

# НАРУЖКА

+INDOOR

Система интерактивной  
рекламы Showcase

Создатели —

PA Fine Decision

и компания «ГРЕЙТ»

Подробности на стр. 29





## 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](http://www.maxismart.ru)



**АЛЬДИЗАИН**  
с т у д и я

## МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ

**ОРИГИНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН**  
**НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ**  
**УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ**

[www.altdesign-studio.ru](http://www.altdesign-studio.ru)



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



## ЗАТИШЬЕ ПЕРЕД БУРЕЙ!

Не могу не поделиться с вами нашей большой новостью, и даже двумя. Во-первых, вышел в свет наш замечательный ежегодный каталог «Реклама и дизайн на улицах России 2014», в котором собраны портфолио лучших примеров наружной рекламы. Подводя итог нашей совместной кропотливой работы, хочу отметить, что в этом году, несмотря на трудности, все участники каталога очень здорово потрудились. Здесь можно найти настоящие шедевры наружной рекламы, причем как российского, так и зарубежного образца. Я лично считаю, что всем рекламщикам, а особенно заказчикам рекламных услуг, просто необходимо иметь его под рукой — он точно не будет лишним, а, надеюсь, окажется весьма полезным в работе при выборе партнеров, инструментов, материалов для рекламы и много другого. Но всего не перескажешь, нужно обязательно его заказать. А где — можно узнать из рекламы в нашем же журнале.

Вторая новость, не менее значимая, — это чествование призеров IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак». Итоги подведены, призы и дипломы подготовлены, скоро я увижу всех счастливых обладателей наших наград на официальном награждении. От всей души поздравляю лауреатов этого года и предлагаю всем читателям ознакомиться с результатами конкурса на страницах нашего издания.

И из не вошедшего в номер как раз на тему заголовка. Мы уже не раз писали о грядущих изменениях по оформлению предприятий потребительского рынка и даже собирались публиковать фоторепортаж, согласно которому, несмотря на все громкие заявления чиновников, изменений не наблюдается. Причем как на территориях, для которых разработаны архитектурно-художественные концепции, так и на экспериментальных участках, прописанных в пилотных проектах, где все должно было измениться еще к 1 июля! Но уже накануне сдачи номера город просто заполнили маскировочные сетки, а в центре города начался активный демонтаж не соответствующих архитектурно-художественным концепциям вывесок. Мы решили сделать паузу до 1 октября, когда должны быть подведены итоги данного пилотного проекта, после чего сделаем большой фоторепортаж на сайте [Signbusiness.ru](http://Signbusiness.ru). Следите за нашими публикациями в онлайн-режиме.

Екатерина Бобкова, редактор

## НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

### Издатель:

ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»

### Главный редактор

Олег Вахитов: [vakhitov@ridcom.ru](mailto:vakhitov@ridcom.ru)

### Заместитель главного редактора

Екатерина Бобкова: [bobkova@ridcom.ru](mailto:bobkova@ridcom.ru)

### Отдел рекламы

Светлана Голинкевич: [svetlana@ridcom.ru](mailto:svetlana@ridcom.ru)

### Распространение

Михаил Максотов: [maksutov@ridcom.ru](mailto:maksutov@ridcom.ru)

Дарья Маркина: [info@ridcom.ru](mailto:info@ridcom.ru)

### Верстка

Елена Пряхина

Адрес редакции 109316, Москва, Остаповский проезд 3, стр. 24, блок 9, офис 301

Телефон/факс (495) 234-7494

Тираж 3.000 экз. Печать Типография Uninvest 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 рекламные материалы несут рекламодатели.

## ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ БЕСПЛАТНО

**Бесплатная подписка:** оформляйте бесплатную подписку на журнал на сайте [www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru)

**Web-версия:** листайте и скачивайте журнал на сайте [www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru) или на страничке в социальной сети: [www.facebook.com/naroozhka](http://www.facebook.com/naroozhka)

### Бесплатное приложение для планшетов:

скачайте бесплатное приложение «НАРУЖКА» из AppStore или Android Market, найдя его через поиск в соответствующих магазинах приложений.

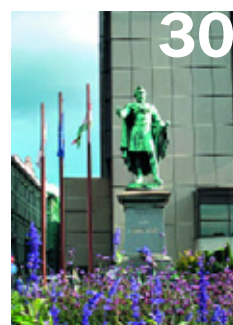
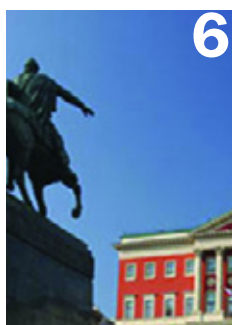
### Через офисы партнеров:

Зенон: Москва, ул. Малый Купавенский проезд, дом 1 / Латек: Москва, Энергетическая ул., д.18 / ЛРТ: Москва, Лихоборская наб, д. 6 / We R. Signs: Москва, Барабанный переулок д.8 А / ЗМ Россия: Москва, Крылатская ул., д.17, стр.1 / Нью-Тон: Москва, ул. Б. Тульская, д.10 стр.9, БЦ «Серпуховской двор» / Энтузиаст реклама: Москва, 1-ая ул. Энтузиастов, д. 12, стр. 1, офис 1



## «Знак-2013». Итоги.

Подведены итоги IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак». Уже сейчас можно сказать, что конкурс удался — растет число номинаций, количество участников и партнеров, активно поддерживающих профессиональное соревнование. И это все на фоне сложной ситуации на рынке наружной рекламы как в медиасегменте, так и в рекламно-производственном. Но не будем о грустном. Сегодня мы чувствуем лучших создателей наружной рекламы — производителей вывесок и разработчиков уникальных конструкций.



### СОБЫТИЯ

#### 6 **Новости**

Новости индустрии / Новости компаний

#### **Конкурс**

#### 10 «Знак-2013». Итоги.

Итоги IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак»

### ПРОИЗВОДСТВО

#### 20 **Галерея**

Свежие работы производителей рекламных конструкций

#### **История заказа**

#### 24 KFC для автолюбителей

История заказа о преобразении заброшенной стройки в первый ресторан KFC с автораздачей

### РАЗМЕЩЕНИЕ

#### 28 **Галерея**

Наиболее яркие из последних кампаний в ООН

### Конференция

#### 30 **Транзитная реклама: жизнь после торгов**

Итоги 14-й конференции «Транзитная реклама», организованной рекламным агентством «Нью-Тон» в Будапеште

### МЕДИАНОСИТЕЛЬ

#### 32 **Галерея**

Свежие работы участников рынка готовых решений для рекламы и информации

### ЗА РУБЕЖОМ

#### 36 **Калейдоскоп**

Зарубежные кейсы в ООН

### СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

#### 37 «Желтые страницы»: список компаний и услуг

## РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

Fine Decision 1-я обл. / RAYGLER 34 / ReSeM 7 / Акведук Реклама 9, 24, 25 / Альтима 2-я обл. / ВизАрт 33 / ГК ПРИЗМАТРОН 4-я обл. / Кодимир 35 / ЛазерСтиль 5 / ИКСТРИМ 21 / Нью-Тон 29 / РЕДИУС 35 / Русимпульс Проект 8 / ФАВОР-ГАРАНТ 33 / ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА 23



**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

## → Наружная реклама в столичной предвыборной кампании

Агентство Initiative проанализировало рекламные кампании кандидатов в мэры Москвы в различных медиа. По сравнению с парламентскими и президентскими выборами для своего продвижения кандидаты в мэры Москвы использовали телевидение не так активно, а сделали ставку на наружку и интернет.

Агитационные ролики размещались на локальных каналах «Москва-24» и «Москва.Доверие», тогда как в предыдущие годы реклама выходила на федеральных телеканалов.

Тем не менее С. Собянин набрал более 270 млн контактов за счет частого появления в теленовостях, а его оппоненты — не более 1,5 млн контактов.

В отличие от телевидения наружная реклама стала одним из ключевых медиа в предвыборной борьбе кандидатов в мэры Москвы. Так, самая сильная кампания в ООН была у И. Мельникова, но за счет размещения на более охватных сторонах Н. Левичев набрал на 25 тыс. контактов больше.

А. Навальный в своей предвыборной кампании использовал Интернет как основной канал коммуникации с потенциальными избирателями.

Таким образом, в рамках данной избирательной кампании Интернет выступал как самостоятельный канал коммуникации и по количественным показателям приблизился к традиционным СМИ.

Основные выводы:

- Объем рекламы на ТВ кандидатов в мэры Москвы значительно снизился по сравнению с парламентскими и президентскими выборами;
- У кандидатов были сильные кампании в наружной рекламе. Самая охватная у Н. Левичева;
- С. Собянин в своей кампании активно использовал прессу и ТВ, А. Навальный — Интернет, что характерно для их потенциальных избирателей;
- Интернет использовался как самостоятельный канал коммуникации.



Источник: Espar Analytic, Москва

## В РА «Бульварное кольцо» новая глава

Данил Першин назначен генеральным директором рекламного агентства «Бульварное кольцо», эксклюзивного оператора рекламы на столичном наземном транспорте. Расул Ахмедов, возглавлявший РА «Бульварное кольцо» с февраля 2012 года, теперь займет пост члена правления РА «Бульварное кольцо» и сосредоточится на развитии бизнеса агентства и привлечении инвестиций в другие бизнес-проекты в сфере рекламы.

Данил Першин будет отвечать за стратегический менеджмент РА «Бульварное кольцо» и курировать вопросы, связанные с усилением sales-экспертизы агентства в сегменте транзитной рекламы. В частности, среди его задач присутствует реализация ряда инициатив, направленных на дальнейшее улучшение качества обслуживания клиентов, совершенствование и развитие продукта, а также исследований эффективности транзитной рекламы.

«С момента проведения аукциона весной 2011 года никто на рынке не верил в то, что «Бульварное кольцо» выйдет на должный уровень по операционным и финансовым показателям, и более того — займет лидирующие позиции в сегменте транзитной рекламы. За прошедшие 2,5 года компания сделала серьезные шаги в плане технологий и креатива, усилила свою экспертизу в области клиентского сервиса, тем самым обеспечив интерес рекламодателей к такому недооцененному носителю как транспорт. Данил имеет большой профессиональный опыт в рекламной индустрии и я уверен, что его лидерские качества, знание outdoor-рынка и понимание потребностей клиентов позволят добиться тех амбициозных целей, которые сегодня стоят перед компанией. Я приветствую Данила в нашей команде и желаю нам

всем удачи и новых достижений», — прокомментировал назначение член правления РА «Бульварное кольцо» Расул Ахмедов.

Данил Першин окончил Военный университет Министерства обороны РФ, затем — Московскую Академию экономики и права, имеет диплом MBA «Стратегический менеджмент» РЭА им Г.В. Плеханова. Свою карьеру начал в качестве юриста-консультанта в ОАО «Концерн средств массовой информации и рекламы «Медиа-центр «Системы масс-медиа» (в составе АФК «Система»), где затем занял должность начальника юридического управления. С 2001 по 2002 год был старшим юристом в ООО «Аудитор-Маркетинг» (sells-подразделение News outdoor Russia в составе News Corp.), затем перешел на должность заместителя генерального директора, после чего занял пост генерального директора ЗАО «ТВ-Проект» (оператор наружной рекламы в составе АФК «Система»). В 2006 году продолжил карьеру в ОАО «Московская городская реклама», где занимал позиции директора департамента продаж, первого заместителя генерального директора, а затем — генерального директора ЗАО «Рекламная фирма «СТОЛИЦА-М». Является президентом Региональной ассоциации наружной рекламы и информации (РАНРИ), членом Общественного совета города Москвы.

## НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА и ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

- РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- РЕГИСТРАЦИЯ
- ПРОИЗВОДСТВО
- МОНТАЖ



Комплексные проекты по всей России



**ReSeM**  
RetailServiceManagement

# → НОВОСТИ КОМПАНИЙ



## В OMD MD | PHD GROUP новый управляющий

Денис Максимов назначен управляющим директором медиагруппы OMD MD | PHD Group.

В медиагруппу новый управляющий директор перешел с должности ответственного директора по продаже рекламы издательского дома «Бурда», где проработал с 1994 года, создав отдел по продажам рекламы с нуля и увеличив продажи рекламы более чем в десять раз. С 2010 года Денис входил в Совет директоров издательского дома, под его руководством находились издательский и редакционный блоки, а также служба продаж. Большое внимание Денис уделял digital-направлению, а также развитию интегрированных рекламных проектов.

«Мы рады приветствовать Дениса в нашей команде, — говорит Андрей Брайович, управляющий директор BBDO Group по интегрированным проектам и медиа. — Денис серьезный профессионал, он широко известен на рынке как эффективный менеджер, уделяющий внимание новым прогрессивным технологиям и подходам. Руководство более чем 50 журналами разной направленности позволило Денису досконально изучить требования, предъявляемые к медиапродукту как потребителями, так и рекламодателями».

В обязанности управляющего директора будут входить развитие медиагруппы, разработка стратегии, создание и курирование новых сервисов и продуктов.

## GALLERY снова в прибыли

Обнародованы финансовые показатели деятельности Gallery за 1-е полугодие и 2-й квартал 2013 года. В 1-м полугодии 2013 года выручка компании Gallery составила \$98,2 млн, показав рост на 12% в сравнении с 1-м полугодием 2012 года. В рублевом эквиваленте выручка выросла на 13% — с 2687 до 3046 млрд рублей. Валовая прибыль выросла в долларовом выражении на 6% (на 7% в рублевом) и составила \$45 млн. Показатель EBITDA в абсолютном выражении увеличился на 17% и составил \$30,2 млн (936 млн руб.) против \$25,8 млн (792 млн руб.) в 1-м полугодии 2012 года. Доля EBITDA в выручке составила 31% в 2013 году, аналогичный показатель в 2012 году составлял 29%. Количество рекламных поверхностей по состоянию на 30 июня 2013 года составляет около 43 000.

Во 2-м квартале 2013 года выручка Gallery выросла на 10% в долларовом эквиваленте и на 12% в рублевом, при этом показатель EBITDA увеличился на 2% и составил 19,1 млн долларов США по сравнению со 2-м кварталом 2012 года.

Чистая прибыль Gallery в 1-м полугодии 2013 года составила \$2 млн (в российском эквиваленте 62,6 млн руб.) по сравнению с чистым убытком в 4 млн долларов США в 1-м полугодии 2012 года.

## «БУЛЬВАРНОЕ КОЛЬЦО» не будет повышать цены

Агентство «Бульварное кольцо», эксклюзивный оператор рекламы на наземном городском пассажирском транспорте Москвы, не станет повышать стоимость размещения рекламы в 2014 г. Несмотря на ситуацию на рынке наружной рекламы, где ожидается высокая медиаинфляция в сегменте щитовой рекламы, агентство решило сохранить расценки на уровне 2013 года.

Также компания завершает плановую работу по анализу статистических данных по закупаемости каждого маршрута, в результате которой произойдет перераспределение отдельных маршрутов между категориями. Эти меры приведут к снижению средней стоимости размещения рекламы на московском транспорте при формировании охватных адресных программ.

## ADVANCE GROUP пополнил адресную программу

Национальный оператор indoor-рекламы Advance Group подписал договор на продвижение рекламных возможностей бизнес-центра SOLUTIONS. Включив офисный комплекс класса «А» в свою адресную программу, оператор оборудует его современными рекламными носителями и обеспечит приток заинтересованных в рекламе клиентов.

## «ВЕРШИНА» оснастит Подольск

Рекламно-производственная компания «Вершина» победила в государственном аукционе «на поставку и установку двухсторонних информационных щитов с внутренним подсветом и защитным стеклом для размещения социально значимой информации», проведенном администрацией города Подольска.

Рекламно-производственная компания предложила ситиборды, которые идеально соответствуют поставленным требованиям. Таким образом, между «Вершиной» и администрацией Подольска был заключен партнерский договор. В обозначенные сроки для города предприятие изготовит и поставит шесть ситибордов форматом 3,7 x 2,7 м. Все конструкции будут предназначены для демонстрации информации социального характера.



# ИМПУЛЬС®

## электронные табло

ПРОИЗВОДСТВО И РАЗРАБОТКА



**ТАБЛО "ИМПУЛЬС" - 15 ЛЕТ НА РЫНКЕ**

Производство электронных светодиодных табло марки «Импульс» различного назначения и условий эксплуатации:

- промышленные табло по индивидуальным заказам с широким спектром функций
- электронные табло для спортивных залов и открытых площадок
- электронные часы, различные таймеры, часы-календари
- табло «бегущая строка»
- табло для систем управления очередью и паркингом
- метеотабло
- табло цен для стел АЗС
- табло котировок валют
- табло для бассейнов









**ООО "РУСИМПУЛЬС ПРОЕКТ"**  
 124482, Москва, г. Зеленоград, 4-й Западный проезд, д. 2, стр. 3  
 Тел: 7(495) 645-70-88 E-mail: info@rusimpuls.ru WEB: www.rusimpuls.ru



# **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](http://www.ridcom.ru)



# «Знак-2013». Итоги.



Подведены итоги IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак». Уже сейчас можно сказать, что конкурс удался — растет число номинаций, количество участников и партнеров, активно поддерживающих профессиональное соревнование.

Текст: Екатерина Бобкова

Напомним, что конкурс наружной рекламы «Знак» проводится с 2002 года. Организатор — издательство R & D Communications. Поддержку конкурсу оказывают ЗАО «Экспоцентр», Ассоциация нестандартных медиа (IN+OUT), Ассоциация коммуникационных агентств России, «Рекламная федерация регионов», European Sign Federation, компании ЗМ и «Большая буква». Информационную поддержку обеспечили Advertology.Ru, Adindex.ru, журнал «Наружка» и портал Signbusiness.ru, где в онлайн-режиме и проводился конкурс.

К слову сказать, других конкурсов, где выставляются проекты из рекламно-производственного сегмента, практически нет или же они проводятся в узколокальном формате. Но это не единственная специфика соревнования. Еще одна отличительная особенность конкурса — состав жюри, в его работе участвуют представители заказчиков из разных сфер бизнеса, в их числе как медийные специалисты, так и курирующие деятельность, связанную с оформлением фасадов и интерьеров, а также видные деятели рекламного бизнеса. Такой состав позволяет всесторонне оценить работы из разных номинаций. И главное, что позволяет выявить конкурс, — это те работы, которые посчитают лучшими именно заказчики рекламных услуг. В этом году в состав жюри вошли: Юлия Бессараб, старший медиаменеджер, Напитки и Снеки PepsiCo Russia; Олег Вахитов, главный редактор издательства «Ар энд Ди Коммуникейшнз»; Наталья Волкова, начальник управления маркетинга и рекламы ООО «Роскорп» (сеть фермерских рынков «ЭкоБазар»); Борис Капитанов, менеджер по закупкам Департамента маркетинга (отдел торгового дизайна компании «Спортмастер»); Алексей Краснов, начальник отдела медиапланирования Департамента маркетинговых коммуникаций (блок прямых продаж и маркетинга Банка Хоум Кредит); Марк Лангман, президент компании We R. Signs International; Алексей Ржэндзинский, руководитель Департамента по работе с партнерами ЗАО «Управляющая Компания «Аптечная сеть 36,6»; Татьяна Таранова, руководитель отдела наружной рекламы МС/ЦР, зам. руководителя отдела наружной рекламы ГК «Связной». Работа жюри проходила в три этапа. Начиная с 5 сентября планомерно были отобраны работы в шорт-лист конкурса, затем в удаленном режиме проставлены предварительные оценки. Вся эта работа позволила внимательно изучить представленные проекты и более плодотворно провести 18 сентября очное заседание, где и были

определены главные призеры конкурса «Знак-2013».

В этом году, на удивление, присужденные первые места совпали с оценками на предварительном голосовании. Хотя, безусловно, каждый претендент на первое место и остальные призовые места обсуждался и на очном голосовании. Пожалуй, наиболее выделяющимся было суждение в номинации «Оформление фасадов. Корпоративные вывески», члены жюри так и не согласились признать лучшей одну работу, уж очень они оказались разными и каждая по-своему выдающейся, — в этой номинации было присуждено два первых места.

Перераспределение мест все же случалось, обсуждались также некоторые работы, изначально не вошедшие в шорт-лист, некоторые из них в итоге даже получили награду или, по крайней мере, были внесены в число претендентов. Это полностью подтверждает необходимость живого общения, когда члены жюри делятся своим мнением, обращая внимание других на те или иные особенности отдельных проектов. В очередной раз были вопросы и к качеству презентаций конкурсантов, некоторые работы, возможно, даже потеряли очки именно из-за низкого качества представления проекта. Но в целом уровень презентаций заметно вырос даже по сравнению с прошлым годом, и это замечательная тенденция. Так же, как и количество работ — в этом году было 115 проектов из разных городов России, а также Латвии и Украины. Стоит также отметить, что на конкурсе десять лауреатов в десяти номинациях — золотые награды завоевали компании из разных уголков России: из Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Екатеринбург, Нижнего Тагила, Новороссийска и Магнитогорска. Среди них как неоднократные победители, так и новые имена. Уже сложнее становится выделить фаворитов конкурса, сразу у двух компаний по три призовых места разного веса — это рекламно-производственная компания из Казани «Неон-арт» и московская компания «Акведук реклама». По два призовых места у столичных компаний «Планета-неон» и РПК «Навигатор-стиль», а также у РПК «Мотор» из Хабаровска. Приз зрительских симпатий (максимальное количество голосов посетителей сайта Signbusiness.ru) получила рекламная кампания ресторана «Карнэ», созданная РА «ЧЕРНОФФ» (Самара). Работы всех участников по-прежнему доступны на Signbusiness.ru, каждый посетитель сайта может выразить свое отношение к ним, оставить коммен-

тарий и, конечно, посмотреть результаты конкурса.

Стоит также отметить достижения в отдельных номинациях. В прошлом году наблюдался спад в ряде направлений по рекламному оформлению фасадов. Что интересно, ситуация немного поменялась. Снова набирает активность категория «Оформление фасадов. Торгово-развлекательные заведения», а лидирующей номинацией в этом году стала «Реклама на транспорте». Причем как по количеству, так и по качеству представленных проектов. Конкуренция здесь была очень высокой, жюри было сложно ограничить круг призеров, но все же сделать это было необходимо. И как некоторая компенсация — два третьих места. Но как бы там ни было, конкурс есть конкурс, и выбор лучших из лучших сделать необходимо.

До этого наиболее массовой была номинация «Нетрадиционные средства и медиа в ООН», в этом году решения с экстендерами и нестандартными технологиями, реализованные на сетевых носителях, были выделены в отдельную номинацию «Серийный рекламоноситель». «Нетрадиционные средства и медиа в ООН» были спозиционированы как номинация для ambient-рекламы, отдельных рекламных инсталляций, в том числе и в Indoor. Пока нельзя сказать, что это оправдало ожидания, здесь заметное влияние оказала текущая ситуация в медийном сегменте наружки. Даже в масштабах конкурса очевидно, какие медиа себя чувствуют уверенно, а где наиболее активно проявляется кризис. Хотя, безусловно, на улицах городов интересных и ярких проектов гораздо больше. Но, видимо, энтузиазма и желания показать свои достижения в каких-то направлениях больше, в каких-то совсем не осталось. Надеюсь, что этот кризис все мы переживем с минимальными потерями и в следующем году тенденция сохранится — проектов и участников будет еще больше, расширится география конкурса и все смогут наблюдать интересное соревнование.

Спасибо всем за участие, ждем вас в следующем году. А это будет уже 10-й по счету конкурс «Знак», и его планируется провести с особым размахом, ценными призами и красочной церемонией награждения. Но на этом мы не прощаемся. До старта нового конкурса в журнале «Наружка» мы продолжим публикацию лучших проектов. Победителям будет представлена возможность более подробно рассказать о своих проектах и аспектах работы над ними. А сейчас представляем вашему вниманию всех призеров конкурса этого года.

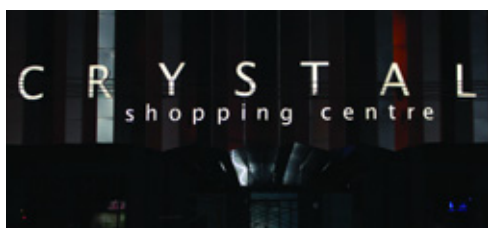
## Призеры в номинации «Оформление фасадов. Торгово-развлекательные заведения»



1 место — Crystals, «Ником Реклама»  
(Нижний Тагил)

2 место — Фасадное оформление ТЦ «Июнь»  
«Бабочка», РПК «Планета неон» (Москва)

3 место — Гостиничный комплекс «Южный»,  
«НеоПроект» (Волгоград)

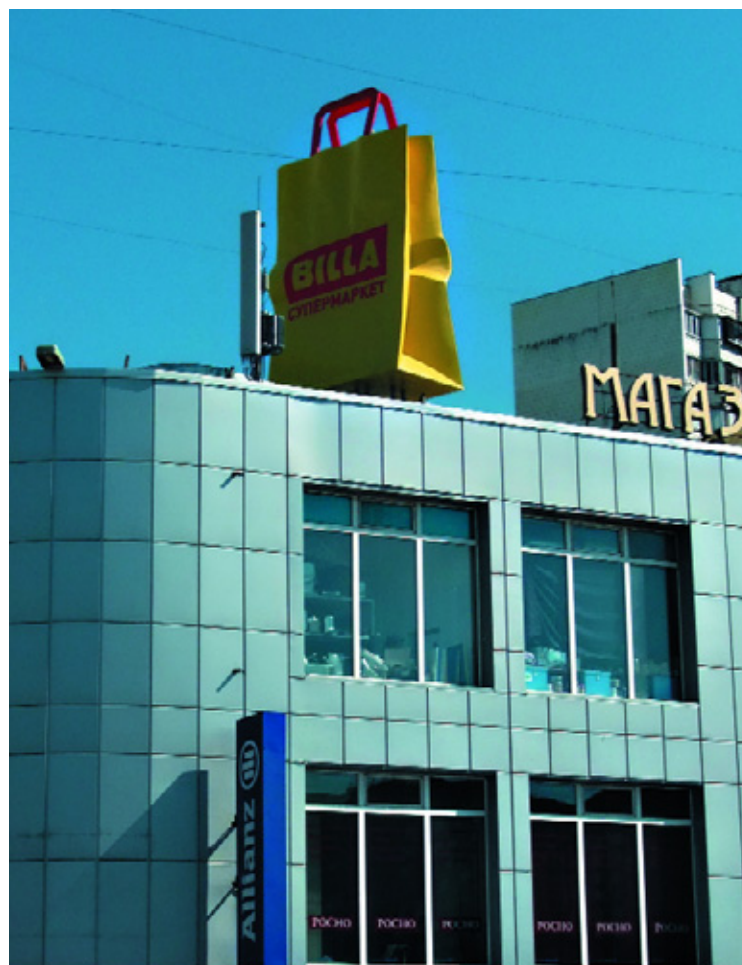
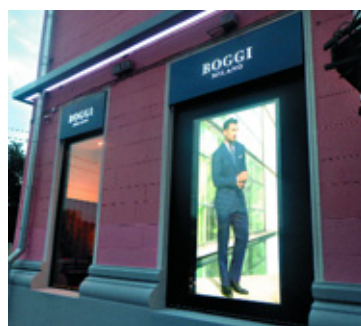


## Призеры в номинации «Оформление фасадов. Магазины розничной торговли»

1 место — Qri, Фора-м (Магнитогорск)

2 место — Вывески для магазина Boggi, «Акведук реклама» (Москва)

3 место — Вывеска для супермаркета «Билла», «Акведук реклама» (Москва)



## Призеры в номинации «Оформление фасадов. Предприятия общественного питания»

1 место — Оформление «СТАРХИТ КАФЕ»,  
«Акведук реклама» (Москва)

2 место — Комплексное оформление фасада  
кафе «Шоколад», РПК «Навигатор-стиль»  
(Москва)

3 место — Ресторан КАРШИ, «Неон-Арт»  
(Казань)

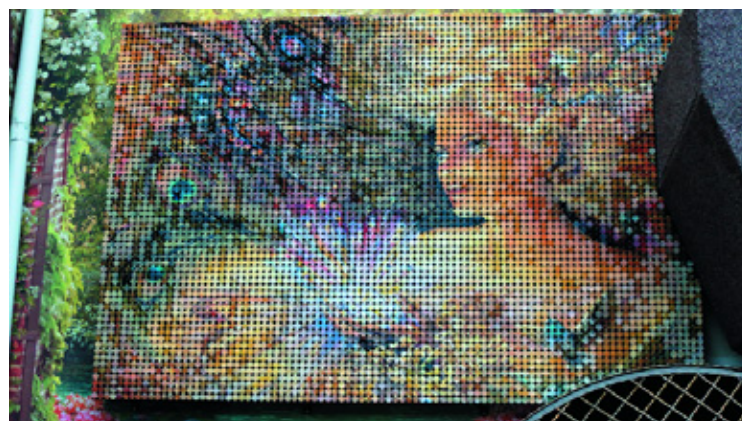


# Призеры в номинации «Оформление фасадов. Предприятия сферы услуг»

1 место — Дворец Водных Видов Спорта, «Неон-Арт» (Казань)

2 место — Рекламное оформление нового Фитнес-клуба GYM-PRO, РПК «Навигатор-стиль» (Москва)

3 место — La Bell, «Айрсистем» (Екатеринбург)



# Призеры в номинации «Оформление фасадов. Корпоративные вывески»

1 место — Комплексное оформление учебного центра «Связной», «Стиль Рекламы» (Москва)

1 место — Завод шампанских вин «Абрау — Дюрсо», группа компаний «АПРЕЛЬ» (Новороссийск)

3 место — Спецназ, Рекламное агентство «Деловой стиль» (Нижний Тагил)



## Призеры в номинации «Стелы и крышные установки»

1 место — Архитектурные световые конструкции (территория Главкино), РПК «Планета неон» (Москва)

2 место — Стела NEON-ART, «Неон-Арт» (Казань)

3 место — Новогодняя арка, «Неон-Арт» (Казань)

3 место — Вывеска Xtreme, «Моторр» (Хабаровск)





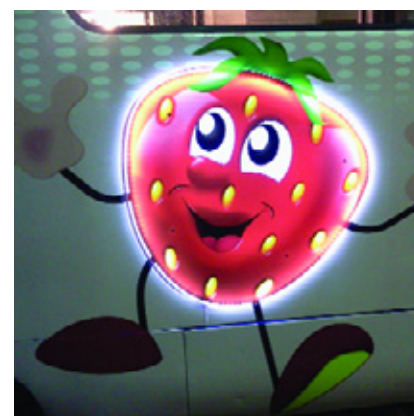
## Призеры в номинации «Реклама на транспорте»

1 место — Автобус Губки Боб, «062-Реклама» (Санкт-Петербург)

2 место — Junior Angin, Pilsetas Linijas (Латвия, Рига)

3 место — «Сумасшедшая» реклама на транспорте, «Нью-Тон» (Екатеринбург)

3 место — Q5 Доктор Хаус, «Трафарет-тату» (Москва)



## Призеры в номинации «Дизайн постеров для наружной рекламы»

1 место — не присуждалось

2 место — Креативная реклама для шредеров Fellowes, Orta Agency (Москва)

3 место — Наружная реклама РПК «Моторр», «Моторр» (Хабаровск)

Приз зрительских симпатий — Рекламная кампания ресторана «Карнэ», РА «ЧЕРНОФФ» (Самара)



## Призеры в номинации «Серийный рекламоноситель»

1 место — Интерактивный динамический ситипостер, «Формат» (Санкт-Петербург)

3 место — Adrenaline Juicy, OMD Optimum Media Group

3 место — Кольцо «Россовелирторг», «Компаньон» (Омск)

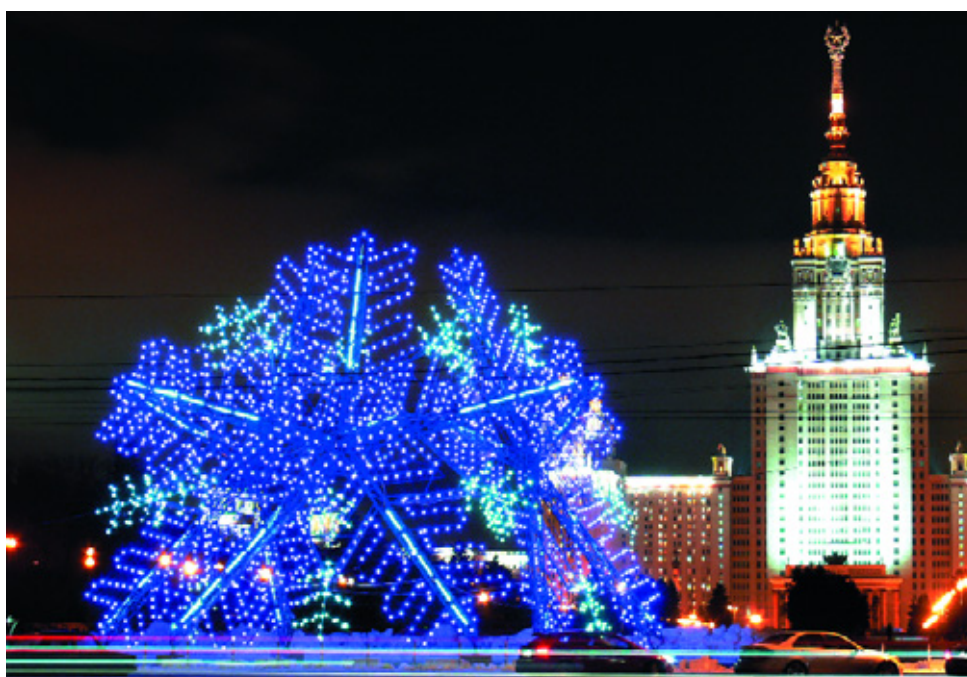


## Призеры в номинации «Нетрадиционные средства и медиа в ООН»

1 место — OUTDOOR КАСЕТЫ, Red Pepper (Екатеринбург)

2 место — Объемная световая конструкция «Три снежинки», «Кодимир» (Москва)

3 место — Ели новогодние Сбербанка, Мастерская Городской Рекламы (Москва)



## → НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В «КРУГЕ СВЕТА»

В начале сентября в Москве на Тверской улице напротив здания мэрии и на Поклонной горе появились медиаконструкции «Круг Света». Отдельно стоящие экраны разработаны и установлены специалистами группы компаний «Альтима» по заказу PA LBL, автора концепции этой уникальной конструкции. Всего будет изготовлено пять таких конструкций, еще три должны быть установлены в парке Царицыно, на Манежной Площади и у Большого театра в конце сентября, непосредственно к началу Московского международного фестиваля «Круг света», который пройдет в столице с 4 по 8 октября.

Медиаконструкция «Круг Света» состоит из центрального светодиодного видеозащитного колпака с открытой частью, по форме приближающейся к кругу диаметром около 4 м. В этом видеозащитном экране используются RGB-светодиоды DIP 346 (Cree), что обеспечивает яркость экрана не ниже 10000 кд/кв. м. Шаг пикселей на экране — 16 мм. Видеозащитный экран состоит из 22 блоков размером 1,024 м x 0,768 м, они установлены на несущую конструкцию, которая размещается на двух вертикальных несущих опорных фермах. В нижней части опорные фермы имеют основание, на которое устанавливаются бетонные блоки для пригрузки всей конструкции. Бетонные блоки в ниж-



ней части конструкции закрываются декоративным защитным колпаком, выполненным из композитного материала серебристого цвета.

Вокруг светодиодного видеозащитного экрана устанавливается световое кольцо внешним диаметром 5,7 м (внутренний диаметр около 4 м), выполненное по новой технологии точечных светодиодов, которую в настоящее время компания «Альтима» активно продвигает на рынке. Кольцо имеет каркас из стальной профильной трубы. С лицевой поверхности кольцо облицовывается композитным материалом черного цвета. В поверхности композитного материала устанавливаются точечные RGB-

светодиоды. Шаг установки светодиодов — 40 x 40 мм. Точечные светодиоды объединяются в единую цепь под управлением контроллера. Программа управления контроллера позволяет реализовать на поверхности внешнего кольца с точечными светодиодами видеозащитный эффект в виде «бегающей» по кругу световой полосы, в данном случае в виде логотипа мероприятия. Стоит отметить, что данная технология также теперь применяется при изготовлении крышных установок Сбербанка. Первая подобная конструкция была сделана компанией «Альтима» для филиала банка в Адлере (Краснодарский край) в середине сентября.

## ВЫВЕСКА «МАСТЕР-БАНК» С ОРИГИНАЛЬНЫМ ЭФФЕКТОМ ДИНАМИКИ



В Москве на улице Б. Никитская, 12, появилась новая вывеска «МАСТЕР-БАНК» с оригинальным эффектом динамики. Проект осуществлен РПК «ЛазерСтиль». Конструкция вывески выполнена по всем

правилам архитектурно-художественной концепции, которая в настоящее время активно внедряется в центральной части города. Предпочтение отдано технологии объемных букв. При этом был найден оригинальный способ выделиться в сложившейся

ситуации не только контрастирующим фирменным цветом «МАСТЕР-БАНКА». Обращает на себя внимание панель-кронштейн в виде двустороннего вращающегося логотипа. Диаметр логотипа — 600 мм. Лицевая панель логотипа выполняется методом вакуумной формовки (по 3D-форме из МДФ) из светорассеивающего акрила с нанесением пленки «Oracal» серии 8500. Внутренняя светодиодная подсветка или кольцевые люминесцентные лампы. Профиль — нержавеющая сталь с покрытием. Выносные кронштейны из круглой нержавеющей трубы диаметром 70 мм. Декоративная накладка из нержавеющей стали. Привод вращения с токосъемником.

Основная вывеска состоит из объемных знаков «Банкомат 24» и «МАСТЕР-БАНК», выполненных по технологии буквы из нержавеющей стали с внутренней светодиодной подсветкой.



**100%**  
ГАРАНТИЯ СРОКОВ,  
КАЧЕСТВА  
И УСПЕШНОГО ВЫПОЛНЕНИЯ

- Полное наружное и интерьерное оформление
- Тонкие световые панели
- Нестандартное торговое оборудование и P.O.S



### Компания Икстрим

**T** + 7 (495) 984-02-66, 797-80-70

**W** [www.xstream.ru](http://www.xstream.ru)

**f** [facebook.com/xstreamcompany](https://facebook.com/xstreamcompany)

Все виды тонких световых панелей на сайте  
[www.xstylepro.ru](http://www.xstylepro.ru)





## «ЛЕНТА» В ДЕТАЛЯХ



В конце июля завершилась работа по изготовлению и монтажу наружных рекламных конструкций для супермаркета «Лента» в Орехово-Борисово. Разработка концепции внешнего рекламного оформления объекта велась в тесном сотрудничестве со специалистами компании «Ресем». Рекламный комплекс включил в себя несколько типов световых элементов. Были разработаны, сконструированы и установлены два логотипа в виде объемных букв (1173 x 1500 мм), три фасадных световых короба (20000 x 1250 x 250; 10000 x 3000 x 250 и 10000 x 1500 x 250 мм) и пять информационных панелей (1200 x 1530 мм).

Основа логотипа в виде объемных букв выполнена из ПВХ-пластика, боковая обкладка — алюминиевый профиль ALS, оклеенный цветными виниловыми пленками. Лицевая поверхность — светорассеивающий (молочный) акрил, оклеенный транслюцентной виниловой пленкой. Каждый элемент имеет светодиодную подсветку.

Фасадные световые короба представляют собой сварные металлоконструкции, лицевая сторона которых выполнена из транслюцентной баннерной ткани с аппликацией виниловыми пленками. Ввиду фасадных особенностей здания световые короба были смонтированы на специальных металлических кронштейнах.

Информационные панели изготовлены на основе металлокаркаса из стальной трубы, окрашенного порошковой краской. Для обеспечения оперативной смены рекламных изображений в конструкции предусмотрена система на основе алюминиевого клик-профиля.

## БРЕНДИРОВАНИЕ ПОД КЛЮЧ



Агентство Brand Team, одним из ключевых направлений которого является брендинг автотранспорта, осуществило проект для компании «Термокот-Инжиниринг». Брендинг корпоративного транспорта — один из эффективных с точки зрения соотношения «цена — качество» рекламных инструментов, а также один из самых доступных и оперативных, если за дело берутся профессионалы. В данном случае необходимо было не только выполнить задачу качественно и в срок, но и разработать дизайн. В течение нескольких дней клиенту было представлено несколько вариан-

тов уникального дизайна. А еще через пару дней, после согласования окончательно варианта, уникальная машина украсила дороги столицы. Для оформления использовалась стандартная технология — аппликация виниловой пленкой плюс ламинация. Изображение было напечатано на пленке KPMF 7000 с разрешением 720 dpi.



тов уникального дизайна. А еще через пару дней, после согласования окончательно варианта, уникальная машина украсила дороги столицы. Для оформления использовалась стандартная технология — аппликация виниловой пленкой плюс ламинация. Изображение было напечатано на пленке KPMF 7000 с разрешением 720 dpi.

## ФРАНЦУЗСКО-РУССКАЯ ПЕКАРНЯ

Оформление французской пекарни PAUL, расположенной в Москве на ул. Пятницкой, 20, осуществила компания «Акведук реклама». Сеть PAUL вышла на российский рынок в 2012 году, и это уже пятый объект, оформленный компанией «Акведук реклама».

Как отметили в компании, представленный заказчиком французский дизайн необходимо было адаптировать под российское законодательство, причем так, чтобы оно сохранило свой шарм. Ключевым изменением стало соотношение пропорции букв иностранного написания и русского. В остальном компромиссов не было. Короб выполнен из алюминиевого композитного материала черного матового цвета. Буквы «ПЕКАРНЯ, КАФЕ» — световые инкрустированные заподлицо с композитом, буквы PAUL — тоже световые инкрустированные, но, в отличие от других, еще и объемные и цельноклееные. Внутри короба светодиодная подсветка. Над коробом — декоративный портал со



светодиодной подсветкой. По периметру вывеска обрамляется покрашенным в черный цвет декоративным молдингом (использовано два вида: сверху более широкий, по бокам и снизу — более узкий). В планах сети PAUL — дальнейший рост, компания планирует охватить московские аэропорты и центральные улицы с большим пешеходным трафиком.



# НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

КАЧЕСТВО И СРОКИ

**КРЫШНЫЕ УСТАНОВКИ • МЕТАЛЛОКОНСТРУКЦИИ  
НАРУЖНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ • УЛИЧНАЯ МЕБЕЛЬ • POS-МАТЕРИАЛЫ  
ОТДЕЛКА ФАСАДОВ • КОМПЛЕКСНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ**

111024, г. Москва, 1-я ул. Энтузиастов, д. 12, офис 1  
[www.entuziast-reclama.ru](http://www.entuziast-reclama.ru)

8 (495) 229 50 85  
8 (495) 231 21 22

# KFC для автолюбителей

→ О преобразении заброшенной стройки в первый ресторан KFC с автораздачей

Текст: Екатерина Бобкова

Еще недавно рынок ресторанов быстрого питания переживал настоящий бум. Количество точек фастфуда росло огромными темпами. После кризиса стали возвращаться и старые игроки, стали поглядывать на Россию и другие. В этой ситуации количественный рост был недостаточным для крупнейших сетей. Сейчас на рынке более выражена новая тенденция роста — рестораны быстрого питания с автораздачей. Если раньше это направление развивала лишь одна компания, сейчас такой формат стали применять и другие крупные игроки. Один из них — сеть KFC. Об опыте работы по оформлению первого ресторана KFC с автораздачей, расположен-

ного в Москве на Ярославском шоссе, рассказывают генеральный директор компании «Акведук реклама» Алексей Гуров и менеджер по работе с клиентами компании Степан Можяев.

*Алексей, не секрет, что у KFC несколько подрядчиков по рекламному оформлению. Расскажите, пожалуйста, как давно началось Ваше сотрудничество и почему Вашу компанию выбрали для реализации, можно сказать, пилотного проекта?*

А.Г.: Мы давно уже работаем с этим брендом, еще с тех давних времен, когда KFC был

«Ростиксом». Уже тогда мы выполняли большое количество заказов по внешнему и внутреннему оформлению как основных ресторанов сети, так и франчайзинговых. С 2011 года, с того момента, как «Ростикс» стал KFC, нами оформлено уже порядка 40 ресторанов этой сети. Это и многочисленные вывески, и другие конструкции и рекламные материалы. Кстати я, еще работая в SFC, принимал участие в открытии 1-го Ростикса на Маяковской.

Переделка Ростиксов в KFC началась с заказа, который состоялся еще в 2011 году. В рамках общероссийского эксперимента, который проводился в Самаре, необходимо бы-







ло одновременно переделать семь «Ростиков» в KFC, из которых пять объектов были расположены на фуд-кортах внутри торговых центров и еще два были самостоятельными ресторанами с наружными вывесками. Перед нами была поставлена задача обновить вывески в один день. Работа на самарских объектах велась в течение недели. Вначале заменили вывески в торговых центрах, скрыв новый бренд баннером с рекламой «Ростикса», и так ресторан за рестораном шли к поставленной цели. В день торжественного открытия в город съехалось руководство Yum! Brands из европейских и американских офисов. И в этот день к 10 утра, то есть в течение одной ночи, наши монтажные бригады объехали все точки и завершили дело до конца. Так состоялось единовременное открытие всех Самарских точек KFC, которое сопровождалось яркой и масштабной рекламной и PR-кампанией. И мы, конечно же, не подвели. Поэтому, когда KFC приняло решение потеснить главного своего конкурента еще в одном направлении — запустило проект KFC-Авто, руководство головного офиса порекомендовало нас и своим франчайзинговым партнерам.

**Степан, расскажите, пожалуйста, кто разрабатывал дизайн-проект для ресторана нового формата? Были ли какие-нибудь сложности с его воплощением в жизнь?**

С.М.: Ресторан на Ярославском шоссе стал пилотным проектом данной конфигурации, и особенно приятно, что его поручили нам. Вся проектную документацию по оформлению ресторана мы разрабатывали самостоятельно, а также адаптировали рекламные элементы по эскизам клиента. На практике все приходится отрисовывать заново с привязкой к реальной ситуации, а тем более в этот раз, когда создавать проектную документацию приходилось в несколько этапов, так как работать пришлось с полуразрушенным объектом. И, конечно же, перед запуском производственных процессов все эскизы необходимо было согласовывать с клиентом заново.



кизы необходимо было согласовывать с клиентом заново.

Этот объект был передан в состоянии заброшенного кирпичного здания, которому еще необходимо было пережить стройку. Именно поэтому работа над объектом заняла немало времени. Первый раз мы выезжали на объект в марте 2012 года, а сдали его только во второй половине октября. В наши задачи входило наружное комплексное оформление здания — от облицовочных работ фасада до изготовления и монтажа всех рекламных конструкций: вывески, тонкие световые короба, отдельно стоящие вращающиеся меню-борды, ограничитель высоты и др.

**Поясните, пожалуйста, когда же был запущен производственный процесс...**

С.М.: Весной. Одновременно с началом новой стройки. Мы напрямую зависим от работы строителей. Мы последний рубеж, особенно если речь идет только о вывесках. И, конечно же, любая проектная работа фактически не имеет смысла, если строительство объекта не завершено, так как по ходу строительных работ могут вноситься

различные изменения. Но по объекту на Ярославском шоссе нужно было все делать оперативно, приходилось чуть ли не каждый день ездить и снимать замеры по мере готовности очередного участка стены. Это было необходимо для определения форм облицовочных кассет, которые напрямую зависели от точных размеров стен и углов строящегося здания. Это также касалось и ряда других деталей.

**Расскажите подробнее о тех материалах и технологиях, которые были применены в процессе работы над объектом?**

С.М.: В рамках облицовочных работ для обшивки основного фасада здания, в котором непосредственно находится сегодняшний ресторан, применялись композитные панели. Основная часть фасада обшивалась композитом цвета RAL 1015 (бежевый). Часть фасада у окон автораздачи обшивалась композитным материалом, стилизованным под дерево («греческий орех»). Фасад над окнами автораздачи, порталы с «полковниками» облицованы композитными панелями фирменного цвета «KFC» — бордового, по RAL 3003. Всего было облицовано



около 450 кв. м площади фасада. Пристрой-ка, которая скорее является служебным помещением, обшита более бюджетным материалом — стальными кассетами. Цоколь декорирован пластиковыми панелями под камень. Изготовление и монтаж откосов, отливов, козырьков также входили в нашу задачу.

В рамках рекламного оформления мы делали вывески, световые короба, тонкие панели, вращающиеся двух- и трехсекционные меню-борды с возможностью незатруднительной смены информации, брендированные ограничители высоты и пилон, обозначающий въезд.

Объемные буквы KFC сделаны по стандартной технологии цельноклееных букв из ПВХ и светорассеивающего акрилового оргстекла, у которых светятся как борта, так и лицевая часть. В зависимости от места размещения используется оргстекло молочного или красного цвета: на бордовом фоне — вывески белые, на бежевом контрастируют буквы красного цвета. Световые короба с изображением полковника Сандерса сделаны по аналогичной технологии. Единственное, что их отличает, — это очень яркая и насыщенная двусторонняя печать на баннере. Около пунктов раздачи для автомобилистов размещены меню — тонкие панели с креплением на фасаде здания. Подсветка у букв и в других световых элементах светодиодная, что давно уже стало стандартом для профессионалов. И в нашей практике использование какой-либо альтернативной технологии подсветки сейчас большая редкость.

Расскажите подробнее про вращающиеся меню-борды. Это тоже Ваша разработка?

С.М.: Да, было разработано два варианта конструкции: двух- и трехсекционный меню-борд. Оба высотой 2,76 м, ширина трехсекционной установки составляет 2,48 м, двухсекционной — 1,79 м. Сама конструкция представляет собой объемный каркас, обшитый композитным материалом фирменного бордового цвета. Буквы «KFC-Авто» — световые, инкрустированные. Размещенные в них двусторонние световые короба, сделанные из алюминиевого профиля DK-190, вращаются вручную, но при этом вандапоустойчивые, защищенные от любителей крутануть посылнее (предусмотрен механизм стопорения). Сразу хочу отметить, что мы намеренно отказались от применения здесь клик-профиля, так как считаем его не очень подходящим для улицы, ведь фактически любой человек может его открыть и даже случайно сломать. Выбор был сделан в пользу более жесткой системы в соответствии с задачами заказчика, к тому же предусмотрена довольно удобная смена изображений.

Из отдельно стоящих элементов еще мы сделали пилон на въезде, высотой 1,5 м и шириной 0,85 м. Его конструкция представляет собой объемный каркас, обшитый шлифованной нержавеющей сталью, внутри односторонний световой короб. И брендированный ограничитель высоты — тот же объемный каркас, но обшитый композитным материалом фирменного бордового цвета KFC. Планка для ограничения въезда машин высотой больше 2,6 м.

Для KFC Вы выполняете только наружные работы или оформляете интерьеры ресторанов тоже? И, кстати, сколько на настоящий момент ресторанов KFC данного формата?

С.М.: На данный момент есть два KFC-Авто, второй тоже в Москве на улице Каштановая Роща. Оба проекта по наружному оформлению были выполнены под ключ нашей компанией. В данном случае оформлением интерьеров заказчик занимался самостоятельно. А уникальность нашего подхода состоит в широких возможностях по оформлению именно фасадов, мы владеем любыми технологиями: композитные кассеты, стальные кассеты, керамогранит. Что касается изготовления интерьеров, то в том числе для KFC мы выполнили ряд объектов, где мы также оформляли интерьеры различными декоративными элементами. Наш опыт полного внутреннего и внешнего оформления объектов позволяет клиентам быть уверенными в конечном результате.

А.Г.: Наше сотрудничество с KFC продолжается. Недавно мы стали одними из победителей еще одного тендера, в рамках которого будем осуществлять проекты для центрального офиса, а именно оформлять точки на столичных, региональных фуд-кортах и встроенные рестораны для KFC. Здесь будет много работы по созданию интерьерных вывесок и не только. К слову сказать, это был очень крупный тендер, в котором принимали участие девять всем известных рекламно-производственных компаний.

**Алексей, раскройте секрет, как может существовать тот факт, что одной компанией оформляются объекты прямых конкурентов? Разве клиенты не ставят условий, что Вы работаете только с ними и не можете заниматься рекламой их прямых конкурентов?**

А.Г.: Мы работаем со всеми, это правда. В портфеле наших заказов не две и даже не пять ресторанных сетей. И клиенты, естественно, в курсе этого. В нашей же компании все делается для соблюдения коммерческой тайны, а конкурирующие бренды ведут разные менеджеры. Лет 10 назад клиент еще мог диктовать подобные условия, но сейчас, учитывая настоящее развитие этого рынка, уже просто невозможно. По моему мнению, число высокопрофессиональных рекламно-производственных компаний сузилось до одного десятка. А число ресторанных сетей на российском рынке все продолжает расти. И сейчас нет ни одной крупной сети, которая бы с нами не работала. Загрузка у всех очень высокая, и если качество и профессионализм подрядчика для клиента важный аспект, то он вынужден обращаться в компанию именно из этого довольно узкого круга. К тому же не секрет, что менеджер из одной клиентской компании может перейти в другую, с собой привнесет опыт и знания успешной работы с нами. Выбирая нас, они уверены в надежности подрядчика, качестве и сроках — а мы не подведем.



# 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](http://www.akveduk.ru); e-mail: [info@akveduk.ru](mailto:info@akveduk.ru)

т/ф: **8(495)788-67-74**



## RUSS OUTDOOR ОБРАЩАЕТ ВНИМАНИЕ НА МУСОР В ГОРОДЕ

В Москве в рамках социального проекта «Все равно?!» стартовала акция, посвященная проблеме городского мусора. Одна из рекламных конструкций Russ Outdoor, размещенная в районе Киевского вокзала, превратилась на время в оригинальную инсталляцию, которая напоминает москвичам о простых правилах соблюдения в городе чистоты. В инсталляции задействован уникальный формат уличной мебели «Картридж» (собственная разработка специалистов Russ Outdoor). Прозрачный блок заполнен типичными объектами мусора, которые можно наблюдать на городских улицах каждый день: пластиковыми банками, бутылками, бумагой, обертками от продуктов. Чтобы избежать такой неприглядной картины, создатели конструкции призывают бросать мусор «куда надо», то есть в урны и специа-

лизированные контейнеры. «Мы уверены, что такая нестандартная конструкция в центре Москвы точно не останется незамеченной и позволит привлечь внимание к проблеме загрязнения городской среды, — сказал руководитель социального проекта «Все равно?!» Илья Каукин. — Кстати, объекты внутри стеклянного блока — это самый настоящий мусор с московских улиц. Мы лично собирали его в городе, затем сушили и красили, чтобы он смог стать частью нашей инсталляции». Креативную идею акции разработала команда международного коммуникационного агентства The Matter специально для проекта «Все равно?!». Таким образом, сеть партнеров социальной инициативы Russ Outdoor расширилась — вышла за пределы российского рекламного рынка.



## ОРИГИНАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ ПЛАНШЕТНИКА MICROSOFT SURFACE RT



Рекламная кампания планшетного компьютера Microsoft Surface RT проходит в бизнес-центрах Москвы и Санкт-Петербурга. Чтобы подчеркнуть премиальность продукта, а также выделиться на фоне конкурентов, в качестве рекламных носителей были выбраны лифты. Их забрендировали как изнутри, так и снаружи. Нестандартное размещение рекламы обеспечил национальный оператор indoor-рекламы Advance Group по заказу агентства UM Russia, медийного партнера Microsoft. Одной из потребительских особенностей нового планшета является возможность использовать его как с клавиатурой, так и

без. Для многих пользователей это очень удобная опция. Пристегивающуюся клавиатуру можно купить как в наборе с планшетом, так и отдельно от него (клавиатуры выпускаются двух видов и в трех цветах). Использование лифтов позволило обыграть это преимущество, наглядно показав, как легко и просто благодаря наличию магнитных элементов присоединить клавиатуру к планшету. Внешние стороны дверей лифтов были забрендированы изображением планшета и клавиатуры. Когда двери открываются и закрываются, они демонстрируют одну из ключевых идей рекламной кампании: «Пристегнись!», т.е. «присоедини

клавиатуру». Также этот слоган призывает аудиторию стать счастливыми обладателями планшета.

«Для этого проекта были подобраны бизнес-центры класса «А» с самым высоким трафиком. Рекламуемый планшет — продукт дорогой, поэтому мы старались выбрать те офисные здания, где аудитория в перспективе могла бы быть наиболее платежеспособной. Таким образом, нам удалось подобрать 52 лифта для брендирования», — комментирует Алексей Омельченко, генеральный директор Advance Group.

Брендирование лифтов в бизнес-центрах осуществлялось в рамках мультимедиакампании, направленной на продвижение планшетного компьютера Microsoft Surface RT, — нового продукта на российском рынке. Помимо традиционных медиа, в ней используется блок нестандартных коммуникаций как на улицах столицы, так и внутри торговых и бизнес-центров. В частности, агентство UM задействовало брендирование эскалаторов и автобусных остановок, настенные граффити, оформление цветочных клумб и др. Креативная составляющая проекта — адаптация рекламных материалов, разработанных для глобального позиционирования продукта, — была реализована агентством Wunderman.

# SHOWCASE — СИСТЕМА ИНТЕРАКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

В августе на территории одного из столичных супермаркетов сети «Виктория» был установлен уникальный промо-стенд пива марки Miller со встроенным мультимедийным комплексом Showcase. При приближении потенциального покупателя система запускала рекламный ролик Miller со звуковым сопровождением.

Showcase — это система, которая позволяет проводить эффективные кампании и одновременно осуществлять сбор данных о продукте, о поведении покупателя в зоне продаж. Мультимедийный комплекс состоит из системы отображения (телевизор, плазменная или ЖК-панель, проекционная витрина и т.п.), управляющего ПК и датчика бесконтактного взаимодействия, которые интегрируются в промостенд с товарной выкладкой. Подключенный к системе датчик бесконтактного взаимодействия

позволяет собирать статистические данные о людях, обращающих внимание на рекламу: их пол, возраст, время взаимодействия, периоды максимальной активности. Данную статистическую информацию система отправляет рекламодателю в он-лайн режиме. Сценарии организации диалога с покупателями могут быть выстроены таким образом, чтобы обеспечивать достижение целевых показателей по объему продаж.

24 сентября в Москве в Центральном Доме Художника на Крымском Валу состоялась презентация Showcase, где разработчики новой системы — PA Fine Decision и компания «Грейт» — рассказали о ее уникальных возможностях для продвижения товаров и брендов в точках продаж. Более подробно о новой системе, полученных данных в рамках проведения кампании Miller, будет рассказано в следующем номере.



**Мы знаем, где Ваша аудитория!**

Реклама на указателях  
НЬЮТОН

Реклама на указателях  
НЬЮТОН

[www.new-tone.ru](http://www.new-tone.ru) 8 495 231 10 10

**НЬЮТОН**  
РЕКЛАМНОЕ АГЕНСТВО

# Транзитная реклама: жизнь после торгов

→ Почти 150 человек в очередной раз собрались вместе, чтобы узнать, что происходит в индустрии рекламы на транспорте и каковы ее перспективы как минимум на ближайший год. А чтобы процесс познания был не только полезным, но и приятным, встречу провели в Будапеште на конференции «Транзитная реклама» под чутким руководством ее организатора — рекламного агентства «Нью-Тон».

Текст: Олег Вахитов

И хотя с погодой в этот раз не повезло (обычно в середине сентября в Будапеште теплая и солнечная погода, а тут — дождь и холод), с перспективами оказалось все гораздо позитивнее. Впрочем, обо всем по порядку.

Основной темой 14-й по счету конференции «Транзитная реклама» стал анализ прошедших недавно в нескольких городах аукционов по продаже мест под размещение наружной рекламы. Реклама на транспорте по своей сути тоже относится к наружке, хотя имеет свою специфику, и в этой связи зачастую претендует на бюджеты операторов недвижимой рекламы. Отсюда и повышенный интерес к прошедшим недавно торгам.

Практически везде первоначальные цены на лоты были существенно превышены, что в итоге неминуемо приведет к повышению цен на размещение наружной рекламы практически во всех городах России. В том числе там, где торгов еще не было, ведь известно, что практически везде в итоге повторяется сценарий, разыгранный в центре и крупных городах.

Овик Саркисян в своем приветственном слове отметил, что у операторов наружной рекламы наступают непростые времена — некоторые рекламодатели не захотят платить более высокую цену за позиционирование на рекламных щитах и задумаются о перераспределении своих рекламных бюджетов. «... и нам нужно сделать все, чтобы бюджеты не утекли в Интернет», — подчеркнул Овик.



Андрей Кузин (РА «Нью-Тон») привел собравшимся некоторые «результаты» прошедших аукционов в цифрах. По его словам, в регионах после проведения торгов цены на наружную рекламу выросли почти в 2,5 раза, а загрузка в некоторых городах упала до 1/3 поверхности. По прогнозам Андрея, в Москве цены на размещение наружной рекламы в ближайшее время вырастут в среднем на 80%, при этом количество поверхностей может уменьшиться на 60%. Бюджеты рекламодателей в этом случае могут перетечь в не совсем еще традиционные проекты, одним из которых является реклама на такси и внутри такси.

О том, как это может произойти и что уже происходит, собравшимся рассказал Алексей Кузнецов из «Медиаэкб».

Данил Першин из «Бульварного Кольца» предположил, что операторы наружной рекламы, дабы не шокировать своих клиентов новыми ценами, вынуждены будут переходить на новые рекламоносители с несколькими меняющимися поверхностями (роллерные конструкции, призмадинамические и т.п.). Таким образом они попытаются сохранить общий объем рекламы в наружке и тарифы при существенном сокращении конструкций и увеличении себестоимости владения каждой из оставшихся. Однако, по словам Данила, повышение интереса к рекламе на транспорте в этих условиях все равно неизбежно.

Федор Лях (OMD) «подлил масла в огонь» и даже показал, кто из рекламодателей собирается сниматься с рекламных щитов и улич-



ной мебели. По его словам, от рекламы по повышенным ставкам готовы отказаться автосалоны и клиенты из FMCG.

Стоит отметить, что в последние пару лет на конференции «Транзитная реклама» все больше внимания уделяется индор-рекламе, особенно в части digital. Вот и на этот раз целых три доклада были посвящены этому относительно молодому направлению в рекламе (Дмитрий Куркович (Aйз Media), Вячеслав Долгин (VivaKi), Ирина Полтавец («Ин Аут Медиа Сервис»). Кстати, выступающие на примере очень ярких кейсов доказывали собравшимся, что нестандартные медиа могут стать серьезным конкурентом рекламе на транспорте в дележе освобождающихся из наружной рекламы бюджетов. Но, скорее всего, индор получит сначала ту рекламу,

которая вынуждена будет уйти из наружки вследствие законодательных ограничений.

Как бы то ни было, собравшиеся операторы транспортной рекламы с энтузиазмом восприняли анализ текущей ситуации.

На конференции существует традиция: один из докладов читает представитель принимающей страны. В этот раз о транзитной рекламе в Венгрии рассказала Pászti Nikoletta из ProMix Media.

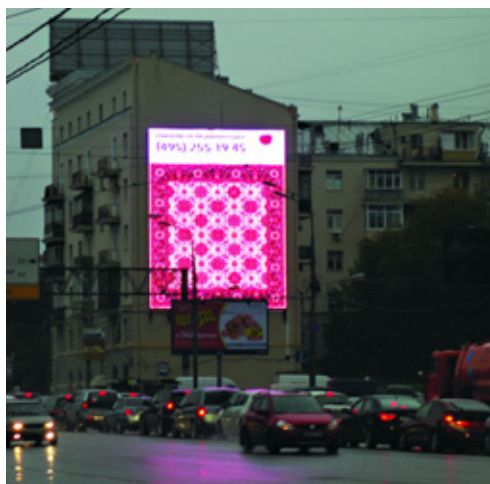
В программе конференции было немало и других интересных выступлений, которые расширили и дополнили медийную картину мира. Надо признаться, что в последние годы доклады на «Транзитной рекламе» становятся все интереснее и актуальнее. Вероятно, это связа-

но с теми трудностями, которые ежегодно сваливаются на голову операторов индустрии. Отрадно осознавать тот факт, что в трудные времена рекламщики не опустили руки, а стали активно искать выходы из сложившихся ситуаций, искать решения и пути не просто сохранения своего бизнеса, но и его преумножения. И конференция «Транзитная реклама» — явное тому подтверждение!

P.S. Как всегда, «ню-тоновцы» организовали невероятный досуг для всех участников конференции: исторически-познавательный квест по Будапештской крепости, гала-ужин на роскошном теплоходе «Граф Сечени», экскурсию в Сентендер и Вышеград, купание в термальных источниках Сечени... Как всегда, все было на высшем уровне!



## НОВЫЙ МЕДИАФАСАД



В сентябре инженеры компании «ДисплейМаркет» завершили работы по изготовлению и монтажу медиафасада по адресу: шоссе Энтузиастов, д. 10/2, недалеко от центра Москвы. Проект выполнен по заказу OZZO group. Медиафасад длиной 10,5, высотой 14,5 м с шагом 31,25 мм, разрешением 336 x 464 пикселей стал третьим медиафасадом, установленным в Москве. Но, в отличие от своих собратьев, это первый пример небольшого, «комфортного» медиафасада с качественным изображением. Стоит отметить, что в планах OZZO group развитие именно этого направления — установка медиафасадом площадью 150 — 300 квадратных метров. Данные масштабы считаются оптимальными по соотношению «цена — качество» изображения и органично вписываются в городскую среду.

## «ПРИЗМАТРОН» РУЛИТ!



Группа компаний «Призматрон» в качестве альтернативы ситибордам представляет «Призматрон-W» размером информационного поля 3,7 x 2,7 м. Только за последние 1,5 месяца в Челябинск и Владикавказ было поставлено более 50 установок «Призматрон» данного формата. Свой выбор объясняет технический директор рекламного агентства «Элис» (Челябинск) Александр Комендо, представитель компании, которая уже имеет опыт эксплуатации разных технологических видов конструкций: «Роллер показал себя как конструкция

крайне прихотливая в обслуживании и замене изображения, с высокой чувствительностью к изменению климатических условий. Кроме того, отделу продаж было весьма проблематично сдавать в аренду все 5 рекламных поверхностей. Установки «Призматрон» гораздо проще в эксплуатации и имеют значительно большую надежность. Кроме того, более привлекательная смена изображений плюс их меньшее количество на носителе не доставляют отделу продаж проблем со сдачей мест».

## ИЗ РОССИИ ДЛЯ КАЗАХСТАНА

География партнеров «РЕЙГЛЕР» постоянно расширяется. В данный момент новости приходят из Казахстана. Все больше казахских компаний обращают внимание на новые технологии в светорекламе, хотят выделиться и стать заметнее на рекламном рынке. Все больше казахских компаний стремятся к совершенству.

В результате тендера, проведенного крупнейшим банком Казахстана Казкоммерцбанком, был заключен контракт с представительством «РЕЙГЛЕР» об оформлении помещений банка лайтксами серии Classic Mobile. Речь идет как об обычных лайтксах, так и о двусторонних. Они все будут формата А0 и А1 для комбинирования типов рекламных возможностей. Чтобы лайтксы «РЕЙГЛЕР» лучше вписывались в



стиль Казкоммерцбанка, было принято решение об использовании световых панелей с серебряными рамками. На данный момент оформлено пять расчетно-кассовых отделений. Сотрудничество двух компаний обещает быть плодотворным и интересным.





- Световая реклама, объемные буквы, широкоформатная печать, крышные установки, информационные системы, ультратонкие панели
- Оформление мест продаж, оформление торговых центров
- Обслуживание сетевых компаний по Северо-Западу и России
- Сеть билбордов 3х6, призматроны 3х10, брендмауэры, городская мебель (скамейки)
- Реклама на городском транспорте. Аренда, изготовление, монтаж (г. Петрозаводск)
- Быстрый расчет
- Организация доставки в регионы

РЕКЛАМНАЯ ГРУППА  
**ВИЗАРТ**   
[www.vizart-ptz.ru](http://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](mailto:info@vizart-ptz.ru)

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



создаем стиль вашего города

[www.favor-garant.ru](http://www.favor-garant.ru)

т. 8 800 333 222 7

[favor@trivision.ru](mailto:favor@trivision.ru)

 **RAYGLER GROUP** 



**РЕПУТАЦИЯ - ЦЕНА - КАЧЕСТВО**

**(495) 790-25-23**

[www.raygler.com](http://www.raygler.com)

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

[www.raygler.co.il](http://www.raygler.co.il)



РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ

## ПРАЗДНИЧНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИЙ



- СВЕТОДИНАМИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ И ЕЛИ (до 30 м) · СВЕТОДИОДНЫЕ ГИРЛЯНДЫ НА МОСТАХ И ОПОРАХ ОСВЕЩЕНИЯ
- СВЕТОВЫЕ ФОНТАНЫ, ДЕРЕВЬЯ И ОБЪЕМНЫЕ ФИГУРЫ · 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](mailto:info@kodimir.ru)  
[www.kodimir.ru](http://www.kodimir.ru)



РЕДИУС™



РЕКЛАМНЫЕ  
ДИНАМИЧЕСКИЕ  
УСТАНОВКИ

[www.redius.ru](http://www.redius.ru) тел.(3812) 272 062

8-800-500-25-50

# КАЛЕЙДОСКОП



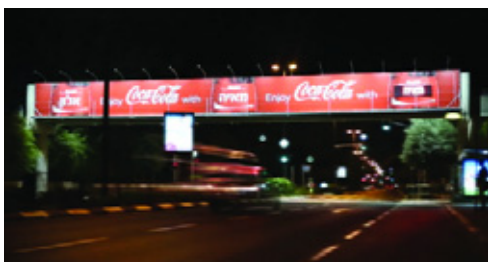
## ИСПАНИЯ: ЗЕЛЕНЫЙ АВТОБУС

Общественный городской транспорт и зеленые насаждения — вещи постоянно враждующие. Одни регулярно загрязняют атмосферу Земли, выбрасывая в нее огромное количество вредных веществ, другие же, напротив, очищают воздух и выделяют необходимый планете кислород.

Однако талантливый каталонский ландшафтный дизайнер Марк Гранье совместил, казалось бы, несовместимое. Он разработал экологически чистое и очень привлекательное рекламное оформление городского автобуса с помощью небольшого участка травяного газона.

Согласитесь, если бы таких машин на улицах наших городов стало больше, то, возможно, и мир вокруг нас стал бы ярче и интереснее, а главное — чище.

## ИЗРАИЛЬ: ИМЕННАЯ РЕКЛАМА



Желание прославиться присуще абсолютному большинству людей. И знаменитый бренд Coca-Cola в рамках глобальной кампании предоставляет своим потребителям эту возможность.

Еще с начала года покупатели во многих странах могли заказать и приобрести персонализированные баночки с напитком со своим именем. Однако специалисты израильского рекламного агентства Gefen Team пошли еще дальше и разработали специальные интерактивные билборды, которые не только рекламировали напиток, но и общались всем имена наиболее активных

участников акции.

Выглядит это примерно так: человек, купивший именную баночку Coca-Cola, загружает на свой смартфон специальное геолокационное приложение. При приближении к одному из рекламных билбордов оно активируется и передает на экран имя пользователя.

## БРАЗИЛИЯ: МАЙОНЕЗ — ВСЕМУ ГОЛОВА!



Элементы игры и непредсказуемости способны во много раз повысить эффективность любой рекламной акции. Примерно так рассудили в бразильском отделении агентства Ogilvy и при разработке рекламы для компании-производителя известных майонезов Hellmann's сделали ставку на природный азарт потребителей.

Креативщиками был создан автомат наподобие знаменитых «одноруких бандитов», который, в отличие от своих собратьев из Лас-Вегаса, не пожирает деньги игроков, а, наоборот, кормит их. Причем делает это так, что никто заранее не может сказать, какое блюдо он получит.

При запуске автомата встроенный генератор случайных чисел выбирает одну из 280 комбинаций из четырех ингредиентов. Каждое из блюд, по задумке создателей, исключительно вкусно, потому что в нем используется пятый (самый важный!) элемент — майонез Hellmann's. А для того чтобы посетители не забыли об этом угощении и захотели его повторить дома, к нему в придачу выдается рецепт того, что им выпало в автомате.

Остается сказать, что на подготовку проекта было затрачено четыре месяца. А в его воплощении принимали участие лучшие инженеры и шеф-повара Бразилии.

## КИТАЙ: ВЫШИВКА ПО БАННЕРУ

Масштабную рекламную акцию по продвижению своей новой модели кроссовок Free Flyknit провела компания Nike в Шанхае. Сначала на одной из самых оживленных улиц города был смонтирован громадный



баннер с изображением босой ноги и логотипа компании. Затем к работе приступили четверо специально обученных монтажников, которые в течение нескольких дней с помощью страховочных тросов перемещались по рекламной конструкции и «обували» ногу в кроссовок. Многочисленные прохожие с любопытством наблюдали за процессом «шитья» и с восторгом приветствовали его окончание.

С помощью данной акции разработчики из китайского подразделения компании Nike хотели подчеркнуть уникальные конструктивные особенности новых кроссовок Free Flyknit, по их словам, облегающих ступню как вторая кожа.

## КАНАДА: АВТО ВМЕСТО КОФЕ



Оригинальную и весьма наглядную акцию по продвижению своих услуг провела канадская компания ING DIRECT, занимающаяся банковской деятельностью. Чтобы убедить клиентов открывать вклады и регулярно вносить на них пусть даже небольшие суммы, банк с помощью рекламного агентства John St Toronto смонтировал в вестибюле одной из станций метро канадского города Эдмонта макет автомобиля, изготовленный из нескольких тысяч бумажных стаканчиков для кофе.

Идея заключалась в том, чтобы показать, что, отказавшись от ежедневных мелочей, можно достичь больших целей. И это действительно не пустые слова. Ведь, если верить статистике, в среднем каждый канадец покупает 2,4 порции кофе в день, затрачивая на каждый стаканчик — в зависимости от места покупки и сорта напитка — от 4 до 12\$.

Так что если (доверяя рекламе!) пить кофе дома, а высвободившиеся средства перечислять на свой банковский счет, то покупка нового автомобиля может оказаться не таким уж сложным делом!



## ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

### RAYGLER

Москва

+7 (495) 790-2523,

**+7 (495) 775-7665**

www.raygler.ru

Лайтбоксы, световые панели,

P.O.S. Материалы, светоданимические лайтбоксы.

### ReSeM (Ритейл Сервис Менеджмент)

Москва

+7 (495) 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

Москва

+7 (495) 788-6774

www.akveduk.ru

Производство светодиодных вывесок, крышные установки, объемные буквы, вакуумная формовка, комплексное оформление фасадов, изготовление вентилируемых фасадов.

### Альтима

Москва

+7 (495) 727-1894

www.altima-sign.ru

Вывески, световые короба, брендмауэры, объемные буквы, неон, крышные установки, нестандартные конструкции. Оформление витрин.

Комплексное оформление.

### Большая буква

Москва

+7 (495) 797-8858

+7 (495) 797-8859

www.bigbukva.ru

Объемные и плоские буквы.

Световые и несветовые короба.

Таблички.

Нестандартные конструкции.

### ВизАрт

Петрозаводск

+7 (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.

### Вершина, РА

Москва

+7 (495) 725-6090, (495) 725-4256

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, пилларсы.

Производство всех видов наружной рекламы, вывесок, указателей. Регистрация СНРИ.

### Группа компаний «Призматрон»

Омск

+7 (3812) 948-332,

+7 (3812) 949-064,

+7 (3812) 949-067,

+7 (3812) 949-068

www.primatron.ru

ПРИЗМАТРОН — трехпозиционные динамические рекламные установки любых типоразмеров.

Роллерные дисплеи. Динамические рекламные тумбы Joker, Tower.

### ЗЕНОН

Москва

+7 (495) 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

Москва

+7 (495) 797-8070

www.xstream.ru

Неон, объемные буквы, световые короба, крышные установки, отдельностоящие рекламные конструкции. Термоформовка объемных букв, логотипов. Конструкции из Alucobond, Dibond.

### Кодимир

Москва

+7 (495) 662-9464

www.kodimir.ru

Праздничное световое оформление, архитектурная подсветка, флаговые конструкции.

### ЛазерСтиль

Москва

+7 (495) 734 91 56,

+7 (499) 374 33 11,

+7 (499) 374 29 62

www.laserstyle.ru

Все виды наружной и интерьерной рекламы.

Буквы из нержавеющей стали. Неон. Вывески со светодиодами.

### ЛаТек

Москва

+7 (495) 983-0519

www.latec.ru

Объемные буквы из нержавеющей стали, таблички. Крышные установки. Стелы, пилоны.

### Пилларс плюс

Екатеринбург

+7 (343) 212-7200,

+7 (343) 212-7300

www.pillars.ru

Проектирование, производство и монтаж любых видов наружной рекламы. (крышные установки, вывески, стелы).

### РЕДИУС — рекламные динамические установки

Омск

+7 (3812) 272-062,

+7 (3812) 272-060

www.redius.ru

Призмадинамические конструкции.

### Русимпульс Проект

Москва

+7 (495) 645-7088,

+7 (495) 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

+7 (812) 333-18-33

www.trivision.ru

Все виды рекламоносителей и уличной мебели

### ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА

Москва

+7 (495) 231-2122;

+7 (495) 229-5085

www.entuziast-reclama.ru

Вывески, крышные установки, входные группы, стелы, витрины; световые короба, буквы. Отдельные павильоны. Металлокаркасы. Комплексное оформление фасадов.

## РАЗМЕЩЕНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

### Brandteam

Москва  
+7 (495) 5095801/027  
<http://brteam.ru/>

Брендинг корпоративного транспорта, размещение рекламы в бизнес и торговых центрах, ВУЗах и ресторанах, фитнес центрах и жилых комплексах, сувенирная продукция.

### ВизАрт

Петрозаводск  
+7 (8142) 76-17-75,  
8-800-200-17-75  
[www.vizart-ptz.ru](http://www.vizart-ptz.ru)

Сеть магистральных щитов 3х6м, брадмауэры, сеть уличных скамеек с рекламным полем 2 кв, 3-х сторонние призматыроны на ТЦ КЕЙ, рекламные поля на платежных терминалах (сеть).

### Нью-Тон, РА

Москва  
+7 (495) 231-1010  
[www.new-tone.ru](http://www.new-tone.ru)

Реклама на транспорте, наружная реклама (билборды, большие форматы, сити-форматы и т.д.), реклама в метро, indoor-реклама (в автобусах, бизнес-центрах, фитнес-центрах).

### Пилларс плюс

Екатеринбург  
+7 (343) 212-7200,  
+7 (343) 212-7300  
[www.pillars.ru](http://www.pillars.ru)

Широкая сеть брендмауэрных панно и крышных установок в центре города.

## ОФОРМЛЕНИЕ МЕСТ ПРОДАЖ

### RAYGLER

Москва  
+7 (495) 790-2523,  
+7 (495) 775-7665  
[www.raygler.ru](http://www.raygler.ru)

Лайткисы, световые панели, P.O.S. Материалы, светодинамические лайткисы

### ReSeM (Ритейл Сервис Менеджмент)

Москва  
+7 (495) 727-3500  
[www.resem.ru](http://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

Петрозаводск  
+7 (8142) 76-17-75,  
8-800-200-17-75  
[www.vizart-ptz.ru](http://www.vizart-ptz.ru)

Таблички, стойки, стенды, pos-материалы, планшеты, указатели, подставки, держатели, промо продукция и т.д.

### ЛазерСтиль

Москва  
+7 (495) 734 91 56,  
+7 (499) 374 33 11,  
[www.laserstyle.ru](http://www.laserstyle.ru)

Производство P.O.S.-материалов. Дисплеи, простойки, лайтбоксы, акрилаты, шелфтокеры и др. Вакуумная формовка. Комплексное оформление мест продаж.

### Нео-Неон

Москва  
+7 (495) 665-4848  
[www.supersvet.ru](http://www.supersvet.ru)

Декоративное освещение: дюралайт, световые занавесы, стробы, сетки, гирлянды, садовые светильники, световая продукция и т. д.

### ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА

Москва  
+7 (495) 231-2122,  
+7 (495) 229-5085  
[www.entuziast-reclama.ru](http://www.entuziast-reclama.ru)

Производство POS-материалов, интерьерные вывески, нестандартное торговое оборудование, мебель; стенды, таблички. Комплексное оформление торговых площадей.

## ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ

### We R.SIGNS

Москва  
+7 (495) 797-8858  
+7 (495) 797-8858  
[www.wersigns.ru](http://www.wersigns.ru)

Широкоформатная печать для наружной и интерьерной рекламы.

Любые материалы (баннерная ткань, Экофлекс, бумага, пленка, строительная сетка, ПВХ, картон и т.д.), любые тиражи.

### ВизАрт

Петрозаводск  
+7 (8142) 76-17-75,  
8-800-200-17-75  
[www.vizart-ptz.ru](http://www.vizart-ptz.ru)

Баннер, пленка, бумага от 180-1440 dpi. Фотокачество, сроки -1 день, без выходных, производительность до 1300 кв /сут. Доставка.

### Кодимир

Москва  
+7 (495) 662-9464  
[www.kodimir.ru](http://www.kodimir.ru)

Широкоформатная полноцветная печать на баннере, сетке, самоклеящейся пленке, бумаге.

### ЛазерСтиль

Москва  
+7 (495) 734 91 56,  
+7 (499) 374 33 11,  
[www.laserstyle.ru](http://www.laserstyle.ru)

Широкоформатная печать для наружной и интерьерной рекламы, разрешение до 1440 dpi. Печать на ткани.

### Нью-Тон, РА

Москва  
+7 (495) 231-1010  
[www.new-tone.ru](http://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.

### Пилларс плюс

Екатеринбург  
+7 (343) 212-7200,  
+7 (343) 212-7300  
[www.pillars.ru](http://www.pillars.ru)

Широкоформатная печать до 1440 dpi, постпечатная обработка любой сложности, большой выбор материала, короткие сроки, логистика по России.



На улицах  
РОССИИ

# реклама & дизайн

справочное издание  
для заказчиков  
и производителей  
наружной рекламы

KFC



НОВЫЙ!  
УЖЕ В ПРОДАЖЕ!  
8 (495) 234-7494  
[www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru)

