

НАРАЩАЮТСЯ



#142

12/2012



ИЗДАНИЕ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ РЕКЛАМЫ
события • размещение • производство • печать

Брендирование призовых автомобилей Audi
для Олимпийской сборной России
по заказу РА «Ключевое Звено».
Выполнено компанией BRANDCAR.
Подробности в следующем номере.





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 видеозкраны: продажа, аренда
- прочее оборудование

www.maxismart.ru

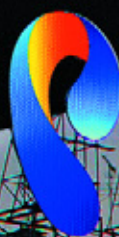


АЛЬДИЗАЙН
с т у д и я

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ

ОРИГИНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН
НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

www.altdesign-studio.ru



Ростелеком

Открытие
банк



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

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:

ARDIS 34 /

ARDIS PRINT 37 /

BRANDCAR 1-я обл. /

MSV 31 /

RAYGLER 29 /

ReSeM 9 /

Акведук реклама 36 /

Альтима 2-я обл. /

Апельсин РГ 30 /

ВизАрт 34 /

ВИТА 27 /

ИКСТРИМ 35 /

Кодимир 35 /

Компания Big Plakat 28 /

ЛазерСтиль 5 /

РЕДИУС 30 /

ФАВОР-ГАРАНТ 4-я обл.



Уважаемые друзья!

Поздравляю вас от лица нашей редакции с наступающим Новым годом! Пусть год Змеи вам и вашему бизнесу принесет успех, процветание и развитие.

Уходящий год был непростым для нашей индустрии, да и предстоящий принесет немало сюрпризов. В Москве ожидается принятие новых правил, в регионах друг за другом идут конкурсы и аукционы на право размещать рекламные конструкции — меняются рынок, правила и ключевые игроки. Изменимся и мы в новом году — появятся новый формат, новые направления и новые рубрики, обо всем этом вы узнаете уже в следующем номере, который выйдет в феврале следующего года.

Но я с вами не прощаюсь и еще не раз надеюсь быть полезной для вас в этом году, обещаю информировать о последних новостях и тенденциях на странице нашего информационного портала Signbusiness.ru и на нашей страничке в Facebook. Еще раз всех с наступающими праздниками!

Екатерина Бобкова, редактор

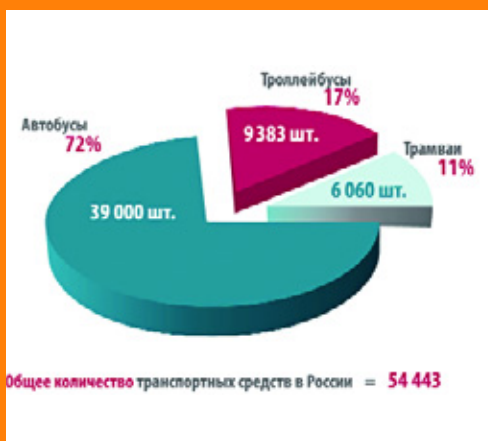
www.ridcom.ru

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





8 Аналитический центр Russ Outdoor дал оценку объему рынка полиграфии в наружке. В 2011 году он составил порядка 2,5 млрд рублей (6% от общего объема наружной рекламы).



24 В Москве рынок рекламы на общественном транспорте оценивается в 90 млн руб., в Санкт-Петербурге — 112,5 млн руб.



22 Суровые холода угрожали работе инсталляций McDonald's, и в ходе размещения необходимо было предпринимать дополнительные меры.



32 В основу решения творческой задачи положена идея трансформации логотипа в масштабе архитектуры.

СОБЫТИЯ

6 Новости

Фестиваль

12 Golden Drum 2012

ЗА РУБЕЖОМ

16 Калейдоскоп

РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ

20 Новости

История заказа

22 Сити-форматы с горячим кофе McDonald's

Исследование

24 Российский рынок рекламы на транспорте

ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ

И ИНФОРМАЦИИ

26 Showroom

ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

31 Галерея

История заказа

32 Завод наружной рекламы «Неон-Арт» в Казани

37 ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

38 СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ



лазерСТИЛЬ
РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

**ОБЪЕМНЫЕ РЕШЕНИЯ
ВАШЕЙ РЕКЛАМЫ**



МИР ВЫВЕСОК

Рекламно производственная компания "ЛазерСтиль"

поздравляет клиентов и партнеров,

с наступающим Новым Годом!

Желает экономического роста и процветания.

Выражает благодарность, и глубокую признательность

за сотрудничество.

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



Объем рекламного рынка за три квартала 2012 г.

Комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) подвела итоги развития рекламного рынка России за первые три квартала 2012 года. Суммарный объем рекламы в средствах ее распространения за вычетом НДС составил примерно 205-206 млрд рублей, что на 14% больше, чем за аналогичный период предыдущего года. Все сегменты рекламного рынка, за исключением рекламных изданий, продемонстрировали положительную динамику к показателям первых девяти месяцев 2011 года.

Стоит отметить, что динамика роста рекламного рынка в целом заметно замедлилась. В прошлом году он составил 25%, а его суммарный объем за три квартала 2011 года достиг почти 180 млрд рублей. Основная причина снижения темпов роста вызвана ситуацией в телевизионном сегменте, который занимает почти половину рекламного рынка. Там рост составил только 9%. По-прежнему наблюдается колоссальный рост интернет-рекламы (второй по масштабам сегмент рекламного рынка) — 40% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Напомним, что объемы рекламы рунета превысили наружку только в прошлом году при оценке объемов рекламы в средствах ее распространения за три квартала 2011 года. Объем рынка наружной рекламы оценивается в 29,4 — 29,6 млрд рублей, прирост по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил 10% (в прошлом году за тот же период прирост был 18%). При этом наружка остается третьим каналом коммуникации по объемам выделяемых рекламных бюджетов.

сегменты	Январь-Сентябрь 2012года	Прирост, %
Телевидение	96,6-97,1	9
<i>в т.ч. эфирное</i>	94,8-95,3	9
<i>кабельно-спутниковое</i>	1,78	38
Радио	9,4-9,6	20
Печатные СМИ	28,8-29,0	3
<i>в т.ч. газеты</i>	6,3-6,4	13
<i>журналы</i>	13,5-13,7	1
<i>рекламные издания</i>	8,8-8,9	-2
Наружная реклама	29,4-29,6	10
Интернет	37,9	40
<i>в т.ч. медийная реклама</i>	11,6	25
<i>контекстная реклама</i>	26,3	48
Прочие	2,6	20
ИТОГО	205,0-206,0	14

Грядущие поправки в закон «О рекламе»

21 ноября Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и отдельные законодательные акты Российской Федерации», предложенный единороссом Виктором Звагельским. Поправки запрещают распространение рекламы, наносимой на внешние стены, крыши и иные элементы зданий, а также остановки общественного транспорта, поверхности тротуара либо проезжей части дороги. Законопроектом также предусмотрен четкий порядок демонтажа рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой без действующего разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Московский департамент СМИ и рекламы после принятия поправок планирует создать Управление по демонтажу незаконных рекламных конструкций.

Новый законопроект был внесен в Думу еще в мае этого года. Законопроектом предусмотрен четкий порядок демонтажа рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой без действующего разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Разработан перечень случаев, когда демонтаж незаконно установленной рекламной конструкции предполагается осуществлять за счет средств местного бюджета. При этом органы местного самоуправления будут вправе требовать возмещения понесенных расходов с владельца незаконно установленной рекламной конструкции или с собственника недвижимого имущества, к которому рекламная конструкция присоединена. Надзор за законностью установки и эксплуатации будет осуществляться на региональном государственном уровне, а органы местного самоуправления смогут следить за единым архитектурным обликом города и устанавливать перечень нарушений.

Напомним, что по текущему законодательству принудительный демонтаж рекламных конструкций возможен лишь по решению суда. И он не исключает необходимость возмещения затрат на проведение данных работ городским структурам. Однако, в силу того, что изначально отсутствует финансирование данных работ, фактически это специализированным городским службам не позволяет создавать свои службы по демонтажу или делать работу эффективно.

Кроме того, новый законопроект увеличивает максимальный срок договоров на эксплуатацию рекламных конструкций с 5 до 15 лет и разрешает без конкурса продлевать действующие договоры — до тех пор, пока власти не утвердят схему размещения рекламы на этой территории и не будут готовы провести конкурс для операторов (продолжить контракты можно максимум на два года). Также без конкурса предлагается размещать временные рекламные конструкции размером не более 4 кв. м (флаги, штендеры и т.п.).

В аппарате Звагельского отмечают, что в законопроект планируется вносить изменения. Помимо технических поправок ожидается, что будет убрано положение о продлении договоров до утверждения схем размещения рекламы: это «самая коррупционно-генная норма». Возможно также, что будет прорабатываться и положение об увеличении срока договора на размещение рекламных конструкций до 15 лет.

С Новым Годом Змеи!

Рвется из рук, на упрямую птицу похожий,
Злится на тонкую нить за то, что прочна,
Жаль, но пока одного понять он не может,
Жизнь для него — это нить, что в руках у меня...

Алла Пугачева — “Бумажный змей”

**Пусть новый год станет для вас легким,
как бумажный змей, а нить, связующая
с самым важным и значимым, прочна,
как никогда!**

Ваш коллектив журнала НАРУЖКА



Ключевые тенденции и прогнозы развития наружки

8 ноября 2012 года в Москве состоялась традиционная конференция компании Russ Outdoor, которая объединила представителей крупнейших медиа-агентств, ведущих рекламодателей сегмента наружной рекламы и СМИ. На конференции обсуждались текущая ситуация на рынке outdoor, предварительные итоги 2012 года и прогнозы развития на 2013 год. Основными темами стали тренды российского рынка ООН, качественные изменения после завершения массовых торгов, приход новых рекламодателей и особенности регионального размещения наружной рекламы.

Конференция открылась презентацией аналитического отчета Russ Outdoor, подготовленного специалистами аналитического центра компании. Анна Красильщикова, директор департамента маркетинга Russ Outdoor, отметила, что прогнозирование показателей на 2013 год осложняется неопределенностью на рынке наружной рекламы, связанной с окончанием договоров на аренду мест и проведением торгов во многих городах России. Исходя из текущей ситуации по количеству и составу поверхностей, с учетом сложившейся динамики роста цен, в 2013 году можно ожидать увеличения объемов рынка на 12,1% (до 51,5 млрд рублей). Замедление данных темпов роста возможно в случае существенного сокращения инвентаря в различных регионах в результате реализации законодательных инициатив. Основным фактором роста индустрии в условиях высокого спроса со стороны рекламодателей и сокращения поверхностей становится рост средних цен на размещение. Согласно прогнозам, в 2013 году медиа-инфляция по основным форматам составит 11 — 13%.

По словам Вячеслава Никишина, руководителя отдела продаж Russ Outdoor, в 2012 году произошел серьезный скачок в объемах наружной рекламы рекламодателей товарных категорий «Недвижимость» и «Автомобили, сервис». Несмотря на то что самым популярным форматом на рынке остаются щиты 6 х 3, уличная мебель и малые форматы также востребованы компаниями, особенно в таких сегментах, как «Развлечения, досуг» и «Парфюмерия, косметика».

Традиционно аналитический центр Russ Outdoor дает оценку и объему рынка полиграфии в наружке. В 2011 году он составил порядка 2,5 млрд рублей (6% от общего объема наружной рекламы). Доля затрат рекламодателей на полиграфическую продукцию в первом полугодии 2012 года практически не изменилась, а объем составил 1,4 млрд рублей. Методика оценки включает определение тиражей постеров для разных форматов и их стоимости. Количество постеров рассчитывается на основании данных мониторинга компании «Эспар-Аналитик». Стоимость полиграфической продукции и услуг определяется на основе мониторинга, проводимого компанией Russ Outdoor.

На самый распространенный в России формат 6 х 3 приходится и самая значительная доля расходов на полиграфию. В 2011 году доля данного формата в объеме рынка принта составила 58,9% (диаграмма 3.6.1). На крупноформатную печать пришлось 30,0% расходов на полиграфию, малый формат занял 8,6% рынка принта, 2,5% — доля принта для прочих форматов.

Вектор рынка наружки в Казани изменился

В ноябре в Казани прошли массовые торги на право заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Последние аукционы пройдут в декабре, но уже сейчас понятно, что расклад сил изменится: рынок заняли федеральные игроки — Russ Outdoor, «Постер» и Gallery.

Напомним, что основные договоры на сетевые рекламные конструкции в Казани закончились в июле — сентябре 2012 года. И уже в начале года эксперты рекламного рынка предполагали, что местные компании не смогут конкурировать с федеральными компаниями, могут также прийти и новые игроки. Фактически так и произошло.

Аукционы на право разместить рекламные конструкции проводятся с августа 2012 года, и на конец ноября текущего года казанские власти заключили сделки уже по 1140 рекламным конструкциям из 1200 запланированных. Мест под установку самого популярного формата рекламных конструкций — 6 х 3 — было реализовано 982, пилларсов — 99, пилонов — 35, ситибордов — 9, а конструкций крупного формата — супербордов и суперсайтов — 15. Последние аукционы пройдут в декабре; УНРИ выставит три лота из конструкций различного типа: стелы, крупный формат и световые пилоны на опорах освещения — всего 55 мест.

Торгам предшествовал фактически полный снос рекламных конструкций в городе, что в том числе было связано и с серьезными градостроительными изменениями в регионе, и с планами по сокращению рекламных поверхностей (с 1700 до 1200 конструкций) и реструктуризации по форматам и местам. По итогам проведения электронных аукционов на текущий момент в бюджет города поступило 862,9 млн руб (еще 3,5 млн руб. городской бюджет получит от уплаты госпошлин за оформление победителями торгов необходимых документов). По словам начальника Управления наружной рекламы и информации Исполкома Казани Ирины Дябилкиной, итоговая стоимость конструкций всех форматов (щиты 6 х 3, пилоны, пилларсы) более чем в пять раз превысила их общую стартовую цену в 138,8 млн руб.

Стоит также отметить, что проведение аукционов сопровождалось активным сопротивлением местных компаний. Казанские компании «Континенталь», «Максимал», «Неон-арт-М», «Нью стрит», «РА Медиа Лэнд», «Феникс» требовали остановить торги по объектам наружной рекламы как ущемляющие малый и средний бизнес, но УФАС по РТ и «ФАС России» их не поддержали. Казанские рекламные компании трижды пытались обжаловать в суде аукционную документацию, но и суд отказал им в удовлетворении исков.

Следующим этапом работы станет наведение порядка с вывесками, объявлениями, аншлагами и «прочими настенными конструкциями на зданиях в центре». По информации казанской деловой газеты «БИЗНЕС Online», Управление архитектуры и градостроительства Казани разработало новый архитектурно-художественный регламент размещения средств наружной рекламы и информации. Как сообщила главный архитектор города Татьяна Прокофьева, при разработке регламента учитывался опыт Санкт-Петербурга, где множество исторических зданий гармонично сосуществуют с рекламными конструкциями. В частности, теперь на объектах культурного наследия можно устанавливать рекламно-информационные конструкции не выше второго этажа. При этом они должны быть выполнены декоративно-художественным способом: роспись, художественный металл, графит, мозаика, барельеф. В целом планируется, что реклама станет максимально компактной и не будет наносить ущерб эстетике исторической городской среды.

Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск,
Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара, Омск,
Казань, Челябинск, Ростов-на-Дону, Уфа, Пермь,
Волгоград, Красноярск, Кемерово, Саратов,
Курск, Краснодар, Тольятти, Ульяновск,
Архангельск, Владивосток, Владикавказ,
Владимир, Воронеж, Иркутск, Ижевск,
Йошкар-Ола,
Комсомольск-на-Амуре,
Магнитогорск,
Нижний Новгород,
Смоленск,
Тараз,
Чебоксары,
Альметьевск,
Белгород, Брянск,
Владимир, Волгоград, Воронеж,
Калужская область, Кировская область, Краснодарский край,
Курганская область, Ленинградская область, Магнитогорская область,
Московская область, Мурманская область, Нижегородская область,
Новосибирская область, Оренбургская область, Орловская область,
Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Республика Хакасия,
Рязанская область, Самарская область, Саратовская область,
Свердловская область, Тамбовская область, Тверская область,
Тульская область, Челябинская область, Ярославская область

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА и ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

- РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- РЕГИСТРАЦИЯ
- ПРОИЗВОДСТВО
- МОНТАЖ



Комплексные проекты по всей России



ReSeM
RetailServiceManagement



Агентство **OMD Media Direction** выиграло тендер на стратегическое и тактическое медиа-планирование **ОАО «МегаФон»**. В тендере также принимали участие агентства Vizeum, Starcom и Maxus. Компания «МегаФон» является одним из лидеров телекоммуникаций и на сегодняшний день объединяет более 63 миллионов абонентов по России, Таджикистану, Южной Осетии и Абхазии. По итогам победы в тендере OMD Media Direction начиная с 1 ноября 2012 года будет заниматься медиа-планированием всех коммуникационных кампаний «МегаФон». В том числе перед агентством будут стоять задачи по диверсификации портфельного присутствия «МегаФон» в регионах страны, а также по усилению бизнес-показателей оператора в рамках федеральных кампаний.

«Для нас это знаковая победа, мы очень рады и горды за оказанное нам доверие. В рамках тендера в очень сжатые сроки мы смогли показать, на что способны, и доказать, что OMD Media Direction — достойный партнер компании «МегаФон» в области медиа-планирования. У нас есть все необходимые знания, и мы готовы к решению любых задач», — рассказывает Азарьев Олег, генеральный директор OMD MD.

В коммуникационной группе **TWIGA** создано новое медиа-байнговое агентство — Kwanza (суах. — «первый»). Агентство создано на базе отдела закупок медийного агентства Media First, отмечающего в эти дни свое 10-летие.

«Решение вывести байнг в отдельный бизнес — реакция на запрос со стороны рынка. Сегодня большое количество компаний нуждаются в медиа-закупках, но при этом им не интересны такие услуги, как медиа-планирование или исследования, — объясняет президент группы TWIGA Александр Оганджян. — Аналогичные потребности возникают, скажем, у креативных агентств, особенно региональных. Подчас создается рекламная кампания, например, для одного региона и только в наружке — в таких случаях клиентам нужен качественный байнг, а агентству — экономия общего бюджета».

Новое агентство возглавила Алена Былбас, до этого несколько лет занимавшая позицию байнг-директора агентства Media First. Агентство Kwanza будет осуществлять закупки всех медиа (ТВ, пресса, Интернет, радио, ООН, indoor). Инструментарий нового агентства составляют как классические исследовательские базы (TNS Russia, Comcon-2/TGI, Espar Analytic и др.), так и эксклюзивное программное обеспечение, разработанное для эффективного медиа-байнга (Simple Planner, Media Wizard, Media Flex).

Французский оператор наружной рекламы **JCDecaux SA** приобрел 25% российской **Russ Outdoor** (прежнее название — News Outdoor Russia). По информации от инвестиционной «дочки» Госбанка ВТБ, возглавляющей консорциум инвесторов, контролирующих рос-

сийскую компанию, в рамках сделки JCDecaux внесет активы своей российской компании BigBoard в уставной капитал Russ Outdoor. Финансовые условия сделки не раскрываются. Летом прошлого года находящаяся в центре громкого скандала медиа-империя Руперта Мердока News Corp продала 79% News Outdoor Russia пулу инвесторов во главе с «ВТБ Капиталом». ВТБ заплатил за 35,7% одного из крупнейших в России операторов наружной рекламы News Outdoor Russia 2,9 млрд руб., или \$91,4 млн. «Мы приветствуем нашего нового европейского партнера и ожидаем плодотворного развития нашего общего предприятия», — приводятся в сообщении слова главы ВТБ Андрея Костина. По словам главы JCDecaux Жан-Франсуа Деко, Россия является вторым по величине рынком наружной рекламы в Европе и всегда представляла стратегический интерес для JCDecaux. Russ Outdoor является крупнейшим российским оператором наружной рекламы и присутствует в более чем 50 городах РФ. Выручка по итогам 2011 года составила около \$300 млн.

12 ноября 2012 года первый заместитель управляющего директора по операционной деятельности **Russ Outdoor** Татьяна Шмакова покинула свой пост в компании в связи с переходом на новую должность. Татьяна Шмакова будет назначена директором департамента градостроительного развития и архитектуры администрации Нижнего Новгорода.

«Мы искренне благодарны Татьяне за 10 лет работы в компании. Ее высочайший профессионализм служил важным фактором успеха нашего бизнеса, а ее экспертиза в сфере городского благоустройства позволила нам эффективно развивать направление гармоничной интеграции наружной рекламы в городское пространство. Мы желаем Татьяне успехов на новом этапе ее карьерного пути и уверены, что ее богатый опыт будет востребован на новой должности», — отметил управляющий директор Russ Outdoor Максим Ткачев.

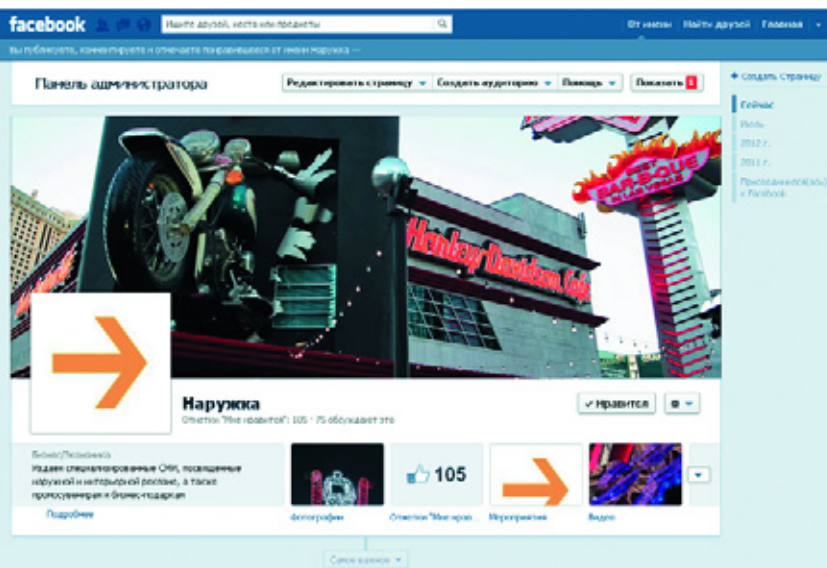
Рекламное агентство **«Бульварное кольцо»** объявило о выплате очередного транша ГУП «Мосгортранс» в размере 280 млн рублей. РА «Бульварное кольцо» провело очередную оплату в рамках контракта, заключенного с ГУП «Мосгортранс» в июне прошлого года.

В целом стоимость пятилетнего контракта составляет почти 2,2 млрд руб. В прошлом году агентство выплатило 13 процентов от общей суммы контракта (284,6 млн руб.). С учетом нынешнего транша договор исполнен почти на треть.

«Бульварное кольцо» — молодой игрок на рекламном рынке, и некоторые его участники сначала заняли выжидательную позицию. Но нам удалось сохранить динамику развития и многого добиться за последний год: кратно увеличить количество единиц транспорта в столице в рекламном прокате, реализовать несколько масштабных кампаний, выиграть ряд крупных тендеров на размещение рекламы, — заявил генеральный директор «Бульварного кольца» Расул Ахмедов. — У нас амбициозные цели: стать одним из ключевых игроков на транзитном рекламном рынке страны, а также оправдать репутационные ожидания многих».



Всегда быть в курсе!



НАРУЖКА → на [facebook.com](https://www.facebook.com/narozhka)

необычные рекламные кейсы
курьезы в наружной рекламе
видео по теме
ссылки на актуальные статьи
новости и новинки
коллективные обсуждения
и многое другое из того,
что важно, занятно и полезно!

Присоединяйтесь! Нажмите “Нравится”
на страничке Наружка в facebook:
<http://www.facebook.com/narozhka>



Агентство **Vizeum** подтвердило статус медийного партнера производителя продуктов питания **«Маревен Фуд Сэнтрал»** по итогам тендера. В рамках контракта Vizeum будет обеспечивать планирование и баинг во всех медиа для брендов Роллтон, BIGBON и «Роллтон. Готовить Легко» на территории России.

В ходе тендера команда Vizeum подготовила интегрированное медийное предложение, сочетающее сильную стратегическую часть с оптимизированным баингом, что позволило агентству обойти других участников питча — Mindshare, Optimum Media и LBL.

Компания **Advance Group** подписала договор на продвижение рекламных возможностей московских бизнес-центров класса «А» — «Усадьба-Центр», Marr Plaza и «Монарх».

Культурно-деловой центр «Усадьба-Центр» построен в 1997 г. Здание расположено в Тверском районе Центрального округа Москвы (ЦАО) по адресу: Вознесенский переулок, 22. Среди носителей в деловом комплексе представлены лайтбоксы и digital-формат — плазменный экран.

Бизнес-центр Marr Plaza расположен в Центральном административном округе Москвы по адресу: ул. Сергея Макеева, д. 13. Среди носителей представлены лайтбоксы и рамки в лифтах.

БЦ «Монарх» расположен по адресу: Ленинградский просп., вл. 31, и входит в состав многофункционального делового спортивно-рекреационного комплекса «Монарх-Центр». На первом этапе сотрудничества на территории БЦ «Монарх» установлены ультратонкие лайтбоксы.

В ноябре рекламное агентство **«Нью-Тон»** организовало для клиентов «Нью-Тон Сибири» «Рекламный полдник». Мероприятие прошло в отеле Hilton в Новосибирске. «Рекламный полдник» посетили директора по маркетингу, руководители рекламных служб и менеджеры по рекламе. В рамках «Рекламного полдника» участники смогли обменяться актуальной и практической информацией.

В октябре компания **«Фавор-Гарант»** отпраздновала свой 18-й день рождения. Хочется заметить, что это не просто компания-производитель. «Фавор-Гарант» осуществляет важную экономическую и политическую функцию — поддерживает марку отечественного производителя. В то время как рынок наводнили иностранные компании, товары китайского производства, «Фавор-Гарант» видит перед собой цель — поддержание продукции российского рынка наружной рекламы на конкурентоспособном мировом уровне. Полный цикл производства, свои запатентованные технологии, специалисты высокого уровня — все это делает возможным воплотить в жизнь мечту основателя компании, ее президента Ф.С. Соколова: «Я хочу гордиться нашей страной, людьми, которые в ней живут, и продукцией, которую они производят».

Хотите сделать эффективной почтовую рассылку своих рекламных материалов?

Рассылайте вместе с «НАРУЖКОЙ»!



Вы можете разослать образцы своей продукции рекламные брошюры, прайс-листы, листовки и др.

Вы можете воспользоваться любой выборкой от 500 до 10.000 адресов, выбрав для рассылки рекламные агентства, производителей наружной рекламы, потенциальных заказчиков рекламы, VIP-заказчиков и т. д..

Наши базы данных проверяются ежемесячно, а потому имеют минимум возвратов.

Вы разделите наши расходы по рассылке, а потому для вас **стоимость услуги будет меньше**, чем если бы всю работу вы проделали самостоятельно. Кстати, для рекламодателей «НАРУЖКИ» — **дополнительные скидки!**

BON/SENS

Управление рекламным производством



Быстрая калькуляция заказов,
автоматический расчет стандартных изделий,
контроль над расходом материалов,
точное начисление сдельной зарплаты,
прибыль всегда на виду!

Специальное программное обеспечение
для рекламно-производственных компаний

Эксклюзивный дистрибьютор BON SENS в России
ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»
тел.: (495) 234-7494;
e-mail: maksutov@ridcom.ru
www.ridcom.ru





Российский триумф на Golden Drum

Со 2 по 5 октября в Портороже (Словения) проходил 19-й европейский фестиваль рекламы Golden Drum («Золотой барабан»). Прошлогодний прогноз оправдался: чередой российских Гран-при на Golden Drum не прервана, более того, продолжена качественно и количественно одновременно. Российская компания Look At Media признана лучшим независимым агентством, а The Village — брендом года. А в целом российские рекламисты получили четыре Гран-при, семь золотых и тринадцать серебряных «барабанов».

В этом году на фестиваль было прислано 1438 работ из 26 стран. Напомним, что в прошлом году конкурсы Golden Drum были разделены на две секции: Single Channel and Multi Channel. Первый раздел, состоящий из восьми групп, предназначен для проектов, которые для достижения своих целей используют только один канал коммуникации с аудиторией. Второй раздел, состоящий из шести групп, объединил кампании, которые используют для донесения своего сообщения несколько каналов коммуникации. При этом для каждой секции было сформировано свое жюри. В конкурсной секции Single Channel в этом году было вручено 9 Гран-при, 23 Golden Drums и 38 Silver Drums, в секции Multi Channel — 7 Гран-при, 14 золотых и 22 серебряных «барабана», а также на фестивале было присуждено несколько специальных премий и призов.

Лучшей сетью признана Leo Burnett, свою частичку в ее успех вложило и российское представительство — Leo Burnett Russia получило «золото» в категории Digital и «серебряный барабан» в категориях Mobile campaigns и H-Mobile за проект Free a Tree, а также «серебряный барабан» за постер Meadow в категории Press. «Золотую розу» как лучшее агентство года получила российская компания Look At Media, она же была признана лучшим независимым агентством года. Победа была завоевана благодаря беспрецедентному успеху всего одного проекта — Parking Douche («Лох парковки»), который завоевал четыре Гран-при, четыре золотых и две серебряные награды.

Стоит отметить, что данный проект уже не раз был отмечен на международных смотрах. Работа в этом году уже получила «золото» на Международном фестивале рекламы Cannes Lions в номинации Mobile Lions и Гран-при на Московском международном фестивале рекламы и маркетинга Red Apple.

«Лох парковки» — мобильное приложение для городского интернет-СМИ The Village, которое принадлежит Look At Me. Так что награда «Лучший бренд



года», которым на Golden Drum был признан The Village, тоже вошла в копилку Look At Me. Идея проекта Parking Douche — борьба с неэтичной парковкой. Создатели решили с ней бороться с помощью силы social media. При помощи приложения можно сделать фотографию неправильно припаркованной машины. И ее увидят все находящиеся поблизости интернет-пользователи прямо поверх открытых у них сайтов (http://specials.the-village.ru/pages/specials/parking_douche_banner/ — один из ресурсов, где можно оценить реализацию продвижения этой идеи).

Среди других российских призеров фестиваля Golden Drum — агентство «Восход», оно было отмечено «золотом» в категории Public Relations за кампанию «Заставь чиновника работать», которая продвигает специальный проект Ura.ru Roads, посвященный ремонту городских дорог в Екатеринбурге (подробности в «Наружке» №141). Богатый урожай на фестивале получила BBDO Russia Group. Ее работа Fisherman's Tales получила «золото» в категории Press и «серебро» в

категории Outdoor, а Ale Buset — премию «Best Photography for author of best photography». BBDO Russia Group завоевала еще несколько «серебряных барабанов» — ими отмечены проект Car vs Piano (из категории Digital campaigns) и серия постеров Billboard, Lego, Guinness, The Independent и Playstation (категория Press). Серебряными наградами также были отмечены работы агентства Instinct (входит в BBDO Russia Group): Everything into home в категории Integrated communications campaigns, ролик «МераФон» 4G «Для тех, кто не ждет» в категории Film.

Среди других российских призеров: Saatchi & Saatchi Russia («серебро» за работу Save April first! в категории Public Relations), Mfive Creative Group («серебро» за кампанию FIAP «Что в темной комнате?» в категории Digital), LOWE ADVENTA MOSCOW (проект Put Them In Our Shoes в категории Direct communication). Поздравляем всех российских призеров! И приглашаем ознакомиться с полными итогами фестиваля на официальном сайте: www.goldendrum.com.

И, следуя нашим традициям, публикуем лучшие работы Golden Drum в номинации Outdoor.

- Проект Artful construction vehicles («Ловкая строительная техника») — имиджевая реклама строительной компании 42 Maslak, которая отличается нестандартным подходом к проектированию и строительству квартир, офисов, торговых центров и художественных галерей. Традиционно желтые строительные машины были преобразованы в красочные объекты дизайна группой турецких художников. Производство и исполнение длилось в общей сложности 3 недели. Офис продаж 42 Maslak находится на небоскребе с видом на строительную площадку, откуда замечательно просматривается все происходящее, в

результате чего целевая аудитория не сомневается в выполнении обещаний строительной компании. Узнаваемость бренда выросла неожиданно благодаря публикациям в блогах, журналах и газетах. В течение двух недель только на старте строительства компания получила сотни звонков, более 80 офисов и квартир были проданы мгновенно. Автор — TBWA/ISTANBUL (Турция). Награда — Гран-при фестиваля и Golden Drum в категории «Корпоративная реклама».

- Идея проекта Fixed Prices подчеркивает, насколько стабильна ценовая политика компании IKEA. Автор — TBWA/ISTANBUL (Турция). Награда — Golden Drum в категории «Мебель и электронное оборудование».

- Серия постеров Beach, Forest, Mountain рекламирует спальные мешки Coleman, главное преимущество которых заключается в высоком уровне комфорта за счет их уникальных особенностей. Автор — YOUNG & RUBICAM PRAHA (Чехия). Награда — Golden Drum в категории «Досуг, развлечения, культура и образование».

- Проект «Расписание гамбургеров» компании «Макдональдс» был реализован на Центральном вокзале в Варшаве. На табло отображается не только информация о времени прибытия поезда, но и то, сколько и чего вам удастся поесть в McDonald's перед отъездом. Чем дольше ожидание, тем больше пунктов меню на экране. Автор — DDB WARSZAWA SP. Z O.O (Польша). Награда — Golden Drum в категории «Ритейл и бытовые услуги».





- Плакат Fisherman's Tales («Рыбачьи рассказы») — реклама рыбных консервов марки Bering. Автор — BBDO RUSSIA GROUP (Россия). Награда — Silver Drum в категории «Продукты питания».

- Интерактивные сити-форматы «Блуза» (Blouse) наглядно демонстрируют, как стиральный порошок Woolite (бренд компании Reckitt Benckiser) возвращает цвет одежды. Автор — EURO RSCG WARSAW (Польша). Награда — Silver Drum в категории «Бытовое обслуживание».

- Плакат Vike Accident — реклама средства для дезинфекции ран «Бетадин». Идея демонстрирует, что в ряде случаев дезинфекция может быть столь же болезненной, как несчастный случай. Разработка «Бетадин» дезинфицирует раны без жжения, что особенно важно для детей. Автор — YOUNG & RUBICAM PRAHA (Чехия). Награда — Silver Drum в категории «Здоровье, красота и мода».

- Серия постеров Surprise Your Good Old Friends («Сюрприз вашим старым друзьям») — Soldier и Pinocchio — рекламирует Стамбульский музей игрушек. Автор — LEO BURNETT — ISTANBUL (Турция). Награда — Silver Drum в категории «Досуг, развлечения, культура и образование».

- Серия постеров BRLOH Game Store — PacMan, Tetris и Pong — демонстрирует, насколько старые игры скучны по сравнению с новыми, такими как Brlöh. Автор — JANDL MARKETING A REKLAMA S.R.O. (Словакия). Награда — Silver Drum в категории «Ритейл и бытовые услуги».

- Проект Work in progress рекламирует одноименную выставку. Цель кампании — создать впечатление, что все части рекламы еще «в процессе» создания. Визуализация четко отразила центральную тему выставки — постоянные изменения, происходящие в трудовые будни. Автор — WIEN NORD WERBEAGENTUR GMBH (Австрия). Награда — Silver Drum в категории «Досуг, развлечения, культура и образование».

- Постеры A smoking and smelling citylight демонстрируют все, что происходит под «капотом» вытяжки, тем самым рекламируя предложение от Моемых furniture store. Автор — DEMNER, MERLICEK & BERGMANN WERBEGESELLSCHAFT MBH (Австрия). Награда — Silver Drum в категории «Ритейл и бытовые услуги».



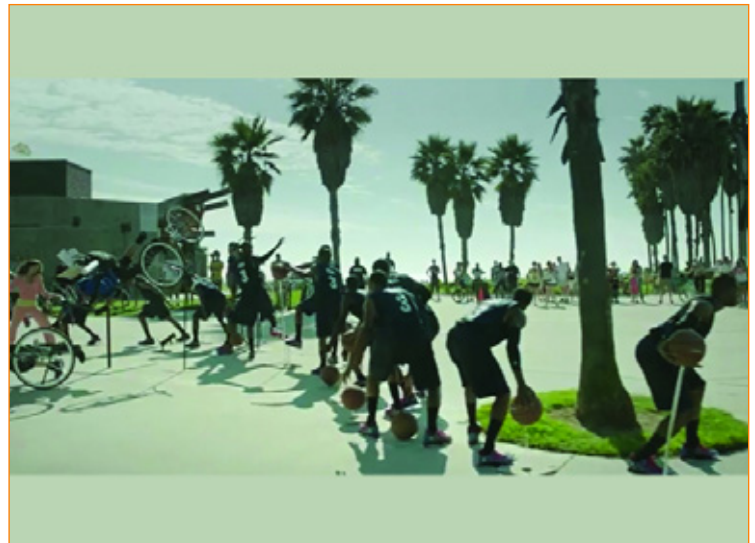


США: ГЛУБОКАЯ ЗАМОРОЗКА

Для рекламы новой обувной серии JORDAN SP3.VI спортивный бренд Nike с помощью агентства Wieden + Kennedy (Нью-Йорк) создал впечатляющую инсталляцию движений Криса Пола, известного американского баскетболиста.

«Замороженная» траектория его игры разместилась в Калифорнии на Venice Beach. Интересно, что специально для инсталляции было отобрано несколько десятков двойников баскетболиста. Удивительно динамичный, несмотря на статику, монумент привлек внимание сотни прохожих и заставил рассказывать о нем бесчисленное количество СМИ.

Кстати, идея остановки времени во время баскетбольного матча уже приходила в голову креативщикам конкурента Nike — Adidas. Правда, там время «заморозили» чисто виртуально.



БЕЛЬГИЯ: БУДЬТЕ БДИТЕЛЬНЫ!



Креативное агентство Duval Guillaume по заказу бельгийской финансовой федерации Febelfin провело на улице одного из бельгийских городов необычную акцию. Всем прохожим предлагалось посетить сеанс якобы экстрасенса, который расположился поблизости в белом шатре. Тем, кто соглашался, «ясновидящий» рассказывал все об их финансовом положении и банковских операциях.

Потом пораженным людям раскрывали секрет: конфиденциальную информацию специально нанятому актеру через наушник сообщали хакеры, пробившие профили людей в сети. «Большинство людей тратят значительное количество времени в Интернете и делятся информацией в социальных сетях, — заявляют организаторы акции. — Личные данные, семейные портреты, место жительства и другое легко найти в Интернете. Иногда вы забываете о том, что жизнь без вас течет онлайн. Это небезопасно. Интернет-мошенники могут воспользоваться этой информацией в корыстных целях, особенно если вы делитесь номером своей кредитки в сообщениях и при заполнении форм».



ЮЖНАЯ КОРЕЯ: ТАНЦУЮТ ВСЕ!



Южнокорейское отделение Coca-Cola совместно с компанией Microsoft Kinect разработали интересный интерактивный автомат. Чтобы получить от него бутылочку газировки, не нужно денег. Ему требовалось другое — танцы.

Виртуальные молодые люди на экране автомата предлагали побороться за бесплатную бутылочку Coca-Cola. Принявшим вызов необходимо было всего лишь перетанцевать своих противников. Чем сложнее па, тем больше выдается напитков. Благодаря технологии отслеживания движений Kinect, ни один участник акции не уходил с пустыми руками.



ЛИТВА: НЕ БУДИ ЛИХО...



Литовское агентство TBWA создало оригинальные плакаты для рекламы ночного клуба Green Night, в которых людей призывают отказаться от домашних вечеринок.

Не секрет, что шумные посиделки с музыкой и танцами, особенно если они продлеваются далеко за полночь, причиняют большие неудобства соседям. И благо, если они не станут звонить в полицию, а просто тактичным стуком дадут понять неутомным гулякам о том, что им пора закруляться.

Но не все жильцы такие терпеливые. Последним и посвящены рекламные плакаты Green Night, на которых они исподтишка мстят шумным соседям: тайком прокалывают шины автомобиля, пачкают краской дверь, а то и крадут домашнего любимца. Слоган кампании гласит: «Соседи могут быть мстительными. Не проводите вечеринки дома. Идите в ночные клубы».



БРАЗИЛИЯ: ПО ЗАКОНАМ ВОЕННОГО ВРЕМЕНИ

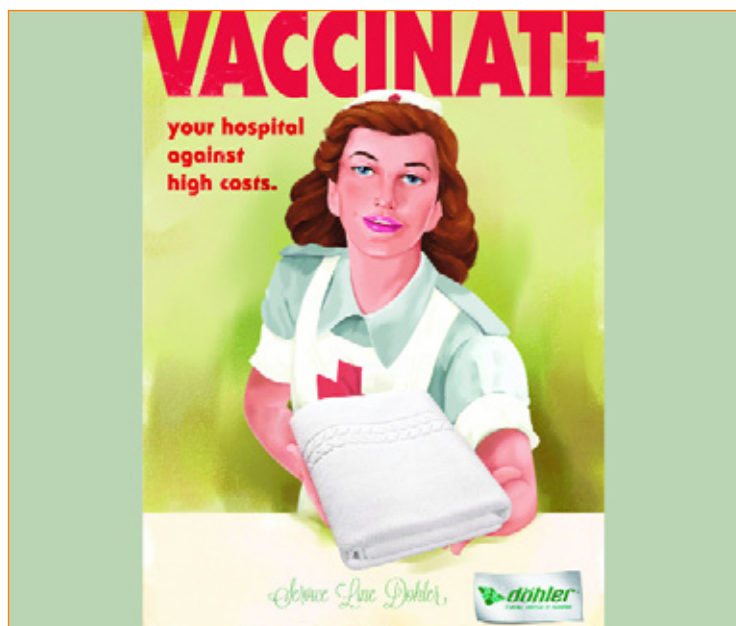


Креативное агентство D/Araujo Comunicacao, Florianopolis (Бразилия) разработало рекламную кампанию для производителя текстиля Dohler.

Целевая аудитория кампании — владельцы госпиталей. В ее рамках были созданы плакаты с иллюстрациями в стиле военного времени. На них медсестры изображены с простынями, полотенцами и другими изделиями Dohler.

Слоганы также переданы в стилистике того времени. В одном из них говорится: «Защити финансовое здоровье своего госпиталя», на другом — «Предотврати ненужные растраты своего госпиталя».

Напомним, что ранее Dohler проводила рекламную кампанию, нацеленную на владельцев отелей. Тогда полотенца, халаты и другие отельные принадлежности рекламировались под слоганом: «Дополнительная звезда вашему отелю».



ВЕЛИКОБРИТАНИЯ: РЕТРО-РЕКЛАМА КАК ПРОИЗВЕДЕНИЕ ИСКУССТВА

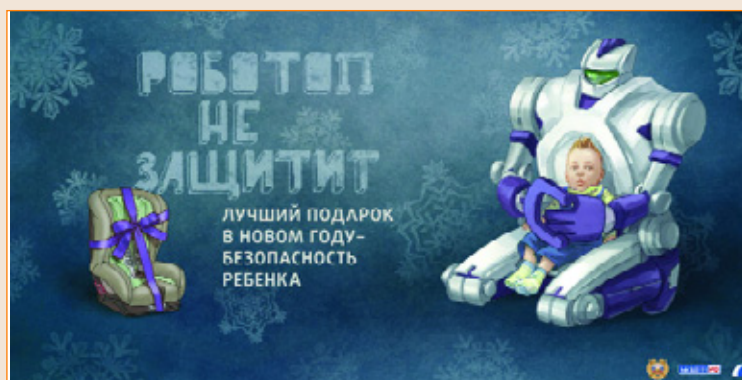
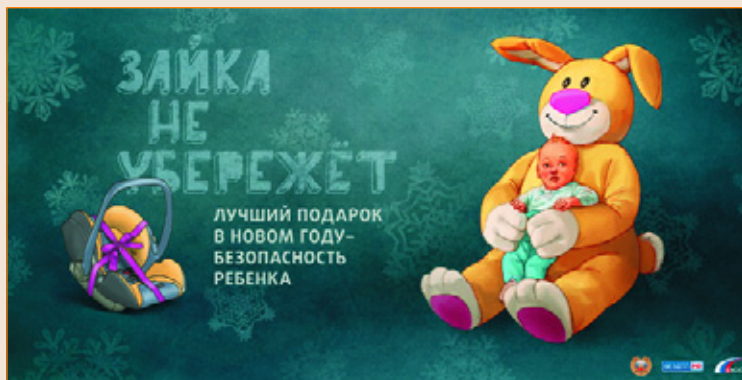


На торгах аукционного дома Christie's более чем за 1 миллион фунтов были проданы более 300 старинных плакатов с рекламой Лондонского метрополитена. Все полученные с продажи деньги пойдут на поддержание коллекции, которая включает в себя более 40 тысяч работ. По информации, распространенной аукционным домом, изначально за коллекцию, выпущенную в период с 1913 по 1955 годы, планировалось выручить от 480 до 700 тысяч фунтов. Главным лотом аукциона стала работа известного английского художника Эдуарда Александра Уодсворта под названием «Имперский военный музей». Плакат был написан в 1936 году и был продан за 37,2 тысячи фунтов (59,9 тысячи долларов).





РЕКЛАМА САМОГО ГЛАВНОГО ПОДАРКА К НОВОМУ ГОДУ



В ноябре стартовала всероссийская социальная кампания «Автокресло — детям!», в рамках которой на улицах Москвы появились наружная реклама и сити-форматы. Кампания инициирована Госавтоинспекцией МВД России при поддержке Российского союза автостраховщиков (РСА) и общественной организации «Движение без опасности». Реализует проект агентство Zavod Consulting.

Кампания «Автокресло — детям!» проходит в России во второй раз — впервые проект стартовал 1 ноября 2011 года и дал положительные результаты: на сегодня за 9 месяцев этого года по сравнению с аналогичным периодом прошлого жертв среди детей-пассажиров стало меньше на 3,1%. Тем не менее проблема по-прежнему актуальна — количество погибших и пострадавших в авариях детей-пассажиров остается высоким. Поэтому в преддверии новогодних праздников было решено повторить проект.

Именно накануне Нового года мы спешим за подарками, и особенно хотим угодить нашим детям. Мы часто забываем, что автомобиль — средство передвижения повышенной опасности. Чем меньше пассажир, тем большему риску он подвергается. Дети не решают сами за себя, пристегиваться им или нет, и не покупают себе автокресло. За все это ответственны взрослые. Очередная дорогостоящая игрушка — не признак любви. Настоящая забота проявляется в ответственности взрослых за своих детей. Безопасность ребенка — самый главный подарок к Новому году.

Кампания пройдет не только в столице, но и во многих городах России. Только в Москве будет задействовано более 200 рекламных поверхностей.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АНИМАЦИИ В РЕКЛАМЕ MITSUBISHI MOTORS



Необычная рекламная кампания внедорожника Mitsubishi Outlander появилась в Москве осенью на конструкциях Russ Outdoor. В рамках кампании в наружной рекламе была впервые использована проекционная технология анимации постеров. Уникальный проект реализовало Russ Outdoor совместно с Media Instinct / Match.

«Сегодня очень трудно выделиться в наружной рекламе в Москве, поэтому мы заинтересовались в тесте этой технологии, решили оживить кампанию по запуску нового Mitsubishi Outlander», — говорит Геннадий Дикалов, директор по маркетингу компании «РОЛЬФ Импорт».

Благодаря возможностям проекции, обычные билборды превращаются в красочные световые композиции. Новая разработка позволяет транслировать на поверхность постера световые эффекты любой сложности и воплощать в жизнь нестандартные креативные идеи.

«Технология анимации разработана и протестирована инженерно-проектной группой Russ Outdoor совместно с Media Instinct / Match. Кампания Mitsubishi Outlander стала нашим первым проектом, реализованным с применением этой технологичной разработки. Уверен, что она будет востребована среди наших клиентов, ведь рекламодатели все активнее ищут нестандартные рекламные решения для эффективного продвижения брендов», — отмечает Дмитрий Грибков, директор по маркетингу и продажам Russ Outdoor.

Трансляция ролика осуществлялась в период включения городского освещения. Для проекции изображения использовались ультракороткофокусный видеопроектор и специальное устройство проигрывания, управляемое контроллером.

«Инновации и продвинутые технологии и решения в аутдоре способствуют росту этого рынка на фоне конкуренции с другими медиа», — считает Алексей Бахтеров, генеральный директор Media Instinct.

В рекламной кампании Mitsubishi Outlander было задействовано пять проекционных конструкций.

«ОЛЕ-ОЛЕ!» «ЗЕНИТУ» ОТ ОБИ



Необычная инсталляция была создана в Санкт-Петербурге на стадионе «Петровский» — домашней арене футбольного клуба «Зенит». Компания ОБИ и BBDO Moscow отыскали среди болельщиков «Зенита» творческих умельцев. Кузнец, столяр, витражист, осветитель, флорист и два художественных механика собрали фразу «Оле-оле!». А история создания необычного подарка превратилась в 4-минутный документальный фильм.

Это часть проекта «Руки поддержки», которым ОБИ отмечает начало сотрудничества с «Зенитом». «ОБИ объединяет людей, которые умеют что-то делать руками. Уверены, что в Питере среди болельщиков «Зенита» таких немало. Мы предлагаем им объединиться и болеть за любимую команду вместе», — говорит Елена Нарышкина, и.о. начальника отдела маркетинга.

Необычная спонсорская кампания — идея BBDO Moscow. Но для того, чтобы она стала реальностью, команде проекта пришлось немало потрудиться в поисках героев. Это должны были быть обычные болельщики «Зенита», петербуржцы, ремесленники с собственной мастерской, готовые быстро отложить свои повседневные дела и погрузиться в эту историю.

Фраза «Оле-оле!» — не единственный арт-объект в кампании «Руки поддержки». Для принтов, которые будут размещаться в питерской прессе, были созданы инсталляции из дерева и из мозаики, а также оригинальное граффити.

Первая часть кампании продлится до декабря 2012 года. Коммуникация будет поддержана в Интернете, наружной рекламе и прессе.

НОУТБУКИ SAMSUNG В 300 БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ СТРАНЫ



Advance Group по заказу Starcom обеспечил размещение рекламы ноутбуков Samsung (серия 9) в бизнес-центрах Москвы, Санкт-Петербурга и крупнейших городов-миллионников — Владивостоке, Волгограде, Екатеринбурге, Казани, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Перми, Ростове-на-Дону, Самаре, Уфе, Челябинске. Было задействовано более 300 бизнес-центров разного класса. В качестве рекламных носителей задействованы ультратонкие световые панели, а также плазмабоксы, соединяющие в себе статическое изображение и видеоряд. Кампания проходила в несколько этапов. Первый флайт состоялся в июле — августе 2012 года. Затем был осуществлен осенний флайт.

ЯРКИЙ ВЫХОД В СВЕТ



Осенью этого года Москве и Екатеринбурге началась масштабная реклама компании AM.RU, которая занимает стабильную позицию на автомобильном рынке России. Комплексным размещением во всех медиа-каналах занималось РА «Папиллонс». В ходе кампании были задействованы многие медиа-каналы. Первые выпуски на радио и телевидении начались в конце октября на таких телеканалах, как НТВ, «Перец», «Вести Урал», и радиостанциях «Европа Плюс», «Наше радио», «Автордио» и других. Особое внимание уделяется наружной рекламе. Компания разместила 140 конструкций с креативным макетом в двух выбранных городах. Размещение осуществлялось вплоть до 30 ноября 2012 года.





Реклама, пробуждающая желание



РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ: ИСТОРИЯ ЗАКАЗА



В холодном феврале 2012 года в самом центре Москвы можно было наблюдать удивительную картину. Внутри сити-пилона, за стеклом, замерзших прохожих ненавязчиво подстерегал стаканчик с горячим кофе. Над стаканом, не стесняясь мороза и суеты, тонкими струйками соблазнительно поднимался пар, пока на «запотевшей» витрине не появлялись слова: «Ваш кофе готов». С этих слов мы и начинаем более подробно знакомить с победителями Восьмого международного конкурса «Знак». Представляем работу OMD OM Group — проект для McDonald's, занявший первое место в номинации «Нетрадиционные средства и медиа в наружной рекламе».

Задача, стоявшая перед разработчиками кампании, требовала точечного и деликатного подхода. Все знают McDonald's, а вот о том, что там предлагают прекрасный свежемолотый кофе, знает не каждый. Необходимо было донести эту информацию до потребителей и пробудить желание попробовать кофе в ресторанах McDonald's.

Кофе по определению ассоциируется с теплом, бодрящим ароматом и комфортом, и, конечно, особенно трудно устоять перед горячим напитком, когда на улице -25°. Так и появилось вокруг Садового кольца 13 сити-пилонов, буквально «дышащих» кофейным теплом.

По словам представителя McDonald's, идея подобного размещения привлекла их своей наглядностью, доходящей почти до степени осязаемости. При взгляде на пилон у человека невольно возникает желание выпить кофе, ведь на улице темно и холодно, а горячий кофе так близко! Эффект поднимающегося над стаканчиком пара здесь, конечно, сыграл ключевую роль.

«Дым всегда заметен, если реализация качественная, — говорит Петр Григорьев, outdoor-дизайнер OMD Admire. — Это решение по степени визуальной эффективности на одном уровне со световой динамикой, при условии грамотного исполнения. Преимущество состоит в малой популярности и сложности использования данного инструмента, в то время как световая динамика широко используется во всех медиа-каналах, этим трудно удивить. Проектов с использованием дыма крайне мало, и он привлекает внимание».

Использование дыма, однако, требует хорошо продуманного подхода, иначе эффект будет сведен на нет. В данном случае дым был защищен прозрачным корпусом сити-пилона, что в значительной степени позволило нейтрализовать капризы погоды, а также сократить временные издержки генерации.

Дизайнеры доработали конструкцию торцевой экономичной подсветкой. С ее помощью пар стал более ярким, и его контраст с темным фоном резко усилился. Сити-формат теперь был гораздо лучше виден издалека, и размещение стало возможным не только при оставленном павильоне, но и в отдельно стоящей конструкции.



Кампания была разработана в достаточно сжатые сроки и запланирована на зимнее время года. Заблаговременно проведенный тест показал стабильную работу конструкций при температурах до -20°.

Никто, однако, не предполагал, что февраль 2012-го окажется таким холодным. Суровые холода угрожали работе инсталляций, и в ходе размещения необходимо было предпринимать дополнительные меры, чтобы компенсировать немилость погоды. Менялись батареи на более емкие и морозостойчивые, менялся и состав жидкости, преобразуемой в пар. Ситуация вынуждала искать решения очень быстро, чтобы идея, помноженная на российскую действительность, по-настоящему сработала.

В итоге эффект получился настолько реалистичным, что присутствовали даже случаи вандализма в отношении конструкций — так сильно людей привлекали кофейные инсталляции.

«Как ни парадоксально, но в данном случае попытки вандализма — это показатель того, насколько хорошо удалась реализация задуманной идеи, — отмечает Петр Григорьев. — Уж очень настоящим выглядел кофе».

Результат кампании говорит сам за себя. Согласно исследованию McDonald's, количество гостей, согласных с тем, что McDonald's предлагает качественный кофе, выросло на 45% и составило 70% от всех посетителей. Продажи кофе выросли на 11% (по сравнению с февралем 2011 года).

«Эта кампания позволила нам накопить ценный опыт использования подобных технологий и устройств в суровых условиях российской медиа-действительности, — резюмирует Петр Григорьев. — Теперь мы располагаем четким пониманием сроков и условий для реализации таких проектов в наших далеко не теплических условиях». ■

НАРУЖКА

на улицах
РОССИИ

реклама & дизайн

справочное издание
для заказчиков
и производителей
наружной рекламы

НОВЫЙ ВЫПУСК
РОССИЙСКОГО
КАТАЛОГА
ВЫВЕСОК

ЗАКАЗЫВАЙТЕ
НА WWW.RIDCOM.RU





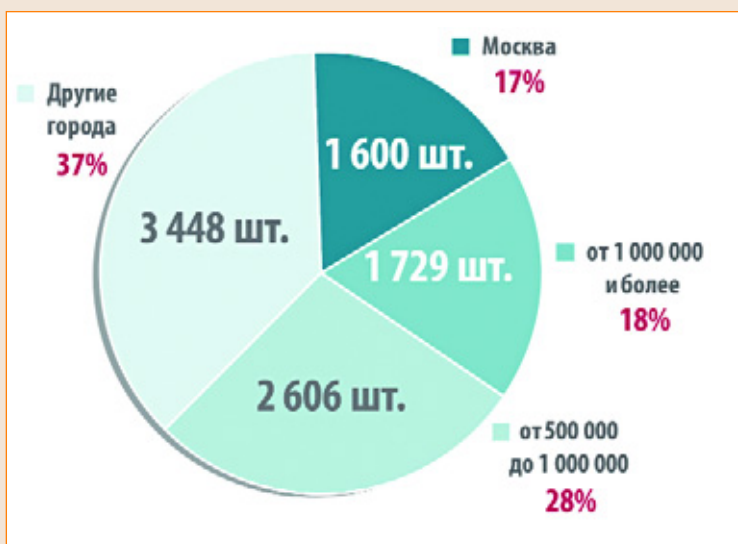
Обзор рынка транзитной рекламы

Близится конец года — время подводить итоги. Представляем в цифрах обзор рынка рекламы на общественном транспорте в России за первое полугодие 2012 года, базирующийся на экспертных расчетах рекламного агентства «Нью-Тон», одного из ключевых игроков рынка транзитной рекламы.

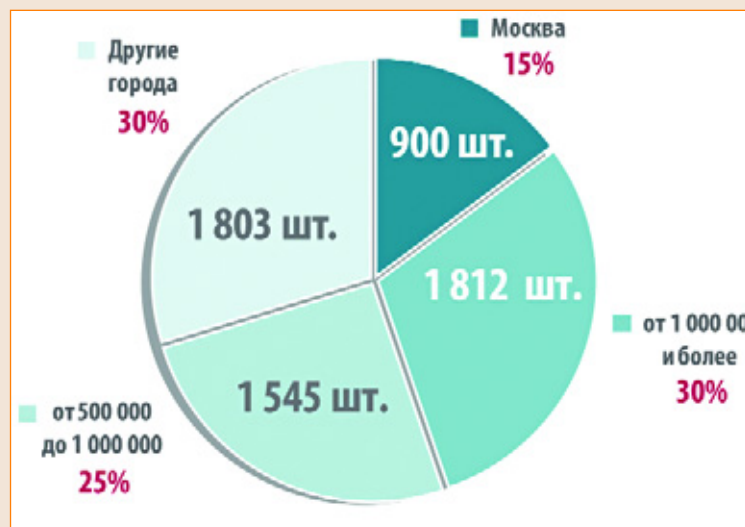
Общее количество транспортных средств в России составляет 54 443. 72% из них — автобусы, 17% — троллейбусы и 11% — трамваи



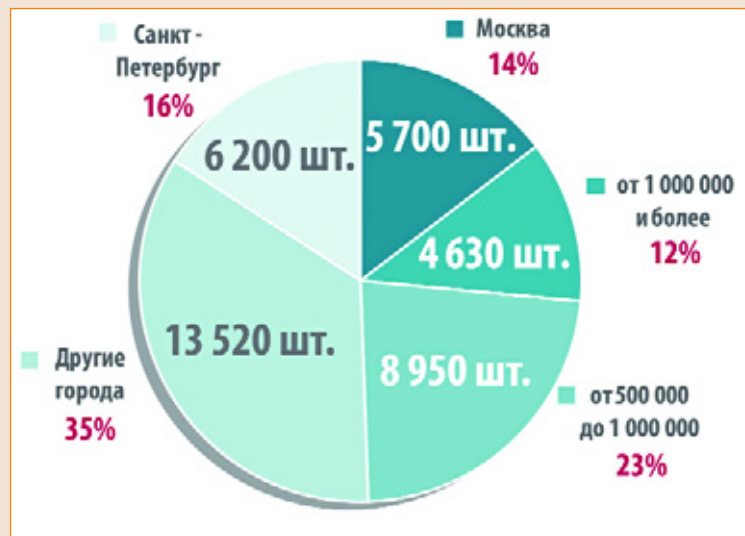
Обратившись к статистическим данным по каждому из представленных транспортных средств, можно отметить, что на Москву приходится 17% троллейбусов, на города-миллионники — 18%, на города с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек — 28%, на другие города — 37%. Общее количество троллейбусов в России составляет 9383 шт.



Общее количество трамваев в России — 6 060. 15% насчитывается в Москве, тогда как на города-миллионники приходится 30%. 25% трамваев — в городах с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек, в остальных — 30%.

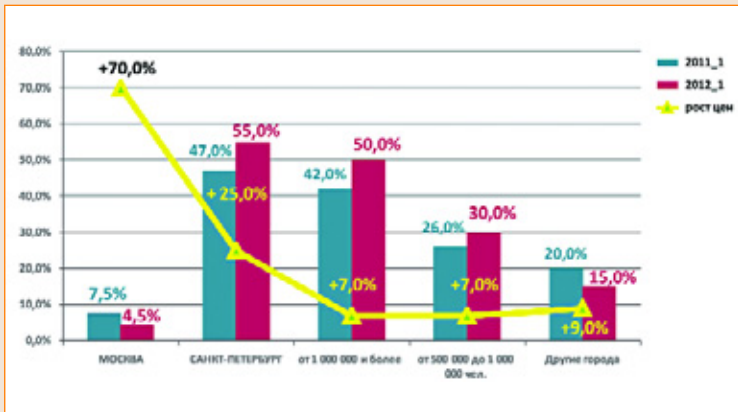


Самый многочисленный вид транспорта, представленный в России, — автобусы. Их общее количество в стране — 39 000. На столицу приходится 14%, в Санкт-Петербурге — 16%, в городах-миллионниках — 12%, в городах с населением от 500 тыс. до 1000 тыс. человек — 12%, в остальных — 35%.

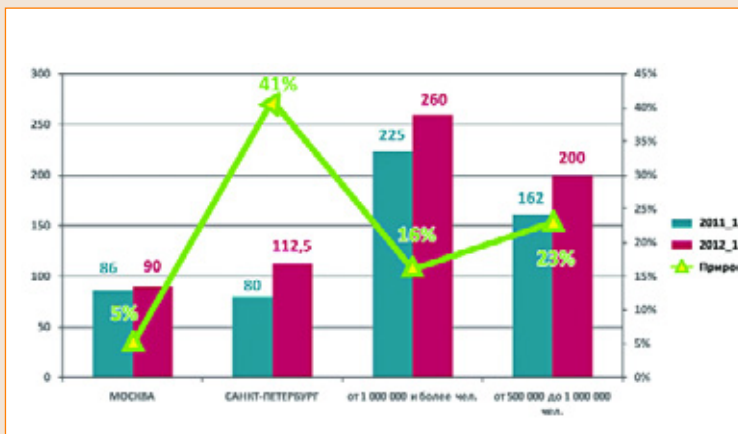


Уровень коммерческой загрузки транспортных средств в Москве в первом полугодии 2012 года снизился на 3% в сравнении с аналогичным периодом 2010 года*. Основной причиной послужил резкий рост цен — почти на 70%. В Санкт-Петербурге, а также городах-миллионниках коммерческая загрузка по сравнению с аналогичным периодом 2011 года выросла на 8%, несмотря на повышение цен, коснувшееся всего российского рынка транзитной рекламы. В Питере рост цен составил 25%, в городах-миллионниках — 7%. Рост коммерческой

загрузки также наблюдается в городах с населением от 500 тыс. до 1 млн человек. Он составил 4%. При этом цены выросли на 7%. В других городах рекламу на транспорте стали размещать меньше на 5%, учитывая повышение цен на 9%.



Объем рынка рекламы на транспорте в первом полугодии 2012 года вырос в сравнении с первым полугодием 2011 года. Наибольший рост отмечается в Санкт-Петербурге — 41%. В Москве объем рынка вырос на 5%, в городах-миллионниках — на 16%, в остальных — на 23%. Таким образом, в Москве рынок рекламы на общественном транспорте оценивается в 90 млн руб., в Санкт-Петербурге — 112,5 млн руб. Хотя в предыдущие годы картина выглядела иначе: объем рынка Москвы в первом полугодии 2010 года опережал даже данные по Санкт-Петербургу в 2011 году на 6 млн руб. Отставание столицы в текущем году связано с резким повышением цен на размещение рекламы на транспорте. Что касается городов-миллионников, то в первом полугодии 2012 года на их долю приходилось 260 млн руб., на остальные города — 200 млн руб.

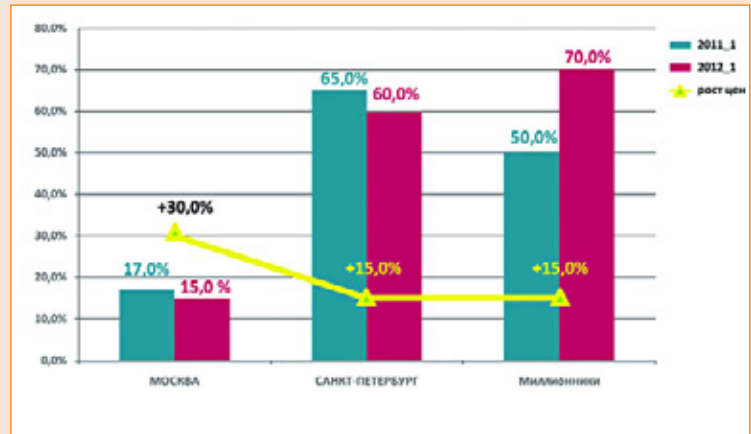


Были выделены 10 лидирующих рекламодателей транзитной рекламы. В тройку лидеров вошли «Доширак», «Медиа Маркт», «Шрея». Топ-10 замыкают компании «ПепсиКо», «Макдоналдс», окна КБЕ, телеканал «Перец», «Триколор ТВ», БРС и Toshiba.

Популярной площадкой транзитной рекламы является метрополитен. Общее количество вагонов метро в России — 6283. Из них 70% приходится на Москву, в Санкт-Петербурге — 25% и в городах-миллионниках — 5%.

Общее количество станций — 298. 62% из них — в Москве, 22% — в Санкт-Петербурге и 16% — в городах-миллионниках.

Уровень коммерческой загрузки метрополитена в первом полугодии 2012 года вырос в сравнении с аналогичным периодом прошлого года только в городах-миллионниках — на 20%. В Москве и Санкт-Петербурге рекламу в метро стали размещать меньше. На 2% снизилась коммерческая загрузка Московского метрополитена и на 5% — метро Санкт-Петербурга. Наибольший рост цен при этом наблюдается в столице — 30%. На Санкт-Петербург и города-миллионники приходится по 15%.



На фоне высокого роста объемов рекламы в региональных метро объемы рекламы в обеих столицах практически не изменились, хотя нужно отметить, что в Москве, несмотря на запрет рекламы табака и рекламы на дверях вагонов, новый оператор приблизился к результатам 1-го полугодия 2011-го.



* По Москве для сравнения использованы данные за 2010 год в виду отсутствия рекламы на бортах транспортных средств ГУП «Мосгортранс» в первом полугодии 2011 года.





CHRISTIE MICROTILES для СТРЕМИТЕЛЬНОГО СПОРТКАРА



Стенд автомобильного бренда Acura на Московском международном автомобильном салоне (ММАС) — 2012 стал одним из самых инновационных для посетителей этого крупнейшего автошоу. Прежде всего потому, что здесь был выставлен впечатляющий концепт-кар Acura NSX (концерн Honda). Christie MicroTiles стали основой интерактивного дисплея, созданного специалистами компании Smart Look, специализирующейся на рекламных системах DOOH (Digital Out of Home). Всего было задействовано 40 цифровых модульных дисплеев MicroTiles вместе с двумя блоками внешнего управления Christie MicroTiles ECU. По словам Натальи Валиевой, генерального директора Smart Look, этот инновационный дисплей был создан для того, чтобы посетители ММАС могли лучше познакомиться с самим концепт-каром NSX и примененными технологиями, а также узнать историю бренда Acura и поучаствовать в викторине. Кроме того, при разработке контента был создан раздел «360», попав в который посетитель получал возможность «покрутить» 3D-модель автомобиля во всех направлениях.

ЛАЙТИКСЫ ВО ИМЯ СОХРАНЕНИЯ СТИЛЯ



Сеть обувных магазинов ИТАТА включает в себя 17 салонов, но принципы, которыми руководствуется компания, остаются неизменными: индивидуальность и стиль. Для всех успешных фирм эти два принципа являются и правилом, и целью, к которым надо стремиться, иначе есть риск затеряться и лишиться внимания потребителя. Лайтиксы Raugler гармонично вписываются в данную концепцию, создавая неповторимость для любой рекламы и в то же время заботясь о сохранении стиля. Применение лайтиксов серий Crystal lux и Crystal mobile позволит эффективно использовать и витрины магазинов, и стены, что сможет донести до покупателя всю необходимую информацию в приятном для взгляда оформлении. Комбинирование же моделей с различными размерами никогда не позволит сталкиваться с трудностями при изменении рекламной политики.

ТУМБА для ТРЕХМЕРНОЙ РЕКЛАМЫ



Компания «ФАВОР-ГАРАНТ» представила новую круглую рекламную тумбу. В разработке конструкции применены новые технологии. Так, отсутствие центральной стойки внутри барабана тумбы дает возможность размещения трехмерной либо другой креативной рекламы на вращающейся платформе с обзором 360 градусов. Зауженное основание и эргономичная форма хорошо подойдут для исторического центра города или улиц с оживленным движением. При своей миниатюрности, тумба имеет 3 рекламных поля стандартного размера (1,4 x 2,9 м), яркую и долговечную светодиодную подсветку. Установка рекламной тумбы не требует земляных работ, так как оснащена пригрузом, — такая мобильность позволяет использовать ее на временных и пиар-акциях, легко перемещать по городу.



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

Тривет 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

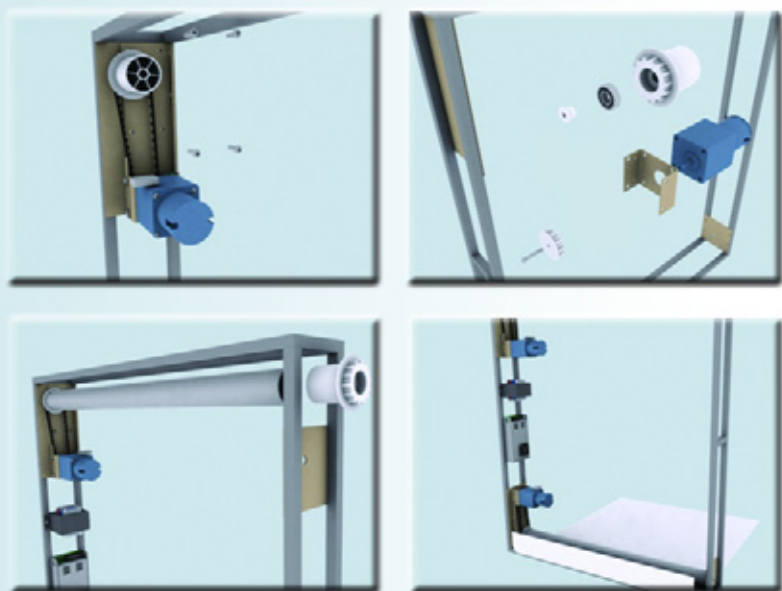
КОНСТРУКТОР СИТИ-ФОРМАТ

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



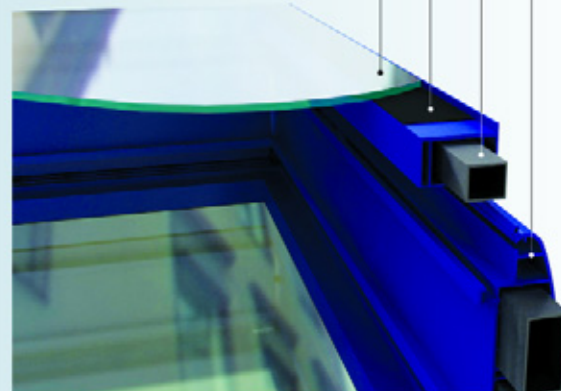
6 900* р.

Пластиковый профиль —
окрашен в массу. 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

 **RAYGLER GROUP** 



РЕПУТАЦИЯ - ЦЕНА - КАЧЕСТВО

(495) 790-25-23

www.raygler.com

www.raygler.ru

www.raygler.co.il



РЕДИУС™



РЕКЛАМНЫЕ ДИНАМИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ

www.redius.ru тел. (3812) 272 062

ВПЕРВЫЕ В РОССИИ НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

LED Буква



ПОДСВЕТКА НА ВСЕЙ
ЛИЦЕВОЙ ПОВЕРХНОСТИ
ВПЛОТЬ ДО КРАЯ!

ЯРКОСТЬ
СВЕЧЕНИЯ БУКВЫ
10000-12000 lm.



РАВНОМЕРНОЕ
СВЕЧЕНИЕ

12V.

КОНТРАЖУРНАЯ
ПОДСВЕТКА

ТОЛЩИНА БУКВЫ
30-40 мм.

Торговая МЕБЕЛЬ



рекламная группа
АПЕЛЬСИН
www.apelsing.ru

(495) 972-75-15
(495) 672-75-90
(495) 672-75-93



ВЫВЕСКА «В ЛЕСУ»



Офис продаж микрогорода «в Лесу», расположенный в Красногорском районе Московской области в шести километрах от МКАД, — сооружение, впечатляющее своей прогрессивной архитектурой. Прямо перед этим зданием расположена объемная световая конструкция — надпись «в Лесу».

Дизайн букв должен был просто повторять логотип и не предполагал внесения оригинальности со стороны производителя, а вот технология изготовления оказалась пространством для самовыражения и свежих идей. Буквы выполнены цельноклееными из акрилового стекла, по технологии больше характерной для indoor-оборудования, с применением освещения на основе LED-элементов. Благодаря чему световые буквы, светящиеся во всем объеме, стали возможны.

Автор оригинальной идеи — компания «ПОСМотри». Интересно, что для «ПОСМотри» этот проект явился своеобразным дебютом, так как основное направление деятельности компании — indoor-сектор. Успешная реализация проекта лишь подтверждает тот факт, что в рекламе (особенно наружной и интерьерной) дифференциация имеет относительный характер и всегда есть место для творчества.

ИНТЕРЬЕР РОСЕВРОБАНКА



Объемные буквы из нержавеющей стали украсили офис РосЕвроБанка на Рязанском проспекте. Проект был осуществлен компанией «ЛазерСтиль», постоянным партнером РосЕвроБанка. В интерьере офиса по адресу: Рязанский проспект, д. 10, стр. 2, было решено применить технологию объемных несветовых букв из нержавеющей стали. Фактуру буквам цвета шлифованное серебро придает горизонтальная шлифовка, ширина борта элементов — 25 мм. Крепление задней стенки букв осуществлено вплотную к стене.

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

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





НОВЫЙ МИР



Развитие новых направлений наружной рекламы находится на стыке собственно наружной рекламы, дизайна, архитектуры и новейших технологий, подобно тому, как открытия в науке совершаются на стыке различных дисциплин. В этом отношении работа «Неон-Арт» является наглядным примером развития и освоения новых областей в деятельности рекламных фирм, выходящих за пределы традиционных представлений о наружной рекламе. Об этом свидетельствуют последние работы «Неон-Арта»: Академия тенниса, детский театр кукол «Экият», завод наружной рекламы «Неон-Арт» в Казани. Более подробно остановимся как раз на последней — в этом году она заняла первое место на Восьмом международном конкурсе наружной рекламы «Знак» в номинации «Корпоративные вывески».



Завод наружной рекламы «Неон-Арт» находится в коммунально-складской зоне г. Казани, в непосредственной близости от Горьковской железной дороги, соединяющей Москву и Казань, и, по сути, является въездом в столицу Республики Татарстан. На территории завода находятся производственные здания, построенные в 60-х годах прошлого века. Поскольку во многих городах, и Казань не исключение, территории вдоль железных дорог представляют неприглядную картину, цель заключалась не только в решении локальной задачи — приведения в нормальное состояние существующих зданий, формирования имиджа фирмы, но и в решении градостроительной задачи — формирования въезда в город, важнейшего элемента образа города.

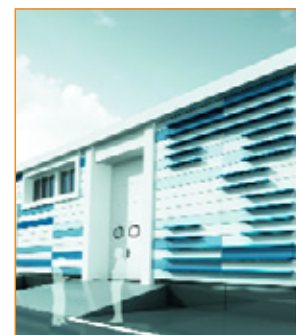
Типовое промышленное строение советских времен не отвечало ни функциональным, ни современным нормативным требованиям. Никак не соответствовало образу (имиджу) динамично развивающейся фирмы, работающей в наружной рекламе, т.е. в полной мере выражало правило «сапожник без сапог». Необходимо было провести реконструкцию здания, в частности, наряду с решением вопросов технологии производства решить вопросы утепления здания и обновления его внешнего вида — реконструкции фасадов. За основу реконструкции фасадов здания был взят наиболее оптимальный в данном случае вариант — вентилируемый фасад с панелями из оцинкованной стали с порошково-полимерным покрытием. Это позволило в соответствии с теплотехническим расчетом утеплить здание, а следовательно, существенно сократить энергозатраты на отопление, задействовать возможности собственного производства в изготовлении облицовочных панелей, своими силами выполнить монтаж панелей, а главное — найти оригинальное индивидуальное образное решение для типового производственного здания.

В основу решения творческой задачи положена идея трансформации логотипа «Неон-Арт» в масштабе архитектуры.

Знак при этом инвертируется в большой масштаб фоновой композиции. Сам фоновый рисунок — это «закодированный» фирменный знак.

Фирменный знак «Неон-Арт» «разложен» на пиксели, каждая панель фасада является частью изображения, в котором используется цветовая гамма логотипа. За модуль фасада была принята панель размером 3000 x 300 мм. Рисунок фасада формировался этими модулями.

Вентилируемый фасад выполнен своими силами, панели — из оцинкованной стали с порошково-полимерным покрытием на металлическом каркасе. Вывеска — название фирмы «Неон-Арт» — вы-



полнена в белом цвете на многоцветном фоне (различаются лишь по материалам: боковина — алюминий, лицевая часть — акриловое стекло). Вывеска расположена в верхней части здания: объемные световые буквы выполнены из алюминия с лицевой частью из акрилового стекла, со светодиодной подсветкой. Под буквами расположен световой короб в формате стеновой панели, он как бы выдвигается из фасада, привлекая внимание к надписи: «Завод наружной рекламы 1993».

Реконструкция производственного здания — это лишь часть решения более масштабной задачи — создания комфортной производственной среды, где человек проводит значительную часть своего времени. Создание выразительного

запоминающегося образа является составной частью решения этой задачи.

Реконструкция производственного комплекса до конца не завершена, планируются реконструкция 2-го корпуса, установка стел-указателей на территории завода и на основной транспортной магистрали, а также учет и формирование панорамы комплекса со стороны Горьковской железной дороги — въезда в город.

В этом году исполняется 20 лет со дня основания фирмы, и победа в конкурсе наружной рекламы «Знак» показала, что она пользуется заслуженным признанием не только среди потребителей, но и среди профессионалов в этой отрасли, так как производственный комплекс — это визитная карточка работы всей фирмы. ■





Реклама по Северо-Западу

- Наружная реклама, широкоформатная печать, оформление мест продаж, оформление торговых центров, оформление транспорта и др.
- Сеть билбордов 3x6, призматроны 3x10, 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

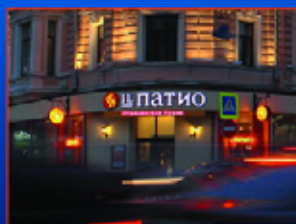


www.ardisreklama.ru

- КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ**
- СВЕТОВЫЕ КОРОБА**
- ПИЛОНЫ**
- ОБЪЕМНЫЕ БУКВЫ**
- МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ БУКВЫ**
- НЕОНОВАЯ РЕКЛАМА**
- СТЕЛЛЫ**
- СВЕТОВАЯ РЕКЛАМА**
- ЩИТОВАЯ РЕКЛАМА**
- СВЕТОДИОДНАЯ РЕКЛАМА**
- ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ**
- ОБЛИЦОВКА ФАСАДОВ**

XSTREAM

*Поздравляем наших заказчиков
с наступающим Новым Годом и Рождеством!*



Компания «ИКСТРИМ»

(495) 797-80-70

www.xstream.ru

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



Кодимир

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 СТЕНДЫ

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



ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ РЕКЛАМА

НАРЫЖНА

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

СЕТКА

БАННЕР

ТКАНЬ

БУМАГА

ХОЛСТ

УФ ПЕЧАТЬ

ЛАМИНАЦИЯ

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

www.ardisprint.ru

+7 (495) 649-60-77

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.
BRANDCAR	(495) 720-3302	(495) 720-3302	www.brand-car.ru	Брендирование автомобилей.
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	Лайткисы, световые панели, P.O.S. Материалы, светодинамические лайткисы
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.
Вершина	725-6090	725-6090	www.vershina.ru	Первый российский производитель роллерных конструкций. Производство конструкций: сити-борды (3,7 x 2,7 м); сити-форматы (1,2 x 1,8 м); призмадинамические установки всех форматов (новинка — <<Призмаборд-Лайт>> — бесклеевой монтаж изображения); уличная мебель. Производство всех видов наружной рекламы, вывесок, указателей. Регистрация СНРИ.
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.
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.
РЕДИУС — рекламные динамические установки, г.Омск	(3812) 272-062, 272— 060	(3812) 272-062, 272— 060	www.redius.ru	Призмадинамические 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

СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖНАЯ

38

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 самоклейке, виниле, 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 P.O.S.-материалов воблеры, шелфтокеры, мобайлы, диспенсеры, ростовые фигуры, ценники, монетницы.
RAYGLER	790-2523, 775-7665	790-2523, 775-7665	www.raygler.ru	Лайтксы, световые панели, P.O.S. Материалы, светодинамические 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.
ЛазерСтиль	734-9156, 374-2962, 374-3311	374-3311	www.laserstyle.ru	Производство P.O.S.-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.

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).



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ



**ИЗГОТОВЛЕНИЕ И МОНТАЖ ВСЕХ ВИДОВ
РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ
И УЛИЧНОЙ МЕБЕЛИ**



www.favor-garant.ru

т. 8 800 333 222 7

favor@trivision.ru