартовала масштабная социальная кампания «Пешеход, на переход!», главная цель которой — убедить пешеходов, что очень важно переходить проезжую часть только в разрешенных местах и по пешеходному переходу, а игнорирование правил может повлечь тяжкие последствия. Кампания инициирована Госавтоинспекцией РФ при поддержке Российского союза автостраховщиков (РСА). Реализует проект агентство Zavod Consulting. Ожидается, что кампания пройдет не только в столице, но и во многих городах России. Только в Москве задействовано более 100 рекламных площадей.

КОРОВА В OUTDOOR!



Агентство коммуникаций Red Pepper организовало в Екатеринбурге оригинальную кампанию для стейк-бара «Жади́на-Говя́дина». В течение нескольких месяцев в городе висела узнаваемая наружная реклама со слоганом «У нас коровы не пасутся!», выделяющая ресторан на фоне конкурентов. В завершающем этапе акции частью outdoor-конструкции было решено сделать... живую корову. Так, специально для нее возле нескольких щитов с рекламой стейк-бара была облагорожена территория: построен заборчик, припасены стог сена, несколько корзин с яблоками и емкость с водой. Корову ежедневно привозили на новое «место работы» в районе полудня и увозили ближе к вечеру, тем самым она выступила в роли айс-стоппера акции. На фоне индустриальной городской среды корова смотрелась достаточно колоритно и привлекала внимание всех прохожих и проезжающих.





ЛАЙТИКСЫ СИСТЕМЫ OUTDOOR



Оригинальным образом решила выделиться среди своих конкурентов сеть круглосуточных баров «Золотая вобла». В наружной рекламе компания использует необычное решение — лайтиксы системы Outdoor. На первый взгляд может показаться, что рядом со входом в бар размещен обычный билборд. Но билборды не умеют светиться изнутри, изображения на них не могут меняться так легко, как это происходит при использовании лайтиксов, и для них не требуется специально обученный персонал.

Те, кто уже пользуется лайтиксами системы Outdoor, знают, что кажущаяся простота никак не отражается на качестве и надежности. Специально созданные для наружной рекламы, они не боятся не влажности, ни экстремальных температур, а размещенное изображение может содержать любой контент (к примеру, меню бара) и достигать размеров 1163 x 815 мм.

Эксклюзивные рекламные решения для процветания Вашего бизнеса!

MSV РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

оформление и монтаж витрин, графики в магазинах и ТРЦ

а так же - изготовление вывесок POS-материалов, полиграфия, интерьерные решения

от 200 руб/м²

г.ЕКАТЕРИНБУРГ
пер.Центральный рынок, д.6
тел.: +7(343)378-21-84, 253-69-54
факс: +7(343)253-79-64, моб: +7(901)201-21-84
<http://rgmediaservice.ru> e-mail: admin@rgmediaservice.ru

«ВЕРШИНА»

ДЛЯ ОЛИМПИЙСКОГО СОЧИ



«Вершина-Вижн» приступила к исполнению обязательств по партнерскому контракту с сочинским рекламным агентством «Эталон чистоты». Для данной компании «Вершина» уже осуществила отгрузку первой партии роллерных дисплеев, на которых в период проведения «Олимпиады-2014» будет размещена реклама. Данный рекламоноситель позволяет демонстрировать до 10 рекламных плакатов, автоматически сменяющихся с заданным интервалом времени от 3 секунд до 1 минуты.

Компания «Эталон чистоты» вошла в тройку лидеров среди операторов наружной рекламы олимпийского города, выигравших тендер на размещение в Сочи рекламных конструкций сроком на пять лет. Агентство «Эталон чистоты», как победитель, получило также право работать во время проведения зимних Олимпийских и Паралимпийских игр в 2014 году. Согласно условиям конкурса, в распоряжении компании будет более 300 рекламных конструкций разного формата в наиболее оживленных местах самого знаменитого курортного города России.

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



Проект «Аутдоринг» — индивидуальный подход к каждому клиенту

В сентябре этого года компания «Фавор-Гарант», работающая на рынке производства рекламоносителей уже более 18 лет, объявила о старте своего нового проекта — «Аутдоринг». Основная задача нового проекта — представить полную информацию о продукции компании, продемонстрировав ее изделия и возможности потенциальным и постоянным заказчикам в любое удобное для них время. Для этих целей непосредственно на собственной производственной площадке «Фавор-Гарант» в Санкт-Петербурге организована постоянно действующая выставка, на которой можно увидеть всю линейку существующих и перспективных образцов продукции компании. При этом принимающая сторона компенсирует все расходы, связанные с поездкой и проживанием представителей компаний заинтересовавшихся сотрудничеством с ООО «Фавор-Гарант». Насколько эффективным может быть для заказчика такой формат, убедился представитель журнала «Наружка».

«Проект «Аутдоринг» — это качественно новый формат в презентации товаров и услуг, который может стать серьезной альтернативой рекламным выставкам, эффективность которых падает с каждым годом» — подчеркнул начальник отдела маркетинга ООО «Фавор-Гарант» Борис Цилиакус, — «В отличие от большинства мероприятий, где рассказывается о компаниях поверхностно, наш проект дает исчерпывающее представление о продукции, перспективных разработках и производстве компании «Фавор-Гарант». Такой подход позволит в полной мере раскрыть один из главных принципов работы компании — индивидуальный подход к каждому клиенту».

На первый взгляд организация постоянно действующего шоурума — дело не новое, однако проект «Аутдоринг» компании «Фавор-Гарант» действительно выделяется на фоне других. Масштабы, как самих рекламных конструкций, так и всей инсталляции в целом впечатляют. Ведь собрать в одном месте конструкции разных форматов — все равно что построить мини-город, только конструкции в нем — и рекламные тумбы, и щиты, и основочные павильоны, и много другое — реального масштаба. Надо отметить, что в шоуруме представлены



исключительно образцы серийной продукции, а не прототипы и единичные экземпляры.

Произвести впечатление презентацией готовой продукции — это, безусловно, важный момент, однако этим проект «Аутдоринг» не ограничивается. Гостям выставки предоставлена возможность ознакомиться с полным циклом производства от проектирования до сборки, увидеть из каких материалов собираются конструкции, как организован весь технологический процесс на произ-

водственной площадке компании, площадь которой составляет около 8 тыс. кв. м.

Еще один важный момент формата «Аутдоринг» — это возможность пообщаться с ведущими специалистами компании, например, обсудить все интересующие детали с конструкторами компании непосредственно рядом с образцами, в том числе для внесения индивидуальных изменений в конструкции. Все это значительно упрощает и ускоряет процесс составления грамотного

технического задания. На протяжении всей поездки гостей будет сопровождать персональный менеджер, который предоставит информацию об условиях дальнейшего сотрудничества.

Бизнес-встречи в новом формате принесут большую эффективность как существующим, так и потенциальным клиентам компании. Воспользоваться этим форматом может широкий круг заинтересованных лиц — это и представители администраций городов, в задачи которых входят вопросы по комплексному благоустройству своих территорий, и заказчики из ближнего зарубежья — как новые партнеры, так и те, кто уже работает с продукцией компании «Фавор-Гарант», но хочет познакомиться с ее новинками, а также представители коммерческих компаний: первые лица, технические директора компаний-операторов наружной рекламы, руководители и менеджеры торговых и бизнес-центров и др. Компания открыта (в разумных пределах) и для представителей из числа конкурентов — здесь нет лукавства. Ведь ни для кого не секрет, что на таком узком рынке, как производство рекламных конструкций, нередко возникают ситуации, когда компании-конкуренты сотрудничают по ряду проектов. Для участия необходимо оформить заявку на сайте компании, где в анкете нужно указать желаемую дату посещения.

Как отметил руководитель регионального направления ООО «Фавор-Гарант» Дмитрий Попов, последние два года особенно большое внимание уделялось продвижению компании в различных регионах нашей страны. Безусловно, это связано не только с рекламными конструкциями, но и с уличной мебелью. Ведь в этом уже заинтересованы не только коммерческие компании, но и представители муниципалитетов. Им важно выбрать лучшую продукцию, которая бы соответствовала таким важным критериям, как качество, долговечность, легкость обслуживания, эстетический вид. Сейчас компания вплотную работает с администрациями и архитектурными комитетами городов для

разработки общей концепции облика городских конструкций, предлагает комплексные проекты по благоустройству инфраструктуры города в



едином стиле. Зачастую они включают установку на территории города пилотного образца, что позволяет проверить все конструктивные особенности и собрать мнения разных специалистов и горожан. Переговоры и наглядная демонстрация преимуществ продукции в регионах страны — одно из главных направлений компании. Но не всем и не всегда подходит такой формат взаимодействия — доставка образцов в некоторые регионы связана порой с боль-

шими сложностями, например в страны ближнего зарубежья. Поэтому было решено организовать качественную презентацию на своей территории — и теперь компания приглашает в Санкт-Петербург всех заинтересованных в сотрудничестве лиц.

Предлагая участвовать в своем проекте «Аудторинг», компания «Фавор-Гарант» уверена в успехе, как нового проекта, так и компаний участвующих в нем. ■





Приглашаем Вас на бизнес-встречу в новом формате.



В программе:

- технические консультации
- посещение производства
- деловые переговоры
- бизнес-обед

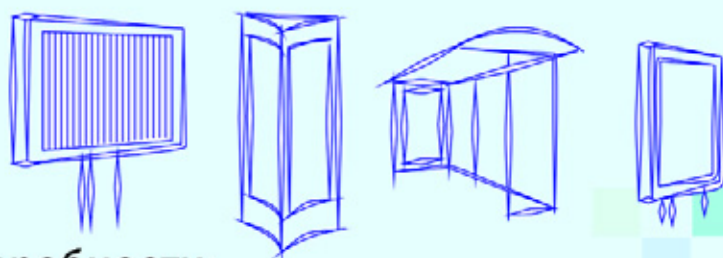
Организатор компенсирует:

- проживание
- проезд
- питание

Скидка до
20%

Для тех, кто
хочет работать

www.favor-garant.ru



Подробности:

8-800-333-2227

бесплатный звонок по России



РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

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 СТРЕНДЫ

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



РЕПУТАЦИЯ - ЦЕНА - КАЧЕСТВО

(495) 790-25-23

www.raygler.com

www.raygler.ru

www.raygler.co.il



«Реклама-2012»: новые тенденции, решения и компании

25 — 28 сентября в «Экспоцентре» проходила 20-я международная специализированная выставка «Реклама-2012». Традиционно она проводится ЦВК «Экспоцентр» при поддержке Национальной рекламной ассоциации, под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ и правительства Москвы. Участниками 20-й юбилейной выставки «Реклама» стали 203 компании из 15 стран мира: Германии, Италии, Казахстана, КНР, Нидерландов, Польши, Республики Беларусь, Республики Корея, России, США, Турции, Украины, Франции, Швеции и Японии.

Выставка «Реклама» всегда является значимым событием для рекламного сообщества, которое по праву считается источником новых идей и решений в области оборудования, материалов и технологий рекламной индустрии. В «Экспоцентре» ежегодно собираются представители рекламного бизнеса из всех регионов России, стран СНГ и дальнего зарубежья, чтобы продемонстрировать свою новую продукцию и услуги, анонсировать инновационные проекты. Выставка завоевала солидную репутацию и признание в рекламном мире. За высокие достижения в области рекламной индустрии смотру заслуженно присвоены знаки Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ).

Выставка «Реклама-2012» стала площадкой для обмена опытом, мнениями, обсуждения проблем развития рынка рекламы, разработки стратегии и тактики совершенствования российской рекламной индустрии. В своем приветствии участникам и гостям выставки председатель Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы, президент Национальной рекламной ассоциации Б.А. Школьников отметил: «В течение длительного времени мы были участниками сложного процесса формирования современной рекламной отрасли, которая сегодня стала неотъемлемой частью экономической жизни страны. Международная выставка «Реклама» вот уже более 20 лет играет в этом процессе важную роль, являясь хорошей площадкой для конструктивного диалога и обмена опытом между представителями отрасли, демонстрации достижений и разработки стратегии дальнейшего развития».



Стоит отметить, что одновременно с выставкой проходит «Неделя российской рекламы», что помогает специалистам в области рекламы найти эффективные пути решения актуальных задач рекламной индустрии. В этом году ключевым событием деловой программы выставки стал международный форум «Матрица российской рекламы», проходивший в павильоне №4. В течение трех дней работы выставки в рамках форума проходили конференции, практические семинары и мастер-классы, конкурсы, сеансы показов и обсуждения международного фестиваля креативности «Каннские львы», презентации экспонентов выставки и рекламных агентств, охватывающие все актуальные тенденции в сфере традиционной и инновационной рекламы. На форуме выступили звезды российской рекламы, персоны года, лауреаты международных конкурсов и премий, известные эксперты, авторы бестселлеров, руководители

рекламных подразделений крупнейших профильных компаний и СМИ.

Несколько скромнее в этом году выглядела экспозиция выставки. Раздел визуальных технологий (новых решений в области наружной и световой рекламы, рекламной полиграфии) расположился отдельно — в первом павильоне «Экспоцентра». Здесь было отражено все многообразие динамично развивающейся рекламной индустрии. Стоит также отметить, что в один из дней выставки — 26 сентября — также состоялось награждение призеров 8-го Международного конкурса наружной рекламы «Знак». Об итогах и главных его победителях уже было объявлено в прошлом выпуске журнала. Мы же остановимся подробнее на наиболее интересных проектах из области услуг по производству наружной рекламы и готовых решениях, представленных на этом международном смотре экспонентами «Рекламы-2012».

«Русимпульс Проект»: лучше меньше да больше

Международный статус выставки подчеркивается растущим из года в года количеством иностранных участников. В частности увеличилось число экспонентов из КНР, представляющих светодиодную продукцию. Предложений из Китая на российском рынке довольно много, и с каждым годом китайская продукция завоевывает все большую популярность в силу своей дешевизны. Можно предположить, что такое давление со стороны китайских производителей вытеснит с рынка российских производителей светодиодной и светотехнической продукции. К счастью этого не происходит. На выставке мы встретили много фирм, которые представляют собственные разработки и решения в области светотехники. Одна из них — компания «Русимпульс Проект», которая уже на протяжении более 14 лет специализируется на разработке и производстве электронных светодиодных табло различного назначения.

Компания «Русимпульс Проект» постоянно работает над модернизацией своей продукции и расширением ассортимента. В такой динамично развивающейся сфере, как светотехника, очень важно следить за развитием технологий и чутко реагировать на изменение потребностей рынка. Не следовать современным тенденциям на сегодняшний день — не заниматься бизнесом. При этом наличие богатого ассортимента продукции, наличие наработанных технологических решений являются неоспоримым преимуществом в условиях усиливающейся конкуренции на рынке современной светотехники. Например, среди наиболее типичных изменений в сфере производства электронных светодиодных табло — высота индикаторов, световые эффекты. Чаще всего это происходит в пределах уже зарекомендовавших себя технологических решений. Если говорить об изменениях размеров индикаторов, то в последнее время наметился спрос на более экономичные форматы. Компания «Русимпульс Проект» чутко почувствовала эту тенденцию, предложила рынку нужный продукт — и сразу пошли большие заказы по этому направлению, отметил директор компании Александр Поликарпов.

В этом году компания «Русимпульс Проект» представляла в рамках экспозиции новую модель электронного



табло обмена валют «Импульс» с индикаторами высотой 60 и 90 мм. Разработка и внедрение в ассортимент стандартных табло курсов валют моделей с меньшей высотой цифр, меньшими габаритами изделия в целом, позволили существенно уменьшить цену изделия и решить ряд задач для клиентов с небольшим рекламным бюджетом или с конструктивными ограничениями размеров в местах установки.

Но в участии в выставке самое главное, чтобы компанию заметили! Как отметил Александр Поликарпов, в целом площадка стала гораздо меньше, но компании «Русимпульс Проект» это было на руку. Если в прошлом году были клиенты, которые говорили, что не видели компанию на выставке, то в этом году мимо стенда «Русимпульс Проект» не смог пройти ни один посетитель выставки. Конечно, этому способствовал и яркий стенд, и представленный широкий ассортимент: бегущие строки, электронные часы, метеотабло, табло обмена валют и другие специфические табло. Напомним, что с прошлого года компания стала поставлять широкий ассортимент готовых серийных решений прямо со склада — это касается небольших по размеру изделий. Все это можно заказать и оперативно получить со склада компании, практически как в магазине. Кроме того, производственные мощности компании дают возможность изготовить под заказ любые светодиодные табло, в том числе и с фирменной символикой.

Компания уже не первый год принимает участие в выставке «Реклама».

Подводя итоги этого года, директор компании «Русимпульс Проект» Александр Поликарпов довольно высоко оценил эффективность участия: «Задача, которая ставится перед нашей компанией, — это найти новых потенциальных заказчиков. Особенность светодиодной продукции в том, что она сама собой привлекает внимание посетителей выставки. А с учетом того, что наши прямые конкуренты из числа других российских компаний выставляются крайне редко, для нас главное — чтобы нас увидели и запомнили. В этом году решению задач участия в выставке я могу поставить довольно высокую оценку — «пять с минусом». Конечно, нет предела совершенству. Но, по итогам выставки могу сказать, что буквально в первые после выставки рабочие дни состоялись ключевые переговоры о сотрудничестве с двумя новыми компаниями и заключены соглашения о сотрудничестве. Так быстро подобные инвестиции в рекламу еще не давали результата. И это не может не радовать».

Стоит также отметить, что продукция компании «Русимпульс Проект» привлекла внимание не только российских заказчиков, но и азиатских коллег. Чуть ли не с лупой в руках был изучен весь представленный на стенде ассортимент, ведь, как отмечают многие партнеры компании, электронные табло «Импульс» — хоть и очень простые — выглядят качественно и презентабельно. Поступали и заманчивые предложения о сотрудничестве, однако все они были отклонены, так как компания предлагает только собственные разработки.



Выставка — лучшее место, где можно все внимательно разузнать, рассмотреть и, конечно же, потрогать. На стенде компании «Сенсорный мир», которая выступила под девизом «MULTITOUCH!», это не только можно, но и нужно было сделать, чтобы понять, каких высот достигли технологии по обеспечению интерактива с аудиторией. И здесь эти возможности демонстрировали с помощью сенсорных мониторов и киосков с использованием мультитач-экранов и рамок.

«Мы рады, что не обманулись в своих ожиданиях от участия в выставке, — прокомментировал представитель компании «Сенсорный мир» Игорь Кудряшов. — Посетители нашего стенда проявили неподдельный интерес к представленной продукции — мультитач-мониторам от компании 3М, информационным мультитач-киоскам и дисплеям нашего производства, программным продуктам от ведущих мировых разработчиков».

Наибольший интерес вызвал интерактивный стол «Флагман 32», выполненный из искусственного камня со встроенным 32-дюймовым мультитач-шасси C3266PW с установленной операционной системой Windows 8. Новая ОС ориентирована на работу с сенсорным мультитач-экраном и поддерживает уже ставшие привычными для пользователей планшетов и смартфонов жесты: вращение, увеличение, уменьшение, листание и проч. Также гостей стенда заинтересовали мониторы 3М с экранами, выполненными по технологии РСТ (projected capacitive technology), — проекционно-емкостная технология. На сегодняшний день это единственная технология, имеющая уникальную скорость и точность обработки нажа-



тия. Работа на сенсорном мониторе с РСТ-экраном аналогична работе на планшете iPad. Компания 3М производит 5 моделей настольных мониторов с такой технологией с диагоналями экрана 18,5, 21,5, 22, 24 и 27 дюймов. Такие мультитач-мониторы позволяют распознавать до 20 одновременных касаний и имеют защиту от ложных срабатываний при касаниях экрана ладонью. Также компания 3М предлагает 2 модели встраиваемых мониторов с диагоналями 22" и 32" с такими же проекционно-емкостными мультитач-экранами.

Представителей торговых комплексов и бизнес-центров привлекли решения на сенсорном киоске «Олимп» с диагоналями 42" и 46". Киоск выполнен из нержавеющей стали, имеет боковую подсветку и отлично смотрится в интерьерах магазинов и торговых комплексов. На киоске «Олимп 42» была показана система навигации по торговому центру с подробной планировкой по этажам магазинов, паркингов, кафе, мест отдыха и др.

На примере программного обеспечения SnowFlake Suite, установленно-го на сенсорном киоске «Маэстро

22», посетители могли увидеть, как применяются мультитач-технологии в индустрии игр и развлечений, а также могли оценить, каким образом можно создавать собственные мультитач-презентации с использованием фото- и видеоматериалов.

Еще одним интересным решением, которое было продемонстрировано на стенде компании «Сенсорный мир», стали мультитач-накладки и рамки от компании PQ Labs, выполненные по инфракрасной технологии и «умеющие» распознавать до 32 одновременных нажатий на экран. Примером использования инфракрасной мультитач-технологии стал сенсорный киоск «Ассистент 32» с программным обеспечением, обучающим детей младшего школьного возраста физике, математике и астрономии.

Среди новинок интерес вызвал настенный киоск «Фортуна 22» на базе мультитач-шасси монитора 3М C2254W с поддержкой распознавания до 20 одновременных касаний. Киоск может быть закреплен на стене как с портретной, так и с альбомной ориентацией экрана. На киоске было продемонстрировано интерактивное решение для торговли с возможностью поиска товара по каталогу, фильтрацией по цене, сравнением характеристик и т.п. от компании Intuilab.

И это далеко не все мультитач-решения, которые можно было увидеть, попробовать и оценить на стенде компании. Любой желающий смог убедиться в преимуществах мультитач-технологий, а также задать вопросы специалистам и получить исчерпывающие ответы и рекомендации по использованию сенсорных технологий в рекламной индустрии.



Мобильные медиа-фасады и видеоз экраны от «Нео-Неон»

Одно из главных условий успеха — соответствовать современным тенденциям. Ведь именно за такими идеями и предложениями приходит на выставку «Реклама» большинство ее посетителей. И именно новинку на своем стенде представила компания «Нео-Неон» — световую систему RGB-занавесей с возможностью вывода видеоизображения.

Данная система уникальна по широте своего применения — она позволяет создавать мегапанно размерами вплоть до 2 тыс. кв. м, а также может применяться для интерьерных решений. Все это благодаря модульности конструкции, которая и позволяет иметь вариативные размеры. Причем сами модули, из которых потом может складываться медиа-занавес среднего и большого размера, также разных габаритов — 3 x 1 м, 2 x 2 м и др. Новые системы могут воспроизводить флеш-анимацию, тексты и видео любого формата. Отличительная черта — это простота в монтаже, а также невысокая стоимость: 1 кв. м обходится в 300 — 400 долларов, включая все необходимое оборудование (контроллеры, системы электропитания и пр.).

RGB-занавеси предлагается использовать для создания медиа-фасадов, переносных видеоз экранов,



рекламных панно, временных инсталляций. В зависимости от применения и требуемых размеров панно рекомендуется использовать разные модификации RGB-занавесей, которые главным образом отличаются друг от друга типом световой точки. Первая — это самая крупная по размеру в виде небольших шариков диаметром 24 мм. с одним RGB SMD светодиодом внутри. Эти занавеси самые недорогие и могут быть использованы для создания экранов больших размеров.

Есть также световая точка в виде центрированных по оси шариков (32 мм, с 2-мя SMD RGB светодиодами внутри) для экранов меньшего размера. Благодаря своей форме они также работают на 360 градусов и позволяют создавать не просто плоский экран или медиа-фасад, а 3D-декорацию с видеоизображением и текстом. Уже сейчас компания «Нео-Неон» применяет систему для создания новогодних елок.

Самый популярный до сегодняшнего дня световые точки — пиксели 39 мм, — эти источники света самые яркие из всех модификаций медиа-занавесей (3 шт. RGB SMD светодиода внутри), и они фактически универсального назначения, то есть могут применяться даже для создания переносных видеоз экранов интерьерного применения. Как отметил Тимур Гучмазов, руко-

водитель отдела продаж ТК «Нео-Неон», медиа-занавес вызвал огромный интерес у посетителей выставки. Что неудивительно, ведь RGB-занавеси — это абсолютно новая вещь — даже все ее возможности еще не до конца изучены. Но уже сейчас понятно, какой огромный творческий потенциал у новинки, причем позволяющий создавать оригинальные вещи по весьма доступной цене. Стоит также добавить еще один немаловажный аспект: новые системы уже апробированы для работы в российских погодных условиях и прошли сертификацию, что является гарантом того, что праздник испорчен не будет!

В этом году на стенде компании «Нео-Неон» традиционно был представлен большой ассортимент новогодней декоративной светотехники, ведь именно за ней приходят на выставку многие посетители выставки «Реклама». Компания «Нео-Неон» представила много новых гирлянд, готовые изделия в форме снежинок, световые занавесы плейлайт, световые деревья... Про все и не расскажешь. Но особенно вызвала восторг у рекламной публики новая программа для внутреннего декорирования торговых центров, ресторанов и других заведений — тематические фигуры премиум-класса, которые компания «Нео-Неон» предоставляет в аренду.



DEFERO — новый указатель в «Рекламе»

Еще одна ценность выставки — это новые имена. Очевидно, что, имея лишь весомые конкурентные преимущества, молодые компании способны привлекать инвестиции в свое продвижение на солидных международных смотрах. К числу таких компаний относится и DEFERO — производитель модульных указателей различного назначения.

Под торговой маркой DEFERO производятся модульные указатели из алюминиевого профиля с легкой сменой информации с помощью специальной присоски. Оригинальные профили собственного производства позволяют создавать самые нужные виды указателей различных размеров: настенные таблички, офисные стенды, настольные таблички, флаговые указатели, подвесные конструкции, а также пилоны.

Вся продукция компании основана на едином принципе замены информационного постера. И это является основной отличительной чертой указателей DEFERO. Бумажный постер вставляется в пазы алюминиевого профиля и закрывается прозрачной пластиковой вставкой, которая также вставляется в пазы профиля. Для замены постера используется специальная присоска-липучка, при помощи которой пластиковая вставка извлекается из профиля, и постер становится доступным. Все изделия имеют единый вид, что позволяет создавать целостные системы визуальной навигации. А широкий диапазон размеров позволяет формировать индивидуаль-



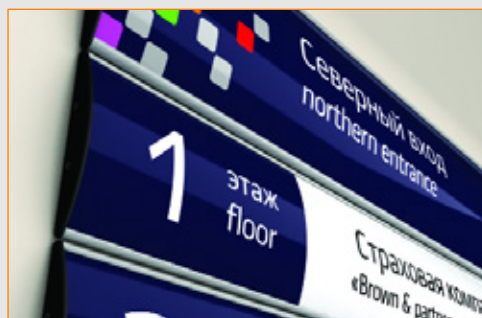
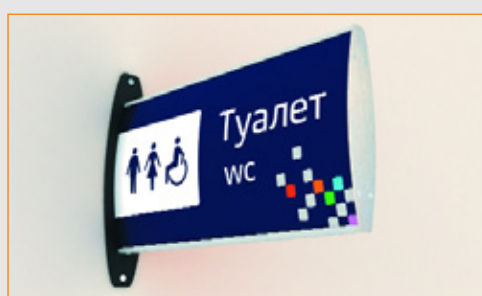
ные комплекты указателей. В сравнении с модульными системами других марок, продукция системы DEFERO изготавливается из комплектующих российского производства, поэтому на стоимость не влияют колебания курсов валют. Собственное производство диктует особый подход к обеспечению наличия материала на складе. Это позволяет избегать как перепроизводства, так и дефицита профилей, поэтому и сроки исполнения заказов на изготовление указателей являются максимально сжатыми и зависят главным образом от объема заказа.

Стоит также отметить, что DEFERO не работает с конечными покупателями, а продает продукцию только через своих дилеров, что дает возможность дилерам создавать ценовые политики для разных клиентских групп. Дилерами могут стать рекламные агентства, дизайн-студии, архи-

тектурные бюро, рекламно-производственные фирмы, а также любые другие компании, которые работают с конечными заказчиками и заинтересованы в продвижении продукции. Производители рекламной продукции также могут приобрести отдельно профиль DEFERO, который благодаря собственному производству всегда есть в наличии у поставщика, так как компания не зависит от действий каких-либо зарубежных партнеров, что в свою очередь позволяет рекламным фирмам обеспечить минимальные сроки выполнения проектов.

Как отметила директор по развитию DEFERO Олеся Джавадова, развитие дилерской сети — ключевая задача компании. DEFERO осознанно не работает напрямую с конечным клиентом, а при обращении связывает заказчика со своим дилером в том или ином (ближайшем к клиенту) регионе. Дилерам не обязательно иметь свои производственные мощности, так как продукция может поставляться уже и в готовом виде, что является основным отличием DEFERO от компаний, которые продают рекламные материалы и поставляют модульные указатели только в виде профиля.

Подводя итоги работы на «Рекламе-2012», Олеся Джавадова по окончании выставки подчеркнула, что в компании довольны результатом: у тех, кто познакомился с DEFERO, интерес не пропал — идут звонки, люди интересуются и делают заказы. Запросы приходят не только от компаний, которые уже были знакомы с аналогами от других производителей, но и от тех, кто для себя этот продукт открыл только на выставке и заинтересован в сотрудничестве.



LED-буква без изъяна

Одно из главных назначений любой выставки — это представлять на рынке новые технологии и новинки. И их на «Рекламе-2012» в этом году было немало. Кто-то скажет, что искусственного заказчика уже мало чем удивишь. Однако рекламной группе «Апельсин» это удалось — на стенде компании были представлены уникальные буквы разной формы и дизайна, поражающие как яркостью, так и разнообразием форм.

К слову сказать, произошло это вовремя, ведь в силу грядущих изменений на рынке столичной рекламы, в том числе в сегменте оформления объектов потребрынка, уже будет сложно выделяться масштабом, и предпочтения будут отданы объемным буквам.

К тому же LED-буква обладает уникальными эстетическими качествами, которые имеют неоспоримое преимущество перед другими объемными буквами, изготовленными, например, из нержавеющей стали, с применением ALS + трим профилей, или перед склеенными из пластика буквами. Лицевая поверхность из специального акрила засвечивается полностью, то есть не имеет несветового канта по периметру. Все известные ранее технологии имеют технологически необходимую не световую окантовку по краю лицевой поверхности буквы. Толщина LED-буквы составляет 30-40 мм. При этой толщине объемные буквы сохраняют великолепную равномерность свечения при яркости свечения 5000 — 10000 lm. Как отметили в РГ «Апельсин», данная толщина являет-



ся оптимальной для создания букв малых габаритов, к тому же подобный материал большей толщины будет значительно выше по стоимости, а меньшая ширина не позволит добиться равномерности засветки.

LED-буквы имеют небольшой вес и, как следствие, легко монтируются на любые поверхности: гипсокартон, кирпич, различные стойки-решетки и т.д. Эта технология наилучшим образом подходит для небольшого формата букв, которые могут применяться как на улице, так и внутри помещения. И, конечно же, она особенно востребована при восприятии с близкого расстояния, когда к конструкциям предъявляются повышенные требования. К тому же данная технология позволяет изготавливать элементы сложной криволинейной формы, с уникальными и самыми выразительными шрифтами, что при других технологиях порой просто невозможно.

Данная технология представляет широкие возможности и для реали-

зации нестандартных решений. С помощью применения небольших хитростей рекламно-производственные компании могут добиваться самых необыкновенных эффектов. Например, для большей четкости при чтении надписи боковины рекомендуется обклеивать светоблокирующей пленкой, благодаря применению цветных пленок на лице буквы можно получать самые разнообразные цветовые решения, дополнительное декорирование лицевой поверхности пластиком придает буквам дополнительный объем и оригинальность, а использование RGB-подсветки позволит вывеске переливаться всеми цветами радуги и не только. Для подсветки LED-буквы применяются SMD-светодиоды с большим сроком службы. Применение SMD-светодиодов позволяет изменять цветовую температуру для белых букв от 3000 К до 9000 К, что дает возможность дизайнерам воплощать самые смелые современные решения. Светодиоды позволяют регулировать яркость подсветки, повышение контрастности. Внедрение LED-технологии также значительно снижает энергопотребление.

Как и все самое лучшее, данная технология уже получила широкое распространение в Америке и Европе. Невольно возникает вопрос: почему столь замечательная технология до сих пор не была представлена в России? Представитель рекламной группы «Апельсин» Ирина Гуральская поделилась своим мнением по этому вопросу: «Безусловно, эта технология относится к решениям премиум-класса, но не только стоимость данного акрилового материала является стопором ее широкого распространения. Необходимо еще обладать знаниями по работе с материалом».





ВПЕРВЫЕ В РОССИИ НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

LED Буква



Торговая МЕБЕЛЬ



ПОДСВЕТКА НА ВСЕЙ
ЛИЦЕВОЙ ПОВЕРХНОСТИ
ВПЛОТЬ ДО КРАЯ!

РАВНОМЕРНОЕ
СВЕЧЕНИЕ

КОНТРАЖУРНАЯ
ПОДСВЕТКА

ЯРКОСТЬ
СВЕЧЕНИЯ БУКВЫ
10000-12000 lm.

12V.

ТОЛЩИНА БУКВЫ
30-40 мм.



рекламная группа

АПЕЛЬСИН

www.apelsinrg.ru

(495) 972-75-15

(495) 672-75-90

(495) 672-75-93



РЕДИУС™



РЕКЛАМНЫЕ
ДИНАМИЧЕСКИЕ
УСТАНОВКИ

www.redius.ru тел. (3812) 272 062

ВЫВЕСКА ИТАЛЬЯНСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ



Компания «ЛазерСтиль» изготовила фасадную вывеску для магазина одежды Naples Collection, расположенного в центре Москвы на Саввинской набережной.

В лаконичной стильной вывеске был сделан акцент на белый цвет и применение современных технологий. Основа вывески — короб размером 2150 x 850 x 50 мм из белого композита. Буквы выполнены методом инкрустации прозрачного акрила (толщина 10 мм) с шлифованными торцами и белой пленкой на «лице». Изящный шрифт создан черным пластиком толщиной 3 мм также на лицевой поверхности букв. Подсветка светодиодная.

САМАЯ БОЛЬШАЯ ВЫВЕСКА КАЛИНИНГРАДА



В городе Калининграде в июле была смонтирована самая большая в регионе вывеска «СБЕРБАНК РОССИИ». Вывеска смонтирована на крыше Калининградского государственного технического университета, расположенного на площади Победы. Общая площадь крышной установки составила более 400 кв. м. Проект осуществлен РГ «КАРМЕЛ» по заказу Калининградского Сбербанка России. В рамках него были изготовлены сами буквы, установлены в них светодиоды, смонтированы буквы на металлоконструкцию и произведены все работы по коммутации. Изготовление несущей металлоконструкции и монтаж производились совместно с Балтийским монтажным управлением (БМУ).

Несущая металлоконструкция находится под кровлей, на ней закреплены буквы из композитного материала. Подсветка осуществлена по принципу открытых светодиодов марки BaltLed. Монтаж букв на металлоконструкцию осуществлялся на площадке, после чего металлоконструкция секциями из четырех частей краном поднималась на крышу.

Все работы по монтажу секций были выполнены за одну ночь. Осуществление монтажных работ в ночное время было продиктовано необходимостью перекрыть движение транспорта.

ОПЕРАТИВНАЯ КРЫША ДЛЯ ТСК «АСТРУМ»



Ко Дню Республики в городе Сибай (Республика Башкортостан) на обновленном здании торгово-сервисного комплекса «Аструм» появилась крышная установка в виде объемных световых букв «Аструм». Габаритные размеры конструкции составили 11,3 x 2,65 м.

Вывеска сделана по технологии классических световых букв со светодиодной подсветкой, задняя стенка ПВХ 10 мм, бокообразующий профиль ALS 130 мм, лицевая часть — акриловое стекло, оклеенное пленкой Oracal 8500 серии.

Проект был выполнен в очень сжатые сроки (7 дней) РПК «Мастерская наружной рекламы» (ООО «Гранд»).

НОВЫЙ ДИЛЕРСКИЙ ЦЕНТР BMW



Компания «Пеликан-Праймари», официальный дилер BMW, в августе открыла новый центр BMW, расположенный на Алтуфьевском шоссе (пересечение с МКАД, внешняя сторона). Работы по стильному оформлению фасада автосалона выполнило Рекламное Агентство «Мир рекламы». Яркие и привлекающие внимание изображения были отпечатаны на самоклеящейся перфорированной пленке — износостойким материале, идеально подходящем для оконной рекламы. Общая площадь печати составила 234 кв.м. Монтаж также был осуществлен сотрудниками Рекламное Агентство «Мир рекламы».





Реклама по Северо-Западу

- Наружная реклама, широкоформатная печать, оформление мест продаж, оформление торговых центров, оформление транспорта и др.
- Сеть билбордов 3х6, призматроны 3х10, брендмауэры, городская мебель (скамейки)
- Реклама на транспорте (полная база троллейбусов и маршрутных такси)
- Быстрый расчет под ваш бюджет
- Ваши сроки
- Решаем все проблемы с логистикой, замерами, командировками, монтажами в Карелии и по Северо-Западу

РЕКЛАМНАЯ ГРУППА
ВИЗАРТ
www.vizart-ptz.ru

г. Петрозаводск, ул. М. Горького 28
тел. факс: (8142) 76-17-75
8 800 200-17-75 (звонок бесплатный)
e-mail: info@vizart-ptz.ru

ARDIS

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

с нами Вы станете ЗАМЕТНЕЕ

info@ardisreklama.ru



www.ardisreklama.ru

КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ

СВЕТОВЫЕ КОРОБА

ПИЛОНЫ

ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ

МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ БУКВЫ

НЕОНОВАЯ РЕКЛАМА

СТЕЛЛЫ

СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА

ЩИТОВАЯ РЕКЛАМА

СВЕТОДИОДНАЯ РЕКЛАМА

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

ОБЛИЦОВКА ФАСАДОВ

XSTREAM

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



ГАРАНТИЯ
УСПЕШНОГО
ВЫПОЛНЕНИЯ
ПРОЕКТОВ
ПО ВСЕЙ РОССИИ!



Компания «ИКСТРИМ»

(495) 797-80-70

www.xstream.ru

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

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Производство
светодиодных вывесок

Крышные установки

Объемные буквы

Комплексное
оформление фасадов

Вакуумная формовка

Монтаж, обслуживание

Изготовление
вентилируемых фасадов



АКВЕДУК



РЕКЛАМА

Акведук реклама

117587 г. Москва,

Варшавское шоссе, д. 125, стр.3

www.akveduk.ru; e-mail: info@akveduk.ru

т/ф: 8(495)788-67-74

ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

360-1440 dpi

ARDis
PRINT

ПЛЕНКА

БАННЕР

БУМАГА

УФ ПЕЧАТЬ

СЕТКА

ТКАНЬ

ХОЛСТ

ЛАМИНАЦИЯ

Москва, ул. 1-я Фрезерная, д. 2/1, стр.1

+7 (495) 649-60-77

www.ardisprint.ru

info@ardisprint.ru

SIGNBUSINESS.RU →

технологии производства визуальной рекламы

главный отраслевой портал

Регистрируйтесь!

Зарегистрируйтесь сами и внесите в каталог на портале свою компанию! Регистрация в удобном систематизированном каталоге компаний — абсолютно бесплатная. Зарегистрируйтесь и получите доступ к сервисам портала!

Читайте!

Мы выкладываем для вас наиболее актуальные материалы, посвященные сайнбизнесу. Благодаря разделению по темам и выборке по тегам вы можете подбирать только те статьи, которые вам интересны.

Обсуждайте!

Комментируйте статьи, которые вас затронули, обсуждайте в форуме наиболее актуальные темы — общайтесь с коллегами и профессионалами отрасли, продемонстрируйте собственную квалификацию!

Спрашивайте!

Есть профессиональные вопросы? Задайте их на портале в разделе «Вопрос-ответ». Эксперты и коллеги по бизнесу помогут найти правильное решение!

Планируйте!

Посмотрите в календарь профессиональных событий. Запланируйте свои командировки и отпуска, принимая в расчет отраслевые выставки и другие мероприятия!

Регистрируйтесь, читайте, обсуждайте, спрашивайте, планируйте или просто заходите в гости на SignBusiness.ru



ПРОИЗВОДСТВО НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ				
ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ
ARDIS	649-6077	649-6077	www.ardisreklama.ru www.ardisprint.ru	Изготовление, монтаж, гарантийное обслуживание всех видов наружной и интерьерной рекламы.
MSV Company г.Екатеринбург	(343)378-21-84, 253-69-54	(343) 253-79-64	Http://rgmediaservice.ru	Эксклюзивные рекламные решения для процветания Вашего бизнеса!
RAYGLER	790-2523, 775-7665	790-2523, 775-7665	www.raygler.ru	Лайтиксы, световые панели, P.O.S. Материалы, светодинамические лайтиксы
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.
Акведук реклама	(495) 788-6774	(495) 788-6774	www.akveduk.ru	Производство светодиодных вывесок, крышные установки, объемные буквы, вакуумная формовка, комплексное оформление фасадов, изготовление вентилируемых фасадов.
Альтима	727-1894	727-1894	www.altima-sign.ru	Вывески, световые короба, брендмауэры, объемные буквы, неон, крышные установки, нестандартные конструкции. Оформление витрин. Комплексное оформление.
ВизАрт, г.Петрозаводск	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	www.vizart-ptz.ru	Вывески, лайтбоксы, крышные установки, объемные и плоские буквы из пластика и нержавеющей стали, стелы, светодиодная подсветка, неон, бегущая строка.
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.
ДЕФЕРО	(495) 971-4349	(495) 971-4349	www.defero.ru	Модульные указатели из алюминиевого профиля с легкой сменой информации с помощью специальной присоски. Оригинальные профили собственного производства позволяют создавать самые нужные виды указателей различных размеров: настенные таблички, офисные стенды, настольные таблички, флаговые указатели, подвесные конструкции, а также пилоны.
ЗЕНОН	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	Праздничное световое оформление, архитектурная подсветка, флаговые 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.
ЛаТек	983-0519	983-0519	www.latec.ru	Объемные буквы из нержавеющей стали, таблички. Крышные установки. Стелы, пилоны.
НОРЕТЕК	(495) 675-2493, (495) 675-4746	(495) 675-2493, (495) 675-4746	www.noretex.ru	Крышные конструкции, комплексное рекламно-информационное оформление фасадов и интерьеров, полное сопровождение объекта от проектирования до монтажа, сервисное обслуживание. Широкоформатная печать.
РЕДИУС — рекламные динамические установки, г.Омск	(3812) 272-062, 272— 060	(3812) 272-062, 272— 060	www.redius.ru	Призматические 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
ARDIS PRINT	649-6077	649-6077	www.ardisprint.ru www.ardisreklama.ru	Широкоформатная печать 360-1440 dpi.
ВизАрт, г.Петрозаводск	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	www.vizart-ptz.ru	Баннер, пленка, бумага от 180-1440 dpi. Фотокачество, сроки — 1 день, без выходных, производительность до 1300 кв/сут. Доставка.
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.
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 самоклеящейся пленке, сетке, бумаге, ткани, пластике. Печать полиграфической продукции.

ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ КОНСТРУКЦИЙ
ARDIS	649-6077	649-6077	www.ardisreklama.ru www.ardisprint.ru	Комплексное решение оформления мест продаж. Изготовление Р.О.С.-материалов воблеры, шелфтокеры, мобайлы, диспенсеры, ростовые фигуры, ценники, монетки.
POSMotri	(499) 191-6338, (499) 9 728-3009	(499) 191-6338, (499) 9 728-3009	www.posm03.ru	POS — материалы, рекламное и торговое оборудование, LED — панели, алмазная полировка оргстекла.
RAYGLER	790-2523, 775-7665	790-2523, 775-7665	www.raygler.ru	Лайтксы, световые панели, Р.О.С. Материалы, светодиодные лайтксы
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.
ВизАрт, г.Петрозаводск	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	www.vizart-ptz.ru	Таблички, стойки, стенды, pos-материалы, планшеты, указатели, подставки, держатели, промо продукция и т.д.
ДЕФЕРО	(495) 971-4349	(495) 971-4349	www.defero.ru	Модульные указатели из алюминиевого профиля с легкой сменой информации с помощью специальной присоски. Оригинальные профили собственного производства позволяют создавать самые нужные виды указателей различных размеров: настенные таблички, офисные стенды, настольные таблички, флаговые указатели, подвесные конструкции, а также пилоны.
ЛазерСтиль	734-9156, 374-2962, 374-3311	374-3311	www.laserstyle.ru	Производство Р.О.С.-материалов. Дисплеи, промостойки, лайтбоксы, акрилаты, шелфтокеры и др. Вакуумная формовка. Комплексное оформление мест продаж.
Нео-Неон	665-4848	665-4848	www.supersvet.ru	Декоративное освещение: дюралайт, световые занавесы, стробы, сетки, гирлянды, садовые светильники, световая продукция и т. д.
Сенсорный Мир, г. Санкт-Петербург	(812) 327-8182	(812) 327-8182	www.touchmonitors.ru	Сенсорные экраны, сенсорные мониторы, сенсорные киоски.

РАЗМЕЩЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	РЕКЛАМОНОСИТЕЛЬ
ВизАрт, г.Петрозаводск	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	(8142) 76-17-75, 8-800-200-17-75	www.vizart-ptz.ru	Сеть магистральных щитов 3х6м, брадмауэры, сеть уличных скамеек с рекламным полем 2 кв, 3-х сторонние призматроны на ТЦ КЕЙ, рекламные поля на платежных терминалах (сеть)
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).



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖНАЯ

39

