

НАРУЧЖКА

+INDOOR

Международная конференция-выставка «АУТОРИНГ 2013»

Организатор: компания «ФАВОР-ГАРАНТ».

Подробности на стр. 30





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



АЛЬДИЗАИН
с т у д и я

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ СОЗДАТЬ

ОРИГИНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН
НЕПОВТОРИМЫЙ СТИЛЬ
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

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
e-mail: altima@aha.ru



МАЛОМУ БИЗНЕСУ ДАДУТ ШАНС

После последних (они же первые в этом году) столичных торгов на право установки и эксплуатации рекламных конструкций, в рамках которых было разыграно около 60% городских мест, утвержденных Схемой размещения рекламных конструкций в Москве, малый и средний бизнес в наружке фактически похоронили. Участники рынка — как продавцы, так и покупатели — говорили о консолидации, прозрачности и порядке. Тем временем цены уже в октябре выросли более чем на 50%, точные цифры и планы на 2014 год крупнейшие операторы рекламных мест декларировать не спешат, что лишь подтверждает сделанные сразу после июльского аукциона ведущими медиаспециалистами отрасли прогнозы о том, что нас ждет взрывной рост. Радует лишь реклама на городском общественном транспорте, оператор которой на этой новой волне сделал ставку на масштабы размещения и пообещал цены не повышать.

В глобальные планы вновь решила вмешаться Федеральная антимонопольная служба. Она подготовила поправки в ст. 19 Федерального закона «О рекламе» и Кодекс РФ об административных правонарушениях /КоАП/, согласно которым не менее 20% от общего количества мест установки рекламных конструкций каждого типа (вида), выставляемых на торги на территории одного муниципального образования, должны быть разыграны среди субъектов малого и среднего предпринимательства; данные торги проводятся в первую очередь; стартовая цена каждого такого лота в расчете на один год срока действия договора не должна превышать 1 млн рублей. В документе прописаны и другие важные сопутствующие аспекты, такие как дальнейшая эксплуатация конструкций, передача прав, обязанности участников торгов, штрафы за нарушения и др. Уже сейчас понятно, что не стоит ждать проведения в Москве второго масштабного аукциона в ноябре. Он вряд ли будет объявлен до определения судьбы поправок от ФАС России. А только на их публичные обсуждения уйдет около месяца (проект поправок опубликован 21 октября). Однако, если они будут приняты, круг игроков в наружке будет существенно расширен, причем не только в Москве, но и в тех городах, где торги уже проведены в полном объеме.

Екатерина Бобкова, редактор

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Издатель:

ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»

Главный редактор

Олег Вахитов: vakhitov@ridcom.ru

Заместитель главного редактора

Екатерина Бобкова: bobkova@ridcom.ru

Отдел рекламы

Светлана Голинкевич: svetlana@ridcom.ru

Распространение

Михаил Максотов: maksutov@ridcom.ru

Дарья Маркина: 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

Web-версия: листайте и скачивайте журнал на сайте www.ridcom.ru или на страничке в социальной сети: www.facebook.com/naroozhka

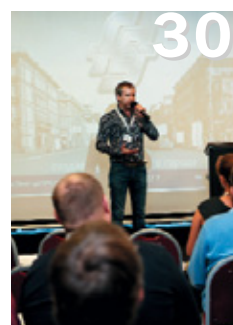
Бесплатное приложение для планшетов:

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

**РЕКЛАМА-2013»: служить развитию рекламной индустрии**

С 24 по 27 сентября в ЦВК «Экспоцентр» состоялась 21-я Международная специализированная выставка «Реклама». В этом году она снова подтвердила статус лидера выставочной индустрии в области рекламы! В смотре приняли участие 256 компаний из 16 стран мира на площади более 6000 кв. м. Выставку посетили почти 15 тыс. человек. Представляем обзор событий и мероприятий, которые были организованы в рамках выставки, а также наиболее интересные новинки от ведущих компаний рекламной индустрии.

**СОБЫТИЯ****6 Новости**

Новости индустрии / Новости компаний

Выставка**11 «РЕКЛАМА-2013»: служить развитию рекламной индустрии**

Обзор 21-й Международной специализированной выставки «Реклама»

ПРОИЗВОДСТВО**16 Галерея**

Свежие работы производителей рекламных конструкций

История заказа**22 Убранство для Дворца**

Комплексное оформление Дворца водных видов спорта в Саранске

РАЗМЕЩЕНИЕ**25 Галерея**

Наиболее яркие из последних кампаний в ООН

Инструментарий**26 Showcase — система интерактивной рекламы нового поколения**

Инновационное решение для продвижения и оценки эффективности в местах продаж

МЕДИАНОСИТЕЛЬ**28 Галерея**

Свежие работы участников рынка готовых решений для рекламы и информации

Конференция**30 «АУТДОРинг-2013». Отчет с места событий**

Итоги международной конференции-выставки «АУТДОРинг-2013», посвященной конструкциям для наружной рекламы и городского благоустройства

ЗА РУБЕЖОМ**33 Калейдоскоп**

Зарубежные кейсы в ООН

Вывески**34 Вывеска поперек**

Как старинные европейские традиции искусно адаптируются в наши дни и даже успешно экспортируются в другие страны

СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ**38 «Желтые страницы»: список компаний и услуг****РЕКЛАМА В НОМЕРЕ**

EuroStreet 12 / RAYGLER 29 / ReSeM 9 / Акведук Реклама 21 / Альтима 2-я обл. /
ГК ПРИЗМАТРОН 4-я обл. / Кодимир 32 / ЛазерСтиль 5 / ИКСТРИМ 17 / ЛаТек 7 / Нео-Неон 14 /
Нью-Тон 10 / РЕДИУС 32 / Сенсорный мир 13 / ФАВОР-ГАРАНТ 1-ая обл. / ЭНТУЗИАСТ-РЕКЛАМА 19



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

→ Мировой рекламный рынок стабилизировался

ZenithOptimedia оставила неизменным свой предыдущий, июньский прогноз развития мирового рекламного рынка. Общемировые расходы на рекламу в 2013 году вырастут на 3,5% по сравнению с прошлым годом, до \$503 млрд. Предыдущий прогноз не был понижен ZenithOptimedia первый раз с июня 2012-го, что является признаком стабильности на глобальном уровне. В 2014 году рост глобального рынка достигнет 5,1%, а в 2015-м — 5,9%. Российский рынок продолжает оставаться одним из самых быстро развивающихся в мире с прогнозируемым ростом на 11,1% в 2013 году.

Увеличение динамики роста глобального рынка в 2014 — 2015 гг. связано с ожидаемой стабилизацией европейской экономики, которая в данный момент является тормозом развития рекламного рынка. Расходы на рекламу в еврозоне сократились на 5,2% в 2012 году, по итогам 2013 года этот рынок также покажет отрицательную динамику — на -4,3%. В

2014 и 2015 гг. рост составит 0,7% и 1,9% соответственно. Экономическая ситуация в Европе стала причиной снижения прогнозируемого рекламного роста на развитых рекламных рынках. Прогноз понижен с 1,7% (было в предыдущем, июньском прогнозе) до 1,4%.

Развивающиеся рынки продолжают расти в устойчивой

динамике. ZenithOptimedia повысила прогноз по развивающимся рынкам с 7% до 7,6%. Ситуация на Ближнем Востоке продолжает оставаться острой, и это негативно влияет на рекламные рынки ряда стран региона. Так, в Египте наш прогноз понижен с 3,9% роста по итогам года до падения рынка на 6,3%. При этом региональный рынок по нашему прогнозу покажет рост на 4,8%, несколько ниже ожидаемых в июне 5,5%. Несмотря на то что в абсолютных показателях мировой рынок мобильной рекламы относительно невелик — его объем в 2013 году по прогнозу составит \$14,3 млрд (2,8% от общих расходов на рекламу во всех медиа), но рост этого медиа значителен — 77% в 2013 году, 56% в 2014-м и 48% в 2015-м. К 2015 году инвестиции в рекламу в мобильном Интернете, по нашим ожиданиям, достигнут \$33 млрд (6% от общих расходов на рекламу во всех медиа). Интернет-реклама в целом (стационарная и мобильная) сейчас занимает 20,4% доли общемировых расходов, к 2015 году увеличится до 24,6%.

«Стабильность мирового рекламного рынка в этом году — году проведения Олимпиады и выборов в США — свидетельство его укрепления и восстановления, обещающее увеличение динамики роста в 2014 и 2015 годах. Проникновение мобильных устройств продолжает играть одну из ключевых ролей в этом росте», — говорит Стив Кинг (CEO ZenithOptimedia Worldwide).

Российский рекламный рынок продолжит опережать большинство стран мира — как развитых, так и развивающихся — по динамике роста объемов рекламных инвестиций. Темпы роста российского рекламного рынка будут в несколько раз опережать соответствующие показатели как глобального, так и восточноевропейского рынков. По прогнозу коммуникационной группы ZenithOptimedia Group Russia, по итогам 2013 года прирост объемов рекламных инвестиций в России составит 11,1%. В денежном выражении расходы на рекламу достигнут отметки в 331 млрд рублей.

	2010	2011	2012	2013*
Телевидение* (в т.ч. кабельно-спутниковое)	110 800	131 500	143 260	156 153
Печатные СМИ (газеты, журналы, рекламные издания)	38 000	40 400	41 200	38 934
Радио	10 300	11 845	4 617	16 371
Наружная реклама	29 700	34 300	37 700	41 093
Интернет (в т.ч. контекстная реклама)	26 800	41 800	56 388	72 177
Прочие носители (в т.ч. indoor и кинотеатры)	3 100	4 092	4 816	5 298
ИТОГО:	218 700	263 937	297 981	331 154

БУКВЫ НА СТЕКЛЕ



Монтируются без повреждения стекла
Электропитание по токопроводящим тросам
Подсветка - светодиоды

Соответствует требованиям Архитектурно-художественной концепции
внешнего облика улиц Москвы

LaTec

тел.: +7(495) 983-05-19
www.latec.ru

→ Объявлены победители Red Apple 2013

Гран-при фестиваля RED APPLE 2013 завоевали сразу две работы: проект из наружной рекламы «Экстремистская конституция EXTREMIST CONSTITUTION» агентства RED PEPPER (Россия, Екатеринбург) и брендинг-проект «ABSOLUT UNIQUE» FAMILY BUSINESS SWEDEN (Швеция). Агентством года, получившим наибольшее количество наград фестиваля, признано BBDO GROUP RUSSIA.



Вечером 27 сентября на одной из самых престижных московских площадок — ICON HALL — состоялась торжественная церемония награждения победителей Московского международного фестиваля рекламы и маркетинга RED APPLE 2013. В этом году за право быть лучшими в индустрии боролись более 270 агентств. Общее количество проектов, поданных на фестиваль, составило 1242, из них в шорт-листы попало только 377. Победителей определило международное жюри, состоящее из лучших представителей рекламной индустрии США, Франции, Финляндии, Англии, Румынии, Чехии, Казахстана, Австрии, Нидерландов и Германии. Возглавил жюри Ами Хасан, основатель и креативный директор агентства Hasan&Partners, Хельсинки.

Проект «Экстремистская конституция EXTREMIST CONSTITUTION» агентства RED PEPPER (Россия, Екатеринбург) был создан по заказу информационного портала ZNAK.COM. Рекламная кампания с цитатами из Конституции не только вызвала колоссаль-

ный резонанс в общественной, политической и социальной жизни страны, но и громко на шумела за ее пределами. Инициатива агентства Red Pepper и информационного портала ZNAK.COM собрала множество положительных отзывов в социальных медиа, а новость о рекламной кампании процитировали более 150 СМИ России и мира, в том числе и очень влиятельные политические издания США и Европы. Проект получил Гран-при, а также «золото» в номинации «Наружная реклама».

Второе Гран-при — брендинг-проект «ABSOLUT UNIQUE» FAMILY BUSINESS SWEDEN — получил «золото» в номинации «Этикетка и упаковка».

Стоит также отметить, что победителями конкурса «Молодые креаторы», традиционно организуемого при поддержке фонда им. Юрия Заполя, стали Илья Зорин и Никита Литвиненко (г. Екатеринбург) с работой Share it safety. Они представят Россию на международном фестивале рекламы Cannes Lions 2014 в категории Print на конкурсе YUONG LIONS.

Наружка-2013 по итогам 9 месяцев

Затраты на наружную рекламу ТОП-10 рекламодателей составили около 3,8 млрд рублей, превысив аналогичный показатель 2012 года на 8,6%

Наружная реклама Москвы, как и прежде, занимает самую большую долю по сравнению с другими регионами РФ — 41,3% (в денежном выражении). Вместе с тем по сравнению с аналогичным периодом 2012 года доля столичного региона уменьшилась на 3,7% вследствие изменений, связанных с сокращением инвентаря. Реализация новой схемы размещения конструкций за полтора года привела к демонтажу в Москве 32% конструкций самого популярного среди рекламодателей формата 6 x 3. По прогнозам экспертов аналитического центра Russ Outdoor, сокращение инвентаря приведет к снижению клаттерности и, как следствие, повысит эффективность рекламных кампаний в наружке.

«Фактор нестабильности, который оказывал влияние на рынок наружной рекламы в последние два-три года, постепенно теряет свою значимость. Сейчас уже можно говорить о том, что по итогам проведения торгов и последующих изменений в количестве и стоимости конструкций негативный сценарий развития событий в сегменте был исключен. Рекламодатели по-прежнему высоко ценят возможности наружной рекламы и выделяют ей значительную долю в рекламных бюджетах», — отметил директор по маркетингу и продажам Russ Outdoor Дмитрий Грибков.

Наружная реклама продолжает оставаться привлекательным и эффективным средством коммуникации с потребителем. За 9 месяцев 2013 года затраты на наружную рекламу ТОП-10 рекламодателей составили порядка 3,8 млрд рублей, а их доля в общем объеме затрат превысила 11,1%. По итогам отчетного периода компания Mars-Russia более

чем в два раза увеличила бюджет на наружную рекламу, а Сбербанк и Kia Motors потратили почти в полтора раза больше, чем за 9 месяцев 2012 года.

Конфигурация распределения бюджетов по наиболее весомым товарным категориям претерпела некоторые изменения по сравнению с 2012 годом. Наибольшую долю (15,4%), как и прежде, занимает категория «Автомобили, сервис». На второе место вышла категория «Недвижимость и строительство». Ее доля в бюджете наружной рекламы увеличилась на 3,1% и составляет 15,3%. Следующими по значимости стали товарные категории «Оптовая-розничная торговля» (14,7%) и «Туризм, развлечения» (9,9%), увеличившие свою долю на 0,3% и 1,2% соответственно. Товарные группы «Финансовые услуги и банки» и «Услуги связи, средства связи», напротив, продемонстрировали отрицательные темпы роста, что привело к снижению их доли в общем объеме затрат рекламодателей.

Заполняемость коммерческой рекламой по основным форматам в среднем по России за 9 месяцев 2013 года составила 77,8%, что на 2% выше аналогичного показателя 2012 года. Щиты 6 x 3 остаются наиболее востребованным форматом: они показывают самую высокую долю проданных поверхностей (82%). В группе крупных форматов доля проданных поверхностей достигла 76,6%. Доля проданных поверхностей в группе малых форматов составила 70%. По прогнозам аналитического центра Russ Outdoor в ближайшей перспективе данный показатель будет расти вследствие сокращения инвентаря в Москве и других городах России.

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА И ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

- РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА
- ПРОЕКТИРОВАНИЕ
- РЕГИСТРАЦИЯ
- ПРОИЗВОДСТВО
- МОНТАЖ



Комплексные проекты по всей России



ReSeM
RetailServiceManagement

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

«Пятерочка» затеяла ребрендинг

X5 Retail Group N.V., одна из крупнейших розничных компаний по объемам продаж в России, объявила о начале реализации новой концепции торговой сети «Пятерочка». С октября в соответствии с новой концепцией начинается реконструкция первых магазинов в Центральном, Северо-Западном и Уральском регионах, которая затем продолжится и в других областях.

Дирекция дискаунтеров компании X5 Retail Group N.V. приступила к поэтапному комплексу действий, направленных на улучшение магазинов торговой сети во всех регионах присутствия. Изменения коснутся не только ассортиментной политики, обслуживания покупателей, контроля качества, но и организации и оформления торгового пространства, внешнего облика магазинов и позиционирования бренда. В рамках реконструкции бу-

дут обновлены фасады, торговые залы, оборудование, навигация, освещение магазинов, форма персонала. Первые магазины, реконструированные по новой концепции, начали работать со второй половины октября. Реконструкция продолжится в 2014 году.

Initiative получило бюджет DS Borjomi Russia

Агентство Initiative стало победителем в тендере компании IDS Borjomi Russia по разработке медиа-стратегии на 2014 год для брендов «Боржоми», «Святой источник» и «Эдельвейс».

Согласно тендерным критериям агентство Initiative получило наивысший балл среди других участников, предложив прогрессивные инструменты и подходы, а также глубокую экспертизу медиарынка. В рамках тендера была разработана эконометрическая модель, позволяющая найти наиболее эффективные решения

для коммуникационных задач каждого бренда при максимальной оптимизации рекламных инвестиций. Отдельное внимание уделялось использованию медиа и технических инноваций в digital-направлении. Были предложены различные нестандартные кросс-медийные проекты с использованием мобильной рекламы, BTL, спецпроектов в Digital.

BOSCO сотрудничает с MediaVest

Компания BOSCO, генеральный партнер XXII Олимпийских зимних игр 2014 года в Сочи, объявила результаты тендера на медийное обслуживание в рамках проведения олимпийской кампании в 2013 — 2014 гг.

Победу в тендере одержало агентство MediaVest Russia, принадлежащее сети Starcom MediaVest Group и входящее в коммуникационную группу VivaKi Россия. По условиям тендера агентство осуществляет для BOSCO медиапланирование и

байинг во всех медиа начиная с октября 2013 года.

«Нью-Тон» провел «Клиентский клуб» в Екатеринбурге

27 сентября ПА «Нью-Тон» организовало «Клиентский клуб» в отеле Holiday Inn в городе Екатеринбурге. Уже не первый год ПА «Нью-Тон» проводит подобные встречи с клиентами в Москве и в регионах. В мероприятии приняли участие более 40 человек из 15 компаний, которые активно обсуждали тенденции развития рекламы на транспорте в регионе и возможность увеличения доли транзитной рекламы в общем медиамиксе.

Всем участникам были подарены сертификаты на размещение рекламы на троллейбусах и внутри салонов, а также множество других призов от партнеров. Главный приз — сертификат на размещение рекламной кампании на троллейбусах сроком на шесть месяцев — получила Наталья Павлова, менеджер по маркетингу сети магазинов «Ювелиры Урала».

Реклама на транспорте в Москве и Подмосковье

www.new-tone.ru 8 495 231 10 10

НЬЮТОН
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО

«РЕКЛАМА-2013»: служить развитию рекламной индустрии

→ Пожалуй, этот тезис можно выделить как ключевой, исходя из итогов прошедшей с 24 по 27 сентября в ЦВК «Экспоцентр» Международной специализированной выставки «Реклама-2013». Новые форматы участия, конференции и семинары, конкурсы и экспозиции можно оценить как грамотный подход к формированию деловой программы и выставочного мероприятия в целом. Все это не могло не привлечь внимание специалистов по рекламе и продвижению товаров и услуг.

Текст: Екатерина Бобкова

Международная специализированная выставка «Реклама» проводилась в «Экспоцентре» уже в 21-й раз. И в этом году она снова подтвердила статус лидера выставочной индустрии в области рекламы! В смотре приняли участие 256 компаний из 16 стран мира на площади более 6000 кв. м. Выставку посетили почти 15 тыс. человек. Большинство экспонентов отметили положительный рост качества деловых контактов на выставке «Реклама-2013».

«Реклама» — самое авторитетное профессиональное мероприятие в сфере рекламы. Выставка обладает сертификатами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), которые свидетельствуют о ее значимости для рекламной отрасли России и высоком международном авторитете, отметил на церемонии открытия заместитель генерального директора ЦВК «Экспоцентр» Михаил Толкачев. Он также сообщил, что в соответствии с рейтингом, сформированным по инициативе Торгово-промышленной палаты России и РСВЯ, выставка «Реклама» заняла первое место среди выставок России в сфере рекламы и дизайна.

В этом году выставка получила поддержку Ассоциации коммуникационных агентств России — крупнейшего отраслевого объединения рекламных агентств. «Рек-

лама» — одно из центральных отраслевых событий, и не случайно она традиционно начинает большую рекламную неделю в Москве, считает президент Ассоциации коммуникационных агентств России Сергей Пискарев. Выставка отличается не только серьезной экспозицией, но и хорошей профессиональной программой, в которой участвуют ведущие игроки рекламного рынка.

«Реклама-2013» проходит при поддержке правительства Москвы и под патронатом ТПП РФ. Участие в выставке крупных международных компаний, по мнению вице-президента ТПП РФ Александра Рыбакова, свидетельствует о том, что ожидания рецессии, проседания экономики сильно преувеличены. «Мы дорожим вашим опытом, рассчитываем на ваш опыт и поддержку в продвижении российских товаров и услуг в России и за рубежом, — обратился вице-президент ТПП РФ к участникам выставки. — Выставка предоставляет уникальную возможность обменяться опытом и мнениями о том, как должен развиваться рынок, как помочь российской экономике преодолеть трудные времена, а также рассмотреть законодательные инициативы в сфере рекламы».

Впервые на выставке был представлен салон «Интернет-реклама». В рамках деловой программы состоялся II Форум «Матрица рекламы» (соорганизатор КВК «ИМПЕРИЯ»), проведены конференции «Проблематика и перспективы развития промо- и ВТЛ-направлений индустрии рекламы» и «Перспективы развития Indoor. Краткий курс школы Indoor для регионов» (соорганизатор АКАР), конференция «Производство визуальной рекламы. Новые возможности для роста» (соорганизатор редакция журнала «НАРУЖКА»), организована экспозиция лучших работ IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак» и проведена церемония награждения его призеров.

Экспозиция выставки также была насыщена предложениями и решениями для различных направлений деятельности. Помимо материалов и оборудования для создания рекламы, были представлены и готовые решения, которые были небезынтересны и для операторов рынка сетевой наружки, и для представителей рекламных агентств, и для конечных заказчиков услуг. Среди них светодиодные экраны, бегущие строки, отдельно стоящие конструкции для улицы и размещения внутри помещений в виде стоек и навесных световых панелей, оригинальные буквы и решения для вывесок, а также элементы для новогоднего оформления. О некоторых из них мы расскажем подробнее.

Экспозиция выставки также была насыщена предложениями и решениями для различных направлений деятельности. Помимо материалов и оборудования для создания рекламы, были представлены и готовые решения, которые были небезынтересны и для операторов рынка сетевой наружки, и для представителей рекламных агентств, и для конечных заказчиков услуг. Среди них светодиодные экраны, бегущие строки, отдельно стоящие конструкции для улицы и размещения внутри помещений в виде стоек и навесных световых панелей, оригинальные буквы и решения для вывесок, а также элементы для новогоднего оформления. О некоторых из них мы расскажем подробнее.

EUROSTREET: реклама будущего уже сегодня

Изобилие рекламных конструкций — еще один из важных и постоянных составляющих выставки «Реклама». Здесь свои решения представляют ведущие компании рекламной отрасли, которые всегда готовы ответить на любые вопросы сетевых операторов рынка наружки и, конечно, представить свои новинки. Так, компания EuroStreet в этом году представила сразу несколько интересных установок.

Несколько слов о самой компании. EuroStreet рекламные конструкции на российском рынке производит с 2006 года, в ассортименте полный комплект современных динамических рекламных конструкций (скроллеров, сити-лайтов, лайтбоксов, остановочных комплексов и т.д.) европейского качества. И уже с 2007 года компания является постоянным участником выставки «Реклама», где демонстрирует свою продукцию и ведет открытый диалог со всеми участниками рынка — от глав администраций городов до представителей отдельных компаний, заинтересованных в развитии бизнеса и улучшении эстетического вида городов России.

Как известно, уличная мебель — один из ключевых трендов текущего года. Поэтому в 2013 году на выставке компания сделала акцент именно на малом и среднем формате. Одна из наиболее интересных новинок этого года — трехсторонняя тумба 1,4 x 3 м с возможностью установки роллерного механизма. Причем по желанию заказчика в конструкции могут быть динамичными одна, две или все три стороны. Как отметила представитель компании EuroStreet Ирина Шалимо, рекламная тумба идеально подойдет для установки в центральной части городов, где активная реклама имеет наибольший спрос. Эффективность рекламы и быстрая окупаемость конструкции гарантированы.



Поразил также представленный на выставке новый ситиборд. Данный тип конструкции компания выпускает с начала этого года, он уже успел зарекомендовать себя как надежный инвентарь с высокими эксплуатационными качествами. Уже, казалось, сложно было придумать что-то новое. Но и здесь не обошлось без инноваций. Новый дизайн ситиборда, всем своим внешним видом напоминающий смартфон, не оставил равнодушным ни одного профессионала. Фанера, непонятного свойства металлы уже уходят в прошлое. Современные конструкции теперь по всему периметру полностью из стекла! А черного цвета окантовка сделает любое рекламное сообщение, размещенное на данном ситиборде, еще эффектнее, а значит, и эффективнее, отмечает Ирина Шалимо. Эта современная конструкция не только эстетична, но и проста в эксплуатации, что является немаловажным для компаний, занимающихся обслуживанием роллерных систем.

Стоит отметить, что ситиборды EuroStreet в новом дизайне — это не исключительно выставочный образец, их уже можно видеть на улицах многих городов России, среди которых Сочи, Ростов-на-Дону, Рязань, Черкесск, Новороссийск, Астана, Пятигорск, Саратов, Воронеж очень скоро к этому списку добавятся Москва, Санкт-Петербург и многие другие города, в том числе и за пределами России. Как отметила Ирина Шалимо, во многом улучшение эстетического вида наших городов тормозится медленным принятием важных решений на уровне администраций городов, все с нетерпением ждут утвержденных схем размещения рекламных конструкций и проведения аукционов, которые были проведены пока лишь в небольшом числе регионов. А сами операторы рекламных конструкций очень заинтересованы в современных решениях европейского уровня.

Ирина Шалимо также согласилась поделиться планами компании на будущее. EuroStreet уже приступила к разработке конструкции билборда (6 x 3 м) с роллерным механизмом, в котором рекламное поле, как и у ситиборда, будет размещаться под стеклом. Ее отличительными особенностями, как и у всех конструкций EuroStreet, станут эффективность, качество и надежность. И уже на следующей выставке «Реклама» она будет представлена для всех желающих. А тем, кто не готов ждать, предлагаем следить за новостями компании на сайте www.eurostreet.ru, где также можно узнать много полезной и интересной информации о самой компании и ее продукции.



«Сенсорный Мир» добавил интерактива «Рекламе»

На любую выставку приходят за эффективными решениями и ноу-хау, и «Реклама-2013» не исключение. Посетители выставки смогли здесь не только получить информацию, увидеть новинки, но и пообщаться с производителями уникальных решений как для наружной, так и для indoor-рекламы. Последний сегмент в настоящее время развивается особенно активно, и здесь как нигде востребована интерактивность. Наиболее интересные и продвинутое решения в этой области представила компания «Сенсорный Мир» из Санкт-Петербурга.

Стоит отметить, что компания «Сенсорный Мир» в выставке «Реклама» принимает участие второй год подряд. И если в прошлом году стенд компании привлек именно новизной представленных технологий — мультитач-мониторами, информационными мультитач-киосками и дисплеями, а также рядом программных продуктов от ведущих мировых разработчиков, то в этом году все эти конструкции были представлены как законченные решения для презентации товаров и рекламы, то есть полностью адаптированные для рекламной индустрии. Поэтому и клиенты, и рекламные агентства проявляли сами неподдельный интерес и активность. Справедливости ради стоит отметить, что для этого были все причины. В последний год такие интерактивные решения все чаще встречаются в повседневной жизни — в оформлении выставок, при организации навигации внутри торговых центров, презентации и рекламе в местах продаж, и в

этом не последнюю роль сыграла продукция от компании «Сенсорный Мир».

Расскажем подробнее о некоторых из них. Так, на базе 55» сенсорного дисплея IIYAMA модели ProLite TH5563MIS-B1 и специально разработанного мультитач-приложения были продемонстрированы уникальные возможности по разработке каталога товаров в виде рекламной стойки. По сути же здесь был применен профессиональный и надежный сенсорный дисплей с компьютером. Показанная модель дисплея имеет функцию мультитач и может реагировать на несколько (до шести) одновременных касаний, что позволяет перелистывать каталог и увеличивать картинки товаров и описаний. Дисплей имеет MVA-матрицу, которая гарантирует широкий угол обзора, высокую яркость и исключительную четкость цвета. Дисплей также оснащен датчиком освещенности, обеспечивающим оптимальное качество изображения с дополнительным преимуществом экономии электроэнергии. На выставке на дисплее демонстрировалось программное решение, выполненное в формате многослойного каталога торговой марки Cartier, который может быть использован, например, в розничной торговле таким сложным товаром, как ювелирные украшения. Но этим предназначение дисплея не ограничивается, он имеет широкий спектр применения в таких сферах, как интерактивные вывески (Digital Signage), выставки, киоски, образование и подготовка кадров, конференц-центры и презентации.

Еще одно интересное решение из представленных на стенде — двусторонний пилон для Digital Signage сегмента. В отли-



чие от многих предложений на рекламном рынке, здесь сенсорный экран, на котором по желанию заказчика может применяться либо специальное программное обеспечение, обеспечивающее работу рекламы в интерактивном формате, либо же ПО для демонстрации традиционной цифровой рекламы. Такие продукты уже активно используются на рынке и позволяют формировать операторам indoor-рекламы цифровые рекламные площадки. Стоит также отметить, что данные решения могут успешно применяться и для создания навигационных решений для торговых и бизнес-центров, причем не из типовых конструкций, а из оригинальных по своей форме, например из искусственного камня. Уже сейчас компания «Сенсорный Мир» предлагает такие решения под ключ — пилон, мультитач-экран и необходимое программное обеспечение!

Игорь Кудряшов, представитель компании «Сенсорный Мир», подводя итоги выставки, отметил, что в этом году надежды встретить конечных заказчиков оправдались, компания и в дальнейшем планирует принимать участие в выставке «Реклама», где обязательно покажет собственные новые решения и новинки зарубежных партнеров. Но не стоит ждать следующего года. «В наше время технологии меняются очень быстро, поэтому мы постоянно модернизируем наши продукты и, конечно же, придумываем что-то абсолютно новое, о чем оперативно информируем на нашем сайте touchmonitors.ru, — говорит Игорь Кудряшов. — В этом году на выставке были получены интересные запросы непосредственно от самих клиентов, так что мы уверены: нам предстоит проделать очень большую и интересную работу».



Новинки от ТК «Нео-Неон» всегда радуют глаз!

Выставка «Реклама» не ограничивается только рекламными материалами, различными видами конструкций и запечатанных полотен. Это еще и выставка праздника, вернее технологий декоративного освещения, с помощью которых создается эта неповторимая атмосфера. Одним из ведущих поставщиков новогодних решений является торговая компания «Нео-Неон», которая уже на протяжении многих лет выступает законодателем моды в области декоративного освещения. И в этом году к наступающим новогодним праздникам ТК «Нео-Неон» вновь представила вниманию своих партнеров большое количество новых видов декоративного осветительного оборудования.

Прежде всего следует отметить серию крупноразмерных световых изделий: фонтаны, мотивы, композиции. Несмотря на привлекательный внешний вид, оригинальный дизайн и высокое качество изготовления, цена на них выглядит весьма доступной. Следует отметить, что все эти изделия достаточно просты в установке и монтаже.

Кроме того, специалистами фирмы разработаны новые виды традиционного осветительного оборудования.



Так, например, появилась разновидность популярной гирлянды «Тающие сосульки», изготовленная с использованием SMD-светодиодов. Благодаря этому гирлянда стала более красочной (добавилась возможность изменения цвета свечения в процессе работы), надежной и легкой.

Хит продаж — гирлянда «Радуга» — теперь может применяться для оформления новогодних елок и деревьев в комплектации

«Спаyder» с синхронизацией работы светодиодов.

Безусловно, многие изделия необходимо увидеть собственными глазами, что и можно было сделать на стенде компании, а также в шоуруме, действующем в офисе фирмы.

Предварительно ознакомиться с полным списком новинок можно на сайте www.supersvet.ru



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

→ ■ СТЕНД-БЕСЕДКА ИЗ НАТУРАЛЬНОГО ДЕРЕВА

В начале октября рекламно-производственная компания «Энтузиаст-реклама» построила «под ключ» по сути здание из натурального дерева — стенд площадью 72 кв. м в МВЦ «Крокус Экспо» для компании «Фроста», принимавшей участие в XVI Международной выставке «ПИР» (главный выставочный проект в сегменте HoReCa в России и странах СНГ).

Сотрудниками РПК «Энтузиаст-реклама» всего за четыре дня был возведен павильон размером 12 x 6 x 4,2 м! Для реализации этого проекта потребовалось составить более 14 куб. м бруса 150 x 150 мм. Стенд привлекал внимание посетителей выставки как внушительными размерами, так и множеством продуманных деталей. Состаренные деревянные кровля, полы, ре-сепшен и многочисленные вывески (фрезерованное дерево, акрил, диоды); перегородки и мебель из ЛДСП с полноцветной печатью; столешницы из рифленой нержавеющей стали; лакированные камни и сизалевые канаты; колеса от телеги и перегородная в форме настоящего морского контейнера из крашеного гофролиста; вывеска — «грузовик» с натуральной ручкой и зеркалом заднего вида, а также 72 муляжа рыбок, размещенные по периметру, — все это искусно декорирует многочисленные морозильные камеры, холодильники и морозильницы. Стоит отметить, что все напол-



нение стенда, включая холодильное оборудование, мебель и т.д., было предоставлено и установлено тоже компанией «Энтузиаст-реклама» — это было условием застройки «под ключ». Заказчик лишь заполнил холодильники своей продукцией.

Техническое задание включало в себя 32 вида изделий в количестве 197 штук и список услуг (от разработки конструкторской документации до получения аккредитации на выставке и т.д.). На осуществление проекта ушло менее двух недель!

Сложность проекта, наряду со сжатыми сроками (8 дней на конструирование, изготовление, согласование и 4 дня на застройку), заключалась в том, что по желанию заказчика конструкция должна быть разборной, а крепежные элементы несущих конструкций не должны быть видны посетителям выставки. Эти трудно сочетаемые пожелания заказчика заставили конструкторов изрядно



попотеть: не обошлось без консультаций с партнерами из области коттеджного домостроения (найденный выход: мощные несущие закладные в полу и усиленная, но внешне довольно ажурная кровля типа «пергола»). Свой вклад в ускорение работ по данному проекту внесло и использование недавно приобретенной итальянской полуавтоматической кромкооблицовочной линии для обработки ЛДСП.

■ ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД

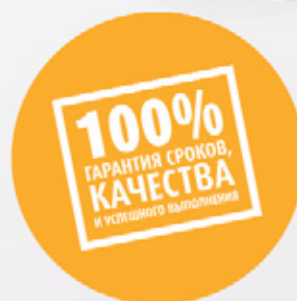
Компания «Акведук реклама» оформила очередной бутик итальянской одежды BOGGI на Ленинском проспекте.

В данном проекте необходимо было полностью повторить технологии вывесок по примеру Милана, Парижа, Мюнхена, где находятся одноименные магазины. Дизайн вывесок на Ленинском проспекте был разработан совместно компаниями «Акведук реклама» и BOGGI. Интересным элементом оказалась подсветка фасада светодиодными полосами в композитных панелях. Вывески изготовлены из листового алюминия, окрашенного порошком в фирменный цвет, буквы вырезаны из прозрачного оргстекла с подклейкой шлифованного алюминия на лицо. Подсветка букв также светодиодная. Данная работа получила 2-е место в номинации «Оформление фасадов. Магазины розничной торговли» на IX Международном конкурсе наружной рекламы «ЗНАК», итоги которого были объявлены в конце сентября в рамках выставки «Реклама-2013».





Все краски успеха!
ИКСТРИМ 20 ярких лет



Группа компаний ИКСТРИМ

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

W www.xstream.ru

f facebook.com/xstreamcompany





VIP-ВЫВЕСКА



Магазин «VIP» находится в самом центре города Казани, в престижном районе. Это один из немногих магазинов дорогой одежды известных мировых брендов. Именно поэтому у заказчиков были очень высокие требования к проектированию данного объекта, ведь следовало не только определить местоположение магазина, но и организовать входной узел таким образом, чтобы привлекать избалованных и презентабельных клиентов.

В процессе долгих поисков скрупулезно были подобраны все детали вывески, чтобы она выглядела достойно, утонченно и изысканно. Фасадные панели козырька, как и вся вывеска целиком, выполнены из алюминия, что увеличивает ее долговечность и, несомненно, придает всей входной группе такую необходимую имиджевую респектабельность. Текстурные узоры фриза, подсвеченные светодиодами, были выбраны не случайно, каждый из них олицетворяет определенный бренд из ассортимента магазина. Каждый узор является фирменным, задачей дизайнера в этом объекте было правильно сплести узоры в общую композицию.

Буквы VIP — это колонны, декорированные шлифованным алюминием, имеющие сложный профиль. С козырьком колонны пересекаются под разными углами и воспринимаются зрителем не сразу, а лишь под определенным ракурсом, складываясь как калейдоскоп в аббревиатуру VIP. Именно эта трехмерность восприятия, когда из хаотичных ломаных линий вдруг выходит образ, придает входной группе оригинальность и строгую, изящную красоту.

ФОРМОВАННАЯ КРЫША МТС

Весной компанией МТС был объявлен тендер на оформление рекламными конструкциями фасада здания центрального офиса, расположенного в Москве по адресу: 1-й Дорожный проезд, д. 3-а. Проект включал в себя три крышные установки с объемным световым фирменным логотипом размером 2,5 x 2,5 метра и оформление входного портала логотипами «МТС» (1000 x 1000 x 250 мм) и световыми объемными буквами (500 мм).

Победителем тендера была выбрана компания «Ресем». Специалисты компании смогли предложить лучшие цены и реализовать уникальную технологию изготовления рекламных конструкций, аналогов которой не смог предложить ни один из участников тендера, а также разработали дизайн-проект рекламного оформления здания.

Объемный логотип «МТС» в виде яйца был выполнен методом формования из композитного стекловолокна с внутренней подсветкой светодиодами. Изготовление данного объемного логотипа осуществлялось в четыре этапа. На начальном этапе были разработаны компьютерные 3D-модели логотипа и произведены необходимые расчеты. На втором этапе была изготовлена модель-прототип из гипса в масштабе 1:1. Следующим шагом стало изготовление по прототипу специальной матрицы под лого-



тип из пластика. На заключительном этапе методом ручной формовки композитного стекловолокна были изготовлены объемные элементы.

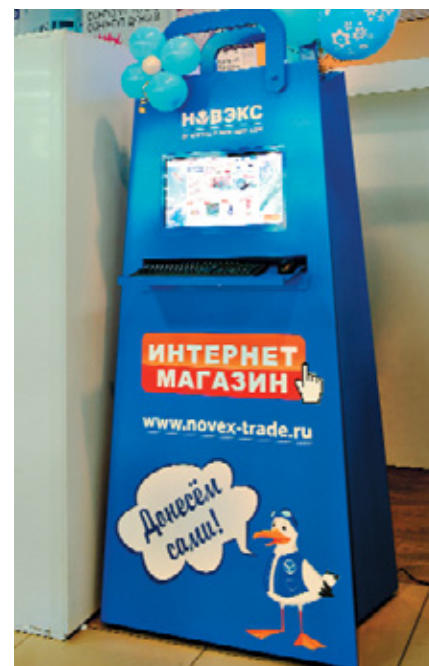
Кроме того, в процессе реализации проекта специалистами компании «Ресем» проводилась кропотливая работа по изысканию способов наиболее качественной и равномерной засветки крупногабаритных объемных элементов в связи с сочетанием на лицевой поверхности разнородных материалов — акрилового стекла и светопропускающего материала на основе композитных смол. Каждая из трех крышных конструкций была укомплектована электрощитовыми с таймерами, реле времени и другими электрокомпонентами. Проект был реализован в короткие сроки, без рекламаций и доработок.

КРЕАТИВНЫЙ ТЕРМИНАЛ

Рекламная группа «Продвижение» выполнила оформление терминала интернет-торговли для сети хозяйственных магазинов «НОВЭКС». Нестандартная и функциональная рекламная конструкция изготовлена в виде пакета и отлично справляется с задачей привлечения к себе внимания потенциальных потребителей. Терминал установлен в торговом центре «БУМ» в Барнауле (ул. Попова, 86).

В основе конструкции — каркас из профильной трубы, обшитый 2-миллиметровым алюминием с полимерным покрытием. На лицевую сторону терминала нанесена аппликация пленки с полноцветным изображением.

Для клавиатуры изготовлена выезжающая полочка, а экран терминала защищен 6-миллиметровым прозрачным акрилом. Габариты конструкции: высота — 1,9 м (без ручек), ширина основания — 0,9 м.





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

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

→ ВЫВЕСКА НА «ОРБИТЕ»

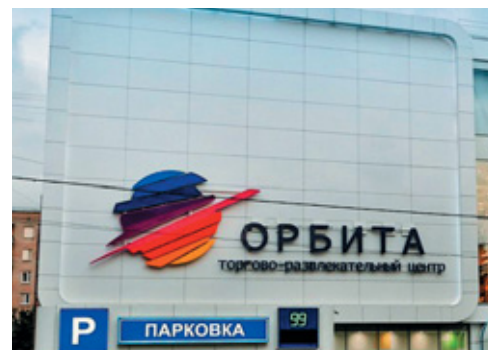
Завершено оформление фасада ТРЦ «ОРБИТА» в Люберцах (Московская область). Проект по созданию вывески был осуществлен компанией «ЛазерСтиль».

ТРЦ «ОРБИТА» расположен по адресу: г. Люберцы, Октябрьский пр-т, д. 366. Название обязывало к космической вывеске с применением современных технологий, и, конечно же, много внимания было уделено ее визульному образу при работе в темное время суток. Наиболее выдающейся частью вывески является знак логотипа. Размер круга, состоящего из нескольких секций, составляет 4100 x 4100 мм. Корпус секций выполнен из алюминия с порошковой окраской в цвета RAL. Лицевая панель — из светопропускающего молочного акрилового стекла, оклеенного виниловой транслюцентной пленкой. Внутри секции на несущей панели закреплены светодиодные модули, обеспечивающие внутреннюю подсветку знака.

Вывеска состоит из надписи «ОРБИТА» (высо-



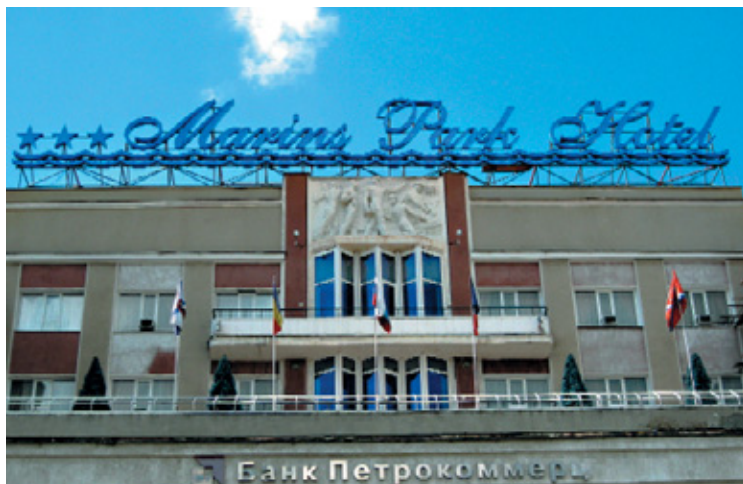
та 1240 мм) и «ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР» (высота 370 мм), буквы со светодиодной подсветкой. Причем в буквах «ОРБИТА» применены RGB-светодиоды открытого свечения, что позволило сделать вывеску цветодинамичной. Корпус букв «ОРБИТА» сварной из алюминия с порошковой окраской. Корпус букв надписи «ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР» сварной из нержавеющей стали с порошковой окраской. Лицевая панель — из светопропускающего молочного



акрилового стекла, оклеенного виниловой транслюцентной пленкой.

Также в рамках проекта было сделано 16 световых коробов размером 3200 x 1600 x 200 (мм) с внутренней люминесцентной подсветкой: каркас из стальной профильной трубы; лицевая поверхность — баннер с полноцветной печатью; боковые стенки из П-образного профиля из оцинкованной стали с порошковой окраской.

«МАРИНС ПАРК ОТЕЛЬ» В РОСТОВЕ-НА-ДОНУ



В Ростове-на-Дону открылся новый отель с красочной вывеской «Маринс Парк Отель». Этот проект стал пятым гостиничным комплексом, открывшимся под вывеской «Маринс Парк Отель», и третьим, рекламное оформление которого выполнила рекламно-производственная компания НОРТЕК. Вывеска выполнена по классической технологии «Маринс Парк Отелей» — открытое растровое заполнение лицевой части конструкции светодиодами. Суть данной технологии заключается в том, что лицевая часть объемных букв изготавливается из алюминиевых композитных пане-

лей, в которых методом фрезеровки делаются отверстия для светодиодных пикселей, тем самым обеспечивая равномерную и очень яркую подсветку. В данном случае использовались светодиоды голубого свечения. Габаритные размеры конструкции: длина — 30 м, высота — 4,25 м, высота заглавных букв — 2,5 м, высота прописных букв — 1 м. Сложность монтажа ростовской вывески заключалась в том, что здание является памятником архитектуры, поэтому требовалось минимальное вмешательство в его конструктив. Проектно-технический

отдел компании НОРТЕК несколько раз корректировал проект, исходя из пожеланий Министерства культуры Ростовской области, прежде чем он был согласован. 28 сентября 2013 года специалисты рекламно-производственной компании НОРТЕК завершили монтаж крышной установки ростовского «Маринс Парк Отеля». Двумя днями позже были завершены пусконаладочные работы электрического оборудования, и вывеска зажглась ярким синим цветом. Срок реализации проекта от разработки технической документации до монтажа составил 100 дней.

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Производство
светодиодных вывесок

Крышные установки

Объемные буквы

Комплексное
оформление фасадов

Вакуумная формовка

Монтаж, обслуживание

Изготовление
вентилируемых фасадов



АКВЕДУК



РЕКЛАМА

Акведук реклама

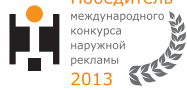
117587 г. Москва,

Варшавское шоссе, д. 125, стр.3

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

т/ф: 8(495)788-67-74

→ УБРАНСТВО ДЛЯ ДВОРЦА



Победитель
международного
конкурса
наружной
рекламы
2013

С этого номера мы начинаем более подробно знакомить с победителями IX Международного конкурса наружной рекламы «Знак». В этом году вновь больше всех наград собрала компания «Неон-Арт» из Казани: одно «золото», «серебро» и две «бронзы». Представляем ее проект «Дворец Водных Видов Спорта», занявший первое место в номинации «Оформление фасадов. Предприятия сферы услуг».

Текст: Лилия Лекомцева, дизайнер «Неон-Арт» (Казань)

Дворец водных видов спорта в Саранске является одним из знаковых сооружений города. Находится он в центральном районе и играет важную градостроительную и культурную роль. Когда встал вопрос о наружном оформлении такого сложного объекта, стало

понятно, что задача будет не самой легкой. Идея о комплексном оформлении фасада ДВВС возникла у администрации, когда они увидели комплексное оформление Академии тенниса в г. Казани, выполненное рекламной компанией «Неон-Арт». На этом важном

спортивном объекте Всемирной Универсиады-2012 была проведена сложнейшая работа по световому оформлению фасада, которое не только обозначило объект на фоне ночного неба, но и подчеркнуло архитектуру и саму функциональную идею академии.



Комплексное оформление Дворца началось с разработки фирменного стиля, в котором, путем долгих и тщательных поисков, были обозначены не только логотип и фирменный цвет, но и изображения, фоны, образы, которые впоследствии были использованы для оформления интерьеров. Логотип трансформировался в объемные буквы на фасаде, а остальные элементы гармонично вписались в уже готовый интерьер и стали не только декоративной деталью, но и определяющей доминантой, необходимым звеном в системе навигации, организации и смысловой насыщенности интерьера.

Сложная задача по оформлению больших стеновых площадей была решена при помощи уникальных художественно-декоративных панно общей площадью более 800 кв. м. Панно — алюминиевые панели с полноцветной печатью, они полностью отвечают требованиям противопожарной безопасности. Была проведена большая работа по подборке изображений, которые бы отражали все водные виды спорта. Немаловажной задачей стало разделение по возрастной категории — декоративное оформле-

ние детской зоны отличается от остальных дополнительной яркостью и весельем. Кроме того, именно в детской зоне декоративные панно стали не просто главной частью интерьера, а влились в него полностью, тем самым заменили собой строительную отделку интерьера.

Мир спорта велик и прекрасен, и всю глубину, чистоту и счастье от обладания энергией воды следовало выразить в плоскостных элементах декора. Это сложнейшая задача для дизайнера — линией, цветом и формой вдохновить, заставить задуматься, верить и получать удовольствие от спортивных занятий и даже от самого ощущения своей жизненной силы. Художественные образы спортивных достижений, атлетически сложенных людей, активного здоровья, счастья, которое дарит спорт, воды как первоисточника спортивной энергии — все это смогло появиться на стеновых панелях благодаря долгим поискам и активной работе.

Было выполнено оформление трех этажей фойе и коридоров с системой поэтажной навигации. Световые толедо имеют фор-

му, повторяющую элемент фирменного стиля, и узорчатая волна как будто перетекает из стены наружу, определяя направление движения, поэтажные планы напечатаны на тех стеновых панелях, которые находятся на пересечении основных потоков движения главных фойе этажей.

ДВВС — это общественное здание, ежедневно пропускающее сквозь свои коридоры большое количество людей разного возраста, именно поэтому требования пожарной безопасности были очень велики. Таким образом, в процессе проектирования оформления интерьеров были исключены все горючие материалы, а также была предусмотрена антивандальная защита всех элементов декора и навигации. Панно выполнены стикерами на алюминиевых панелях, с последующей ламинацией. При всех преимуществах внешнего вида, это еще и очень высокая устойчивость к износу и коррозии.

Таким образом, развиваясь из фирменного стиля, идея подсветить фасад стала более осязаемой и понятной. Было принято решение использовать для этой цели вакуумную





формовку. Это подразумевало конструктивные решения по монтажу световых элементов, так как основной монтаж, следуя задумке дизайнера, должен производиться по витражному остеклению фасада. Все составные элементы вакуумной формовки должны быть идеально подогнанными под размер фасада, причем фасад ДВВС имеет много скругленных элементов, сложных сопряжений и форм. Все составные детали декоративной подсветки сначала полностью собирались и подгонялись в производственном цехе на специальных стапелях, которые полностью повторяют форму фасада.

Работа по формовке и сборке была очень ответственной и трудоемкой, так как любая нестыковка могла стать заметным изъяном на фоне зеркально-стеклянных поверхностей. Все матрицы для формования акрило-

вого стекла, как детали будущего корабля, сначала скрупулезно моделировались, потом склеивались и шлифовались до совершенного состояния. От качества работы, ответственности и профессионализма конструкторов и монтажников зависело общее впечатление такого значимого объекта.

Световые линии, четко очерчивая фасад по определенным траекториям, создают неповторимый образ Дворца, с каскадным водопадом на центральном входе. Все элементы светового оформления гармонично вписались в композицию, подчеркнули образ архитектурного сооружения, многократно улучшили внешний вид и определили функциональное назначение. Синий цвет воды центрального водопада и яркие цвета спектра — это радость жизни, многоликость мира, совершенство спорта. Стоит отметить, что

была разработана не только модель подсветки, но и различные светодинамические сценарии благодаря применению светодинамических RGB-модулей. Светодиодный динамический поток на входе символизирует собой водопад, это переливы солнечного света в водном потоке, блики и брызги, вдохновение и радость. Остальные световые модули на фасаде согласно сценарию принимают все цвета радуги. При этом запрограммировано два варианта освещения — мягкое перетекание из цвета в цвет и более активно меняющееся свечение. Сценарий можно менять в зависимости от ситуации — например, в торжественные дни можно сделать его более динамичным и праздничным. Подводя итог, хочется отметить, что здание стало не только ярким и образным само по себе, теперь это самый цветной и ошеломляющий архитектурный объект в городе Саранске.





«МОЛОДЕЖКА» НА ТРАНСПОРТЕ

Рекламное агентство «Бульварное кольцо» запустило рекламную кампанию сериала «Молодежка» — нового проекта телеканала СТС. Ярко-красные брендированные автобусы с имиджами сериала на бортах и внутри салона уже курсируют по улицам Москвы. Получившийся кейс можно назвать новаторским: несмотря на то, что на западе общественный транспорт часто используется для рекламы кино, телевизионных и даже digital-проектов, в России эта практика пока недостаточно распространена.

Сама кампания может стать эталонной для рынка — она ломает устаревшие представления и стереотипы и в полной мере использует возможности общественного транспорта как рекламного носителя.

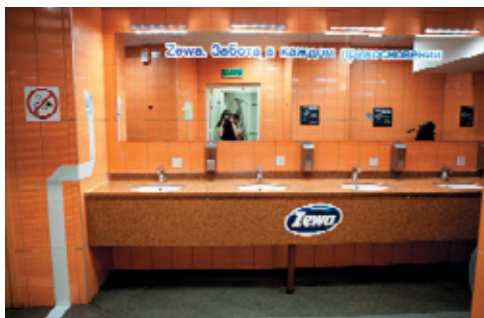
Для размещения рекламы проекта был использован один из самых охватных пакетов агентства — «Вся Москва», в котором задействовано 50 маршрутов, равномерно распределенных по всей территории города. Помимо полного внешнего брендирования транспорта, в рамках кампании был применен нестандартный для Москвы формат — потолочный стикер внутри салона, позволивший еще больше увеличить эффективность кампании. Все это сделало кампанию «Молодежки» наиболее масштабной на транспорте



в Москве среди телевизионных проектов. Суточный GRP кампании составил 118, суммарный OTS — 361 миллион контактов. Эльмира Махмутова, заместитель генерального директора «СТС Медиа» по стратегическому маркетингу, рассказывает: «Молодежка» — главная осенняя премьера телеканала СТС, первый сериал на отечественном телевидении о большом хоккее и большой любви. Мы понимали: чтобы максимально реализовать потенциал «Молодежки», заин-

тересовать как можно более широкую аудиторию, нужна масштабная и при этом нестандартная промо-кампания. Мы разработали яркие макеты в фирменных цветах сериала и совместно с «Бульварным кольцом» забрендировали наиболее распространенный вид столичного транспорта — автобусы. Этот ATL-инструмент продвижения отлично сочетается с беспрецедентной по охвату BTL-кампанией «Молодежки», развернувшейся сегодня по всей стране».

ZEWA DELUXE ОКУТАЛА ЖЕНСКИЙ ТУАЛЕТ



Туалеты в торговых центрах и кинотеатрах уже много лет используются европейскими креативщиками как площадка для нестандартных и запоминающихся размещений. В конце августа впервые в России производитель предметов личной гигиены SCA, рекламное агентство OMI и оператор индор-рекламы PRIMEDIA реализовали спецпроект по брендингу женской туалетной комнаты в торговом центре «Охотный ряд» (Москва) в рамках рекламной кампании Zewa Deluxe.

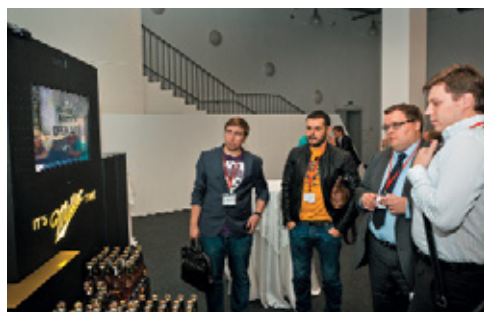
В основе дизайна — key visual трехслойной туалетной бумаги Zewa Deluxe: мама, заботливо протягивающая дочке мягкий рулон. Рулоны, изображенные на постере, переходя из вертикальной в горизонтальную плоскость, витиевато «раскатываются» по полу туалетной комнаты. В трех кабинках осуществлен повторный вывод стикеров «3 слоя» на вертикальную поверхность. Забрендирована зона умывальников — надпись «Zewa. Забота в каждом прикосновении» на зеркале и логотип на стойке с раковинами.

Showcase — система интерактивной рекламы нового поколения

→ Инновационное решение для продвижения и оценки эффективности в местах продаж.

Индор-реклама по-прежнему остается одним из самых быстрорастущих сегментов рекламного рынка. Без активности в indoor не мыслит свою деятельность ни одна компания FMCG-сектора. Однако любой специалист из этой области вам сразу назовет основные ее недостатки. Это сложности по проведению мониторинга рекламы в местах продаж, независимая оценка ее эффективности, а также необходимость контроля за наличием на полках рекламируемой продукции в период проведения кампании. Ведь не секрет, что контроль за работой промперсонала, его обучение, особенно в удаленных точках и малочисленных регионах, порой нецелесообразно. Специалисты из рекламного агентства Fine Decision и компании Great разработали мультимедийный комплекс Showcase, который во многом способствует решению данных задач. 24 сентября в Москве в Центральном Доме Художника на Крымском Валу состоялась презентация Showcase, где разработчики новой системы рассказали о ее уникальных возможностях для продвижения товаров и брендов в точках продаж.

Showcase — это система, которая позволяет проводить эффектные кампании и одновременно осуществлять сбор данных о продукте, о поведении покупателя в зоне продаж. Showcase взаимодействует с посетителем магазина, изменяя сценарий рекламы при появлении человека в зоне продажи. При этом система отправляет рекламодателю количественную и половозрастную статистику потенциальных клиентов. Сценарии организации диалога с покупателями могут быть выстроены таким образом, чтобы обеспечивать достижение целевых показателей по объему 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.

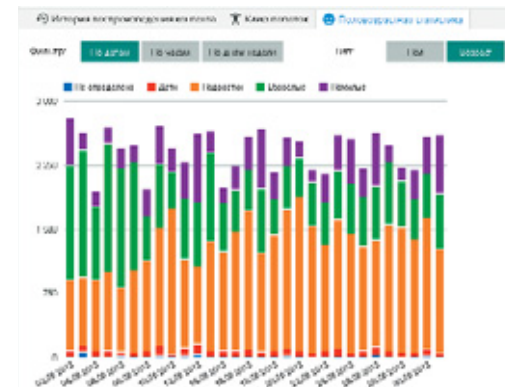
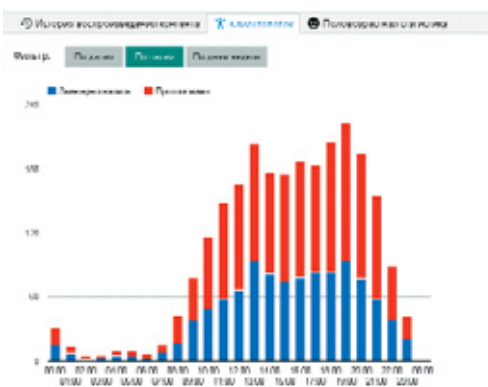
Основные возможности Showcase:

- Проекция изображения на поверхность любых размеров;
- Деление рекламной поверхности на любое количество медиазон;
- Разработка индивидуальных сценариев воспроизведения контента;
- Управление воспроизведением контента через Web-браузер;
- Поддержку всех основных форматов изображений, видео, презентаций;
- Размещение виджетов (дата и время, курс валют, погода и т.д.);
- Показ определенного контента при приближении человека;
- Распознавание пола и возраста просматривающих рекламу и предоставление статистики по группам;
- Предоставление статистики проигрывания роликов, количества покупателей в зоне; видимости, в зоне продаж, среднее вре-



- мя нахождения покупателя в зоне продажи;
- Возможность бесконтактного взаимодействия с покупателем;
- Возможность подключения дополнительных сенсорных панелей для проведения опросов покупателей, сбора необходимых данных;
- Работа в режиме 24/7 — то есть круглосуточно и без выходных.

Подключенный к системе датчик бесконтактного взаимодействия позволяет собирать статистические данные о людях, обращающих внимание на рекламу: их пол, возраст, время взаимодействия, периоды максимальной активности, а также дает возможность управлять показом мультиме-



дийного контента в зависимости от появления человека в зоне действия витрины. При этом система контролирует, чтобы заложенный рекламный сценарий доработал до конца, даже если к экрану подошел еще один человек.

Система позволяет подсчитывать количество товара, находящегося на паллете, экономить время за счет онлайн-мониторинга. Не нужно звонить подрядчикам для уточнения ситуации — в модуле интернет-отчетности FD.Cloud, который также разработала компания Great, можно узнать текущий статус проекта и наблюдать в онлайн-режиме объект уже с момента монтажа. Менеджер, ведущий проект, может контролировать качество выполняемых работ и в случае необходимости в режиме реального времени обратить внимание монтажников на недочеты.

Преимущества Showcase были подтверждены на практике. По заказу компании Efes group был разработан напольный стенд для пива марки Miller. Он был установлен внутри одного из столичных супермаркетов сети «Виктория» и в течение августа 2013 года привлекал внимание всех посетителей магазина яркой рекламой. При приближении покупателя система бесконтактного взаимодействия с человеком фиксировала присутствие человека и запускала рекламный ролик Miller со звуковым сопровождением. Проходящие мимо люди мгновенно обращали внимание на рекламу. Помимо возможности запуска рекламного ролика, программное обеспечение Showcase позволило собрать статистику о покупателях. Эти данные помогли рекламодателю определить эффективность такого рода рекламных кампаний.

По словам директора по развитию PA Fine Decision Даниила Дегтярева, отчетность позволила посчитать клиентопоток, определить насыщенность потока возле рекламной конструкции и оценить, сколько людей заинтересовались продуктом, а сколько прошли мимо. Показатели можно смотреть по конк-

ретным датам, по дням недели и даже по часам. Отчетность также включает данные по воспроизведению роликов. Efes group точно знает, в какой день и час какое число роликов было продемонстрировано, подчеркнул Данил Дегтярев.

Также в рамках проекта были произведены замеры эффективности рекламы. В августе, когда был установлен Showcase-стенд продажи пива оказались несколько ниже, чем в июне, но превысили июльские показатели и уж точно оказались значительно выше запланированных показателей на август, которые прогнозировались с учетом влияния сезонного фактора. Чистоту эксперимента было нетрудно обеспечить из-за жестких законодательных ограничений по рекламе пива. Безусловно, успех здесь во многом обусловлен и красочным стендом и Showcase — его важная составная часть.

Как отметила руководитель отдела рекламных коммуникаций ТС «Виктория» (г. Москва) Елена Егорова, напольный 3D-дисплей для пива марки Miller с применением мультимедийного комплекса Showcase очень сильно привлекал внимание посетителей магазина. Продажи пива марки Miller увеличились, причем без снижения цены на продукт. По ее мнению, применение этого инструмент гораздо шире, чем формат рекламной инсталляции, он будет эффективен и для организации семплинг-мероприятий.

Рекламная кампания пива Miller прошла с успехом, в планах PA Fine Decision уже не один новый проект с применением Showcase. Но, чтобы посмотреть его воочию, не обязательно ждать — видеопрезентация системы в действии доступна на сайте <http://www.finedecision.com>.

В заключение хочется отметить, что Showcase позволяет экономить не только время, но и финансовые ресурсы. Как отметили разработчики продукта, установка дан-



PA Fine Decision — один из крупнейших игроков на рынке indoor-рекламы. Компания входит в тройку крупнейших агентств, предоставляющих полный спектр услуг (от бронирования мест до производства и монтажа рекламных конструкций) в сфере indoor-рекламы в ритейле. У компании порядка 500 прямых контрактов с торговыми точками по всей стране и за рубежом.

Программное обеспечение Showcase с 2010 года разрабатывает компания Great специализирующаяся на инновационных услугах в сфере облачных вычислений и технологий связи.

ного высокотехнологичного торгового обслуживания обходится дешевле, чем традиционное привлечение промпersonала, а такие дополнительные опции, как аудит и аналитика, позволяют не только экономить бюджет на обращении к специализированным компаниям, но и вывести коммуникацию в местах продаж на новый уровень в духе современных трендов — прозрачности, технологичности и оперативности.

Рекламные кампании с Showcase информативные, развлекательные, они соответствуют современной культуре и повышают мотивацию на приобретение товаров и услуг, позволяют рекламодателю точнее узнать портрет потребителей своей продукции, измерить эффективность рекламной



НА СТЕНДЕ «КАМАЗ»



Российский автомобильный гигант «КАМАЗ» в рамках оформления своей экспозиции на Международном грузовом автосалоне Comtrans применил сенсорные технологии.

Международный грузовой автосалон Comtrans — самая большая в России, странах СНГ и Восточной Европы выставка коммерческого автотранспорта. Выставка включена в официальный календарь Международной организации производителей автомобилей и с 2011 года проводится только по нечетным годам поочередно с ганноверским грузовым автосалоном IAA. Общая площадь выставки составила 70 тысяч квадратных метров, на которых свои экспозиции представили более 400 компаний, стенд компании «КАМАЗ» занимал на Comtrans-2013 площадь 6000 квадратных метров.

Компания «Сенсорный мир» для презентации выставочных автомобилей установила на стенде «КАМАЗ» 40 киосков «Лидер 19'», которые идеально подходят для использования в качестве интерактивного информационного каталога. Посетители стенда «Камаз» имели возможность оперативно ознакомиться с презентациями каждой модели (технические характеристики, описания, габаритные размеры и др.). Также для обеспечения навигации по стенду было установлено два киоска «Олимп», имеющих металлический корпус из нержавеющей стали с боковой подсветкой. Эти киоски предназначены для интерактивных информационных систем, которые требуют большой привлекательности, возможности качественного сенсорного интерфейса, вычислительной мощности, полноценной цветопередачи, высокой разрешающей способности и яркости изображения.

БОГАТСТВО ВОЗМОЖНОСТЕЙ ЛАЙТИКСОВ



Казкоммерцбанк по праву занимает одну из ведущих позиций на рынке Казахстана и Центральной Азии. История успеха началась в далеком 1990-м году и продолжается до сих пор — вместе с компанией RAYGLER. Еще совсем недавно RAYGLER выиграл тендер на оформление отделений банка. За то короткое время, что прошло с момента тендера (см. подробности в прошлом выпуске «Наружки»), были оформлены новыми световыми панелями расчетно-кассовые отделения Казкоммерцбанка в центрах казахстанской деловой активности: городах Актобе и Астана.

В отличие от других методов визуальной рекламы, световые панели обладают рядом существенных преимуществ. Лайтиксы Crystal Lux A0 гармонично вписываются в обстановку помещения, не вызывают ощущения инородного элемента. Информация легко сменяема и легко воспроизводима. Она освещается изнутри и сама излучает свет. Сфера применения световых панелей не ограничена, и они могут применяться как рекламоносители для всех типов бизнеса.

Богатство возможностей — именно за это качество любят лайтиксы RAYGLER, именно это обеспечило им популярность.

ПРИЗМАТРОН: КЛУБНИКА ПО-ИСПАНСКИ

Очередная поставка «Призматронов» (формат 8 x 3 м) для OUTDOOR MEDIA MARKETING S.L. в город Бланес, расположенный на испанском побережье Коста-Брава, удивила фотоотчетом смонтированных там установок, на которых красовалась реклама Fresa Española («Клубника» по-испански). Коста-Брава — самое живописное побережье Испании, настоящий рай для миллионов туристов. «Южные ворота» этого рая — тихий и уютный город Бланес, в котором, согласно путеводителю, самая ранняя и сладкая клубника на побережье. Однако, как выяснилось, клубнику в этом раю предлагают не только в магазинах, на рынке или ресторанчиках на набережной... Группа компаний «Призматрон» с удивлением узнала, что ее продукция с успехом используется



для предложения райской клубники, правда... несколько иного контента. Такой рекламы установки «Призматрон» еще не видели. Стоит отметить, что новой точкой на карте продаж ГК «Призматрон» Бланес не стал, так как еще в 2008 году там были установлены остановочные павильоны и роллеры данного производителя.

 **RAYGLER GROUP** 



РЕПУТАЦИЯ - ЦЕНА - КАЧЕСТВО

(495) 790-25-23

www.raygler.com

www.raygler.ru

www.raygler.co.in

«АУТДОРинг-2013».

Отчет с места событий



10 сентября 2013 года в Санкт-Петербурге состоялась международная конференция-выставка «АУТДОРинг-2013», посвященная конструкциям для наружной рекламы и городского благоустройства.

Компания «ФАВОР-ГАРАНТ» в рамках постоянно действующей специализированной выставки конструкций для наружной рекламы и благоустройства города провела вторую ежегодную конференцию «АУТДОРинг-2013».

10 сентября 2013 года в Санкт-Петербурге собрались ведущие специалисты отрасли outdoor-рекламы. Целевой аудиторией мероприятия являлись первые лица компаний-операторов наружной рекламы (директора, топ-менеджеры), руководители торговых и бизнес-центров, собственники рекламных мест, а также представители основных изданий о наружке. Всем участникам была предоставлена уникальная возможность побывать на одном из самых передовых производственных комплексов России, увидеть своими глазами весь технологический процесс разработки и сборки всех основных типов конструкций, «потрогать» и проверить их на прочность и качество и, в виде бонуса, поучаствовать в распродаже выставочных экспонатов с хорошими скидками. После насыщенной официальной части состоялась деловая ужин, на котором гости смогли поближе познакомиться с коллективом «ФАВОР-ГАРАНТ», решить деловые вопросы, высказать свои предложения, завязать новые знакомства среди участников конференции или просто отдохнуть вечером в приятной компании с чудесной музыкой.

Для подогрева интереса к мероприятию и привлечения посетителей была проведена крупномасштабная рекламная кампания в Интернете и отраслевых средствах массовой информации. Партнерами конференции и выставки выступили ведущие издания о наружной рекламе в России: специализированные порталы Outdoor.ru и «Сайнбизнес.ру», журнал «Наружная Реклама России», издания «Наружка» и «Out Of Home Magazine». Все рекламные материалы и информационный обзор мероприятия позво-



лили заявить об «АУТДОРинг-2013» как о серьезной альтернативе выставке «РЕКЛАМА» (потерявшей свою актуальность), проходящей в Москве в «Экспоцентре».

На стадии регистрации участников в компанию «ФАВОР-ГАРАНТ» поступило около 100 заявок от более чем 70 компаний, представляющих 40 городов России. Гости мероприятия также стали представители индустрии наружной рекламы из стран ближнего зарубежья, таких как Беларусь, Литва, Латвия и Украина.

Конференция «АУТДОРинг-2013»

Конференция состоялась в одном из respectable отелей Санкт-Петербурга Holiday Inn. Перед ее непосредственным началом все участники прошли обязательную регистрацию, получили именные бейджи и, в качестве комплимента от «ФАВОР-ГАРАНТ», небольшие подарки.

На конференции поднимались актуальные вопросы российского рынка наружки:

участники обсуждали варианты более эффективного использования разных типов конструкций для outdoor-рекламы, вопросы качества отечественного производства металлоконструкций, (которые были удостоены особого внимания) и многие другие.

Гости конференции принимали активное участие в обсуждении, делились своим мнением и высказывали точку зрения по насущным и «большим» вопросам отрасли наружной рекламы.

В числе спикеров выступили: Глухов А.С., представитель одного из крупнейших операторов наружной рекламы России и Украины («Гэллэри»), Черняк М.Г. («Реклама-Центр»), Головнев Д.В. («Рио-Гранде»), Торуннова А.А. (компания «Жанр»), вручившая «ФАВОР-ГАРАНТ» благодарственную грамоту, и многие другие.

Важным итогом конференции «АУТДОРинг-2013» стало создание закрытого клуба партнеров «ФАВОР-ГАРАНТ», в рамках которого была запущена программа скидок и

привилегий, а всем участникам были выданы клубные карты.

Внимание! До конца 2013 года вступить в клуб «ФАВОР-ГАРАНТ» и воспользоваться дисконтной программой можно БЕСПЛАТНО! Для этого необходимо заполнить заявку на сайте, посетить нашу постоянно действующую экспозицию всех основных типов конструкций, предварительно согласовав дату с любым менеджером. После этих двух шагов вы получаете почетное членство в нашем закрытом клубе, клубную карту и особые привилегии.

Выставка «АУТДОРинг-2013»

На производственном комплексе «ФАВОР-ГАРАНТ» был организован SHOW-ROOM, который расположился на площади более 300 кв. м.

В экспозицию вошли около 30 основных типов конструкций: статические рекламные щиты, динамические рекламоносители «Тривижн», роллерный световой короб формата 3,7 x 2,7 м, лайтпостеры сити-формата 1,2 x 1,8 м, всевозможные виды рекламных тумб, а также вся линейка павильонов ожидания общественного транспорта и другие экспонаты категории «уличная мебель».

Особое внимание было уделено презентации последних новинок и доработок, с которыми участники конференции смогли ознакомиться первыми.

Одной из таких новинок стал универсальный рекламный щит. Его конструктив разработан таким образом, что стандартный щит 6 x 3 можно существенно модернизировать без дополнительных доработок: легко смонтировать динамический рекламоноситель «Тривижн» либо светодиодный экран. Также возможно изменить положение опоры (подробности об универсальном щите вы сможете узнать у менеджеров компании).

Огромный интерес участников вызвал впервые представленный компанией «ФАВОР-ГАРАНТ» светодиодный экран, в котором получили отражение все передовые разработки в области светодиодных технологий.

Данную конструкцию отличает малая толщина модулей, всего 80 мм. Отличное качество изображения достигается за счет высокой плотности пикселей (шаг 15 мм), высокой яркости (до 12 тыс. Nits), улучшенной цветопередачи. Новые модули имеют невысокий уровень энергопотребления (1 кв. метр экрана с шагом 15 мм потребляет в среднем 340 Вт), а вес одного квадратного



метра экрана с шагом 15 мм составляет всего 24 кг.

Для того чтобы гостям выставки было комфортно и легко ориентироваться на стенде, у каждой группы конструкций находились технические специалисты, которых можно было легко узнать по фирменной одежде компании. Сотрудники компании готовы были ответить на любые вопросы о конструкциях, при необходимости дать первичную консультацию и провести полную демонстрацию объектов, чем многие участники с радостью воспользовались.

Кроме этого при входе в цех была организована sale-зона, в которой были выставлены конструкции с 30-процентной скидкой.

Деловой ужин

Деловой ужин проходил в комфортабельном банкетном зале «Levinson» отеля

Holiday Inn, куда всех участников конференции доставили после увлекательной поездки на завод. Насыщенный день закончился в теплой и располагающей обстановке, под зажигательные аккорды группы Splash Point.

Неформальная обстановка вечера способствовала диалогу, чем воспользовались многие из наших гостей. Кто-то делился впечатлениями, кто-то заводил новые знакомства, самые бойкие сразу принялись планировать новые контракты и прикидывать перспективы дальнейшего сотрудничества, хотя были и те, кто просто с удовольствием отдыхал.

Компания «ФАВОР-ГАРАНТ» в лице генерального директора Соколова Федора Семёновича и всего нашего коллектива выражает огромную благодарность всем партнерам, спикерам и участникам международной конференции «АУТДОРинг-2013».



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
www.kodimir.ru



РЕДИУС™



РЕКЛАМНЫЕ
ДИНАМИЧЕСКИЕ
УСТАНОВКИ

www.redius.ru тел.(3812) 272 062

8-800-500-25-50

→ КАЛЕЙДОСКОП



НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ: ЛОВЛЯ НА ЖИВЦА

Немалое удивление испытали жители крупнейшего новозеландского города Окленд, увидев на улице башенный кран с прикрепленным к нему гигантским рыболовным крючком, на который была наживлена... корова.

Как выяснилось позднее, необычная инсталляция являлась частью рекламной кампании, запущенной местным телевидением к выходу на телеэкраны нового фильма «Акулий торнадо» (Sharknado). По сюжету картины на город с неба падают акулы. Вот новозеландские креативщики из агентства Draft FCB и решили половить их «на живца», а заодно собрать богатый «улов» телезрительской аудитории...



США: РЕКЛАМА ПРОДУКТА ПРОДУКТОМ

Довольно любопытный проект под названием Pro Vono Promo запустила в американском Онтарио фотограф Дорота Панковская. Ее ноу-хау заключается в совмещении наружной рекламы и уличного искусства при помощи весьма необычных средств. Дело в том, что она изображает логотипы известных брендов содержимым продукции рекламируемой компании.

Так, логотип Heinz нарисован на асфальте кетчупом, пена для бритья стала основой рекламы Gillette, надпись Colgate создана из зубной пасты, а бренд Cheez Whiz выложен на стене сырными ломтиками.

«Это что-то наподобие граффити, хотя и созданы они не краской, а содержанием самого продукта», — прокомментировала свой проект фотограф Дорота Панковская.

Стоит отметить, что оригинальную идею фотохудожницы вполне могли бы взять на вооружение многие известные бренды.



ГЕРМАНИЯ: ПО ВОДЕ АКИ ПО СУХУ

Весьма оригинальным способом решило прорекламировать германское отделение корпорации Goodyear выпущенные ею новые автомобильные шины. Другие производители для их продвижения обычно снимают видеоролики или создают красочные принты. Однако — с подачи креативщиков из агентства Leo Burnett — Goodyear пошла другим путем и оформила в виде автопокрышки гребное колесо известного на всю Европу парохода «Звезда Луизианы». Соответственно задумке был подобран и слоган кампании: «Goodyear проедет везде!».

Историческое судно курсирует по туристическому маршруту в акватории Эльбы, и увидеть необычную рекламу смогли жители Гамбурга и многих других городов Западной Германии. Судя по резонансу в Интернете, печатных СМИ и даже на телевидении, экстравагантная акция полностью оправдала ожидания своих организаторов.



КАНАДА: НЕЛЕПО, СМЕШНО, БЕЗРАССУДНО...

Использование мобильных телефонов во время вождения автомобиля почти на треть увеличивает количество аварий на дорогах в Канаде. Тем не менее многие водители до сих пор не воспринимают этот факт как данность. Специально для «особо непонятливых» рекламное агентство DDB по заказу полицейского департамента Ванкувера разработало серию принтов, герои которых предстают в глупом виде: совершают нелепые и опасные поступки, подобно разговору по мобильнику за рулем.

Выпущенные плакаты и открытки были розданы учащимся колледжей для того, чтобы те распространяли их по городу и выкладывали фото в социальных сетях. Также они могут придумывать собственные комбинации на заданную тему. Авторы лучших работ получают призы от полиции Ванкувера.

США: ГУБИТ ЛЮДЕЙ НЕ ПИВО...

Согласно проведенным исследованиям, от заболеваний из-за небезопасной воды и отсутствия элементарных санитарных условий каждый год гибнет людей больше, чем от всех форм насилия, включая войну. Американская некоммерческая организация Water is Life решила привлечь дополнительное внимание общественности к этой проблеме и, в сотрудничестве с рекламным агентством Miami Ad School из Сан-Франциско, разработала серию постеров для наружной рекламы. На плакатах, объединенных общим слоганом «Вода убивает» (Water kills), из водяных брызг складывается картинка в виде смертельно опасного оружия. Кроме того, организация напоминает о необходимости беречь питьевую воду, количество которой на планете с каждым годом уменьшается.



ВЬЕТНАМ: БИЛБОРДЫ ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ

К открытию во Вьетнаме первого фестиваля анимационных фильмов, а также для рекламы очередной части полнометражного мультфильма A Bug's Life местное отделение рекламного агентства Ogilvy & Mather разработало оригинальные рекламные конструкции. Креативщики сделали самые маленькие в мире билборды, высота которых не достигала даже колен проходящих мимо кинотеатра людей.

Идея рекламной акции понятна: ведь самыми горячими поклонниками мультфильмов являются маленькие дети. Стало быть, и реклама для них должна быть соответствующей...

ВЫВЕСКА ПОПЕРЕК



Владелец заведения, уделяя должное внимание вывеске над входом, зачастую незаслуженно игнорирует значимость вывески на кронштейне. А ведь она, занимая небольшую площадь и располагаясь поперек движения пешеходов, привлекает внимание, служит указателем и производит первое впечатление о заведении.

Текст: Олег Вахитов



Коммерческий и имиджевый потенциал вывески, расположенной перпендикулярно зданию, уже давно эксплуатируется за рубежом. В Европе часто можно увидеть конструкции, выполненные из металла и других натуральных материалов, плоские или объемные, небольшого размера, красноречиво говорящие о том, чем здесь торгуют. Причем современные вывески не сильно отличаются от тех, что изготавливались в прошлых веках. Связано это с наличием в европейских городах узких улочек, где такие конструкции были и остаются единственным эффективным средством привлечения внимания потенциальных клиентов.





Старинные традиции хорошо прижились в современной Европе и даже успешно экспортируются в другие страны, что наглядно демонстрирует пример из Токио.

Очевидно, что не только металл и дерево могут эффектно выглядеть в рекламной конструкции. Современные технологии при умелом их использовании и здоровая доля креатива также позволяют вместо банальной панель-кронштейна получить уникальную конструкцию. На примере с панель-кронштейном для Rolex можно убедиться, что порой достаточно покрасить соединительные уголки простой и недорогой профильной системы типа «Квадро» в золотой цвет, чтобы успешно использовать ее для рекламы люксовой часовой марки.

Очень часто визуальную основу таких вывесок составляют рекламируемые объекты, будь то часы, батон хлеба или сланцы





для пляжа. Оно и понятно — текст еще прочитать нужно, а изображение или объект читаются мгновенно. К тому же на ограниченной площади преимущество визуальных образов очевидно в сравнении с текстом.

«Вывеска поперек» — идеальная площадка для творчества дизайнеров и ремесленников. Удачно выполненная, она может стать «визитной карточкой» не только обозначаемого заведения, но и производителя рекламы.





ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

EuroStreet

Ростов-на-Дону

+7 (863) 246-0521,

+7 (863) 223-9461,

+7 (863) 223-9462,

+7 (863) 223-9473,

+7 (863) 223-9474,

+7 (863) 223-9475

www.EuroStreet.ru

Производство рекламных конструкций по европейским технологиям.

RAYGLER

Москва

+7 (495) 790-2523,

+7 (495) 775-7665

www.raygler.ru

Лайтксы, световые панели,

P.O.S. Материалы, светоданимические лайтксы.

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.

Группа компаний «Призматрон»

Омск

+7 (3812) 948-332,

+7 (3812) 949-064,

+7 (3812) 949-067,

+7 (3812) 949-068

www.prizmatron.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

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

Нью-Тон, РА

Москва
+7 (495) 231-1010
www.new-tone.ru

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

Пилларс плюс

Екатеринбург
+7 (343) 212-7200,
+7 (343) 212-7300
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

Лайтксы, световые панели, P.O.S. Материалы, светоданимические лайтксы

ReSeM (Ритейл Сервис Менеджмент)

Москва
+7 (495) 727-3500
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

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

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

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

Сенсорный Мир

Санкт-Петербург
+7 (812) 3278182
+7 (499) 2717359
www.touchmonitors.ru

Производства и продажа сенсорного оборудования: экраны, мониторы, киоски, столы и стены, POS мониторы и т. п. Разработка мультитач презентаций.

ЭНТУЗИАСТ— РЕКЛАМА

Москва
+7 (495) 231-2122,
+7 (495) 229-5085
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

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

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

Кодимир

Москва
+7 (495) 662-9464
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

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

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

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



