ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ #6. (09) 14

POPAI

THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL

РОССИЯ

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ

ПЕРВЫЕ В РОССИИ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА POS-МАТЕРИАЛОВ

workline group

НОВОСТИ ИНДУСТРИИ

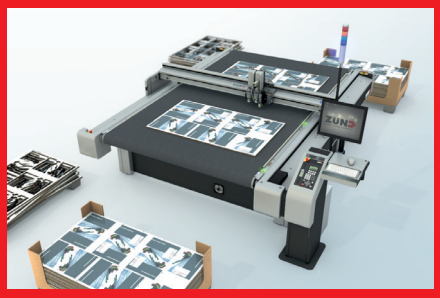
КОНФЕРЕНЦИЯ «КАК ЗАПАДНЫЙ БРЕНДИНГ ПРИЖИВАЕТСЯ НА РОССИЙСКОЙ ПОЧВЕ»

ИНТЕРВЬЮ

ДАР ПАНЦЕВ («РИА ЛУЖНИКИ»)

ТЕХНОЛОГИИ

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ РЕЖУЩЕЙ СИСТЕМЫ



ТЕХНОЛОГИИ

ХИМИЧЕСКАЯ МЕТАЛЛИЗАЦИЯ

ПРИВЕТСТВИЕ В.В. БЫЧКОВА, ПРЕЗИДЕНТА МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГА В РИТЕЙЛЕ POPAI РОССИЯ УЧАСТНИКАМ И ГОСТЯМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВЫСТАВКИ «РЕКЛАМА - 2014».

Сегодня, во время экономической рецессии и общей нестабильности, когда условия работы компаний в любой индустрии становятся все более жесткими и сложными, проведение крупных профессиональных форумов представляется особенно важным и приобретает особый смысл. Во-первых, очевидно, что подобные мероприятия действительно собирают лучших из лучших. Во-вторых, сложные времена предполагают не только проблемы, но и творческий поиск и новые возможности, для реализации которых требуются именно те «лучшие из лучших», о которых я говорил ранее. В третьих, и мы особенно остро ощущаем это в деятельности наших профессиональных объединений, именно сейчас важна консолидация профессиональных знаний и усилий для дальнейшего движения вперед, а обмен этими знаниями и выработка стратегий возможны именно во время подобных событий. Наконец, любая выставка – это всегда праздник. И в подобные непростые времена это ощущается особенно остро.

Я бы хотел поздравить всех участников, организаторов и гостей выставки с ее открытием, пожелать всем эффективной работы, приятного общения и много новых и полезных встреч.

С уважением,
В.В. Бычков

В подготовке выпуска приняли участие:
Дар Панцев, Дмитрий Андрианов,
Дмитрий Сысоев, Андрей Тихонов.
Макет издания и верстка: «РИА Лужники»

ЕЖЕГОДНОЕ ОТЧЕТНО-ВЫБОРНОЕ СОБРАНИЕ POPAI РОССИЯ

3 июня 2014 года состоялось Отчетно-выборное собрание Ассоциации POPAI Россия.

Участники собрания заслушали отчет Президента POPAI Россия о проделанной работе.

Господин Бычков отметил, что на текущий момент Ассоциация состоит из рекордного количества участников, при этом сфера деятельности членов POPAI существенно расширилась и уже выходит далеко за рамки производства P.O.S.M.

В качестве основных достижений за отчетный период он отметил создание Экспертного Совета с привлечением Заказчиков P.O.S.M., проведение первого отраслевого исследования рынка и разработку отраслевого классификатора при поддержке АКАР.

Из прошедших мероприятий, организованных POPAI Россия, г-н Бычков особое внимание уделил конференции «Маркетинг в ритейле» с участием ведущих российских и иностранных спикеров, прошедшей в рамках выставки «Дизайн и Реклама». А кульминацией прошедшего отчетного периода стал юбилейный конкурс POPAI RUSSIA AWARDS, который собрал рекордное количество участников и работ (почти вдвое больше, чем в прошлом году). Это стало возможным, отметил г-н Бычков, благодаря введению новых номинаций и активности рабочей группы конкурса.

Из других важных событий года стало участие POPAI Россия в выставке Euroshop, активное взаимодействие с международным офисом POPAI, выпуск Информационного бюллетеня POPAI и создание сайта конкурса popai-awards.ru

После отчета Президента и отчета Ревизионной комиссии состоялись выборы Президента ассоциации (согласно Уставу POPAI Россия выборы проходят ежегодно). Участники собрания единогласно переизбрали Бычкова Василия Владимировича на пост Президента Ассоциации на второй срок.

Вновь избранный президент поблагодарил Участников собрания за оказанное ему высокое доверие и озвучил фамилии кандидатов в новый состав Правления. До этого, в своей предвыборной речи, представляя Участникам собрания свою программу, В.В. Бычков акцентировал их внимание на основных целях и задачах, которые встают перед Ассоциацией в эпоху трансформации рынка. Поэтому основные изменения коснутся структуры Ассоциации и создания в Правлении новых профильных комитетов, отражающих существующую палитру рынка. Так в структуре Правления появилось три новых комитета: по магазиностроению, по trade- маркетингу и маркетинговым коммуникациям. Предложенные изменения в структуре Правления – следствие изменений, произошедших и происходящих на рынке.

В этот же день ряды ассоциации пополнили семь компаний: Vazari (рекламное агентство), Seven (рекламное агентство), Октопринт Сервис (поставщик оборудования и расходных материалов для рекламы), City-A (креативное BTL-агентство), IdeaSupermarket (дизайн, проектирование и создание торговых пространств), JosdeVries (разработка ритейл-стратегии и реализация ее ключевых принципов), RTC (широкий спектр услуг для крупных брендов и ритейла).

В РОССИИ ПРОВЕДЕНЫ ПЕРВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА POS-МАТЕРИАЛОВ

Международная ассоциация маркетинга в ритейле POPAI Россия и специализированная компания WorkLine впервые провели исследования российского рынка POS-материалов. До нынешнего года этот сегмент рекламной индустрии оставался своеобразным «черным ящиком»: никто не знал его денежного эквивалента, а также обобщенных мнений самих производителей и заказчиков об индустрии в целом. Конечно, попытки оценить объем рынка предпринимались и ранее, но они опирались на собственные ощущения участников индустрии и не могли претендовать на объективность.

В последние годы наша ассоциация стала качественно другой: помимо традиционных членов Партнерства, - POS-производителей, - полноправными участниками стали поставщики материалов и оборудования, специалисты в области технического мерчендайзинга и магазиностроения, трейд-маркетинговые и коммуникационные агентства. Данное обстоятельство и повышение деловой активности ассоциации стали своеобразными драйверами проведения исследований.

Одним из главных результатов стала оценка объема рынка POS-материалов: 16,1 млрд. рублей в 2013 году.

Кроме этого, исследования позволили компаниям, предоставляющим услуги в области маркетинга в ритейле, взглянуть на себя и на рынок глазами клиентов: оказалось, что оценки обеих сторон порой различаются. Так, например, мнение производителей POSM о том, что является главным для клиентов при выборе поставщика, не всегда совпадает с предпочтениями самих заказчиков.

Из других интересных итогов исследования стоит отметить следующие аспекты:

- рейтинг и степень узнаваемости производителей POSM по оценкам клиентов и самих изготовителей;
- какие сектора рынка лидируют по затратам на рекламу в местах продаж,
- процентное распределение затрат на POS-материалы в зависимости от основного конструкционного материала (металл, пластик, дерево, картон и их комбинации);
- процентное распределение затрат на POS-материалы по видам производимых изделий (полочные и напольные POSM, бренд- и промо-зоны, Shop-in-shop и др.);
- степень удовлетворенности клиентов результатами сотрудничества с различными компаниями.

Конечно, итоги исследований важны в первую очередь самим производителям POS-материалов, но будут интересны всем участникам индустрии маркетинга в ритейле. Полученные данные дают возможность игрокам рынка переосмыслить свою деятельность, внести коррективы в стратегию и тактику компании, понять свое место в индустрии и оценить перспективы роста и вектор своего развития.

Первый шаг всегда является самым важным и наиболее сложным. Ассоциация POPAI Россия получила опыт, который позволит сделать следующие исследования более объемными, объективными и эффективными. Кроме этого, появляется возможность изучить не только рынок в целом, но и отдельные его сегменты.

На прошедшем Отчетно-выборном собрании POPAI Россия сразу семь компаний пополнили ряды Ассоциации, и мы представляем эти компании.

VAZARI

Адрес: 123007, Москва, 4-я Магистральная ул., 11.
Тел.: +7 495 974 60 03
E-mail: mgladkiy@vazari.ru
Сайт: www.vazari.ru

Агентство VAZARI оказывает полный цикл услуг по разработке креативных материалов:

- брендинг (идея бренда, стратегия, позиционирование);
- визуальная идентичность;
- творческая концепция рекламной кампании;
- дизайн рекламных макетов;
- творческая концепция событий и мероприятий.

Seven

Адрес: 109004, Москва, ул. Александра Солженицына, д. 23А.
Тел.: + 7 (495) 748 59 59
E-mail: info@7-agency.ru
Сайт: www.7-agency.ru

Агентство Seven появилось на рынке более 18 лет назад и специализируется на реализации разноплановых программ в области торгового маркетинга (мотивационные программы, мерчандайзинга, in-store консультирование, retail audit, управление POSM и т д). Клиенты агентства: BSH, Heineken, PepsiCo, BAT, Diageo, Robert Bosch, Сбербанк, SONY и др. Персонал: 160 человек.

OktoPrint

Адрес: Ильинское шоссе, 4-й км, г. Красногорск, Московская область.
Тел.: +7(495) 789 80 81,
Факс: +7(495) 789 80 83
E-mail: info@zuend.ru
Сайт: www.zuend.ru

«ОктоПринт Сервис» является представителем компании Zund Systemtechnik AG – швейцарского производителя универсальных цифровых планшетных режущих плоттеров. Режущие плоттеры Zund отличаются высокой точностью и надежностью, а модульность конструкции и большое количество различных модулей и инструментов позволяет резать и фрезеровать рулонные и листовые материалы, от бумаги и ткани до акрила, ПВХ-панелей и алюминия

City-A

Адрес: Россия, Москва, Улица Фридриха Энгельса, 31\35.
Тел.: +7 (495) 792-5596
E-mail: ikireev@city-a.ru
Сайт: www.city-a.ru

- Consumer Promotion
- district Meetings
- Event Marketing
- MICE
- Trade Promotion

JosdeVries

Адрес: филиал ЗАООО Йос Де Врис Де Ритейл Компани Раша Б.В. 123242 Малый Конюшковский пер.2, 1 этаж, офис JosDeVries
Тел.: +7(926) 009 0747
E-mail: info@josdevries.eu
Сайт: www.josdevries.ru

JosDeVries The Retail Company специализируется на разработке ритейл-стратегии и выражении ее ключевых принципов в образе магазина: планировке, графике, дизайне интерьеров и фасадов, визуальном мерчендайзинге.

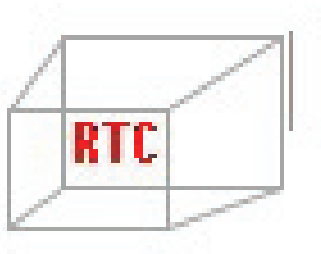
Благодаря широкой сети офисов в Европе и России и международному опыту, агентство создает инновационные, трендовые и ориентированные на максимальную эффективность и отдачу с квадратного метра ритейл-проекты.

JosDeVries The Retail Company активно делится своим международным опытом и знаниями в книгах – New Customer Journey (2014), онлайн и офлайн медиа, организует и принимает участие в семинарах и конференциях, проводит обучающие бизнес-туры.

IdeaSupermarket

Адрес: 125993, Москва, Волоколамское шоссе, 2.
Тел.: +7(495) 234 00 33, +7(495) 232 01 03
Сайт: www.ideasupermarket.com

Компания IdeaSupermarket – это одна из ведущих в России фирм, специализирующихся на создании концепций для предприятий торговли. Уже более 20-ти лет мы консультируем, разрабатываем дизайн-проекты торговых залов и технологических цехов, создаем интерьеры, подбираем и устанавливаем профессиональное оборудование.

	**RTC Russia** **Адрес:** 115035, Москва, ул.Садовническая 82/2, **Тел.:** (495) 641-1883 **E-mail:** bwoodhause@rtc.com **Сайт:** www.rtc.com RTC Russia – представительство международной команды профессионалов в области in-store, реализующих проекты для ряда крупнейших мировых брендов и розничных сетей. Компания RTC основана в Чикаго в 1950 году. Проектирование, производство и поставка торгового оборудования.

ИТОГИ КОНФЕРЕНЦИИ
«КАК ЗАПАДНЫЙ БРЕНДИНГ ПРИЖИВАЕТСЯ НА РОССИЙСКОЙ ПОЧВЕ».

10 сентября в рамках выставки новогодней и праздничной индустрии “Christmas Time / 100 Дней до Нового года” состоялась международная конференция **«Как западный брендинг приживается на российской почве».**

Первая часть конференции была подготовлена Ассоциацией Брендинговых Компаний России (АБКР) и компанией 3М Россия. Спикеры рассказывали об успешных кейсах и трендах в области ритейл-брендинга. **Алексей Андреев (Depot WPF)** отметил, что «бренд всегда строится для потребителя. Потребитель – это эмоции, нельзя забывать об этом».

Елена Юферева (Brandson Branding Agency) поделилась наблюдениями: «Потребитель сегодня стремится к подлинности, хочет коммуницировать. Эмоциональные якоря помогают нам найти путь к сердцу потребителя».

Наталья Фаустова (ADLIBITUM Retail Branding) считает, что «розничные пространства – это главный рекламный носитель. Ничто не может сделать столько, сколько делает пространство. Сегодня подход меняется: успешный бренд = эмоция + технология».

Вадим Журавлев (Mildberry): «Работая с ритейл-брендингом, вы работаете с системой и всеми ее деталями. И у вас должны быть проработаны все элементы до единого».

Вторая сессия конференции была организована Академией Коммуникации Wordshop.

Валентина Уралова (Experience Lab) привела живые примеры ритейл-брендинга в секторе DIY, отметила, что «задача брендинга – мотивировать и делать покупателя лояльным. Бренд – это инструмент достижения цели покупателя. Бренд по отношению к человеку всегда играет определенную роль: бренд-защитник, бренд-эксперт, бренд-родитель (я научу тебя, как…)».

Тему ритейл-брендинга на основе кейсов продолжила **Ирина Болотова (JosDeVries The Retail Company):** «Ритейл сегодня становится высококонкурентным и предъявляет высокие требования. Это касается не только ассортимента и цен, но и того, как магазин выглядит и как коммуницирует с покупателями. По опыту работы для европейского и российского ритейла мы видим, что совместив стратегию, исследования и дизайн, можно добиться хорошего результата». На примере кейсов Jumbo FoodMarkt и Boon's Markt были рассмотрены результаты реконцепций.

Михаил Губергриц (LINII Retail Design, LEXICA Naming, куратор и ведущий преподаватель факультета «Айдентика» Академии Wordshop) рассказал о новом курсе по ритейл-брендингу: «Моя задача - научить людей думать и понимать клиента, видеть со стороны. Так будет приходить понимание - как делать качественный дизайн. Наших студентов мы готовим таким образом, чтобы они стали настоящими и уникальными, узкими специалистами».

Британский эксперт **Крейг Филлипсон (Craig Phillipson, Shopworks LTD, UK)** поделился личным опытом: «Разбираться в поведении покупателя – мое основное занятие. Сколько я ни ездил по разным странам, я понял, что люди выглядят по-разному, а ведут себя одинаково. Подобные наблюдения позволяют понять, почему и как люди совершают покупки, что их подталкивает». Руководитель российского офиса компании **Shopworks Юлия Травникова** поделилась своим мнением на счет того, каким образом можно адаптировать западные достижения к локальному рынку.

Представитель лондонского агентства **Nugget Design Ари Филлипс (Ari Phillips)** представил яркую запоминающуюся презентацию, посвященную брендингу, навигации и дизайну пространств, а также эффективному использованию потребительского опыта для улучшения работы торгового центра.

Мероприятие посетило более 250 специалистов, спикеры и посетители приняли участие в открытой дискуссии, где все желающие могли задать свои вопросы экспертам.

Организаторы: Ассоциация Брендинговых Компаний России, компания 3M, академия коммуникаций Wordshop, компания «Экспо-Парк».

При поддержке ассоциаций: АКАР, РАМУ, POPAI Россия.

Информационные партнеры: Sostav.ru, ГК «МОЛЛ», Advertology.ru, All-Indoor, журнал «Точка продаж», Retail.ru, интернет-портал Ruretail.ru, специализированный журнал о подарках GIFT REVIEW, Arendator.ru, Российский Совет Торговых Центров RCSC, журнал "Новости торговли. Retail news", Infox.ru, компания IdeaSupermarket.

Дар Панцев,

Генеральный директор РИА–Лужники,

Президент POPAI RUSSIA в 2007-2008 г.

«Мы стремимся осуществить именно то, что хочет увидеть наш клиент».

- Дар, судя по названию, Ваша компания является рекламным агентством. Соответствует ли это современному статусу компании, и какие Вы выделяете основные направления своей деятельности?

Названию уже 20 лет, и вполне вероятно, оно скоро изменится. Сейчас мы скорее рекламно-производственная компания, которая обладает большим портфелем технологических решений, связанных с визуальными коммуникациями, на самых разных рынках. У нас есть реализованные проекты в банковском секторе и ритейле, для гостиниц и спортивных комплексов, музеев и театров. География этих проектов достаточно широка, а некоторые наши работы можно было увидеть даже в Европе. В разные проекты мы включаемся на различных стадиях – от дизайнерских и конструкторских разработок до изготовления и монтажа.

- Учитывая приведенные выше сегменты рынка, для которых Вы реализуете свои проекты, можете сказать, в каких проектах наиболее сильна Ваша компания, иными словами, где ваша «ниша»?

Сложно выделить отдельные направления, но, наверное, про два из них можно сказать особо: это производство конструкций из сотового конструкционного картона (re-board) и широкоформатная UV-печать по широчайшему спектру листовых и рулонных материалов.

В связи с вышесказанным, как Вы видите развитие компании?

Нам нравится создавать новые ниши или продукты и работать не толкаясь с конкурентами. Набор технологий и компетенций, который у нас есть, в разных комбинациях востребован на самых разных рынках. Мы постоянно ищем что-то новое - органично дополняющее существующее.

- Известно, что у Вас медицинское образование. Как получилось, что Вы попали в рекламную индустрию?

Как и многое в 90-х годах – волею случая. Образование скорее научно-исследовательское, чем в чистом виде медицинское, поэтому работал после окончания 2-го Медицинского в Институте иммунологии в Лаборатории моделирования иммунологических процессов. В какой-то момент стало понятно, что зарплаты по сути не хватает на месячный проездной, а тут друг организовал РИА-Лужники и активно звал своим заместителем. Через год после образования агентства я принял предложение, а с 1996 года стал Генеральным директором компании.

- Наверняка есть связь названия компании со знаменитым спортивным комплексом?

Да, изначально был оформительский отдел в Лужниках, который и оказался стартовой площадкой для нашей компании. И среди реализованных проектов были связанные с крупнейшими спортивными состязаниями или с проводящимися на спортивных объектах: Финал Лиги чемпионов по футболу в 2008 году, Чемпионат мира по легкой атлетике в 2013-м, Евровидение-2009. Да и в подготовке к Олимпийским Играм в Сочи поучаствовали.

- Какие у Вас основные принципы работы?

Если говорить о традициях индустрии, то наша компания, вероятно, имеет отличия от остальных участников рынка. Обычно клиентский портфель формируется на основании компетенции: каждая компания имеет свои сильные стороны, которые наиболее востребованы клиентами определенных сегментов рынка или же решают определенные специфические задачи. Мы, в первую очередь, ориентируемся на клиента, стараемся понять, что нужно ему.

Мы не навязываем клиенту имеющиеся у нас технологии и материалы, а реализуем идеи Заказчика, предлагая ему оптимальные решения, существующие на рынке

- Наверное, при таком подходе к проектам не обойтись без привлечения подрядчиков?

Конечно, в первую очередь стремимся использовать собственные ресурсы, но приходится обращаться к сторонним организациям. Сложно найти компанию, которая полностью бы удовлетворяла наши потребности по срокам и качеству, наверное, мы в этом смысле не обладаем каким-то уникальным опытом. Естественно, по этой же причине стараемся опираться в первую очередь на партнеров, которых уже хорошо знаем.

- А внутри компании какого правила придерживаетесь при организации производственного процесса?

Есть мечта – максимально автоматизированное производство. Но в условиях эксклюзивности каждого нового проекта – это невыполнимая задача. Стараемся вычленять стандартные операции и автоматизировать их – это недешево, но в итоге ручной труд всегда дороже, а человек склонен ошибаться и не всегда может обеспечить высокую повторяемость результата.

- Дар, теперь поговорим о нашем рынке в целом. Как Вы думаете, возникнут ли на нем компании, предлагающие весь спектр услуг по продвижению товаров в ритейле, или сохранится ситуация, когда компании – представители отдельных сегментов нашего рынка предлагают услуги в рамках своей компетенции?

Конечно, такие попытки предпринимаются, но насколько одна компания способна аккумулировать все процессы маркетинга в ритейле – вопрос сложный. С одной стороны, есть рекламные и маркетинговые агентства, которые разрабатывают стратегию и креативную идею продвижения

продуктов. Они занимаются планированием бюджетов, и именно их клиенты воспринимают своими основными партнерами, которые могут предложить свои варианты дальнейшей реализации концепции продвижения с использованием POS-материалов. С другой стороны есть компании-производители POSM, которые стремятся предлагать услуги помимо основной своей компетенции. Но стоит понимать, что, по сложившемуся стереотипу, клиент все-таки воспринимает производство дисплеев как прикладную задачу во всей цепочке продвижения своего бренда, которое в общей цене составляет, условно говоря, не более двадцати процентов от всего бюджета. Поэтому сложно разрушить сложившуюся традицию, при которой производитель не воспринимается как потенциальный партнер в области разработчика первоначальной концепции продвижения. Можно также обратить внимание, что многие крупные компании-производители POSM ищут новые ресурсы в предложении дополнительных сервисных услуг своим клиентам, но часто они находят новые ниши, достаточно удаленные от POS-производства.

- Вы принимаете активное участие в делах POPAI RUSSIA, были Президентом Ассоциации. Чем отличается ее деятельность тогда, шесть лет назад, и сейчас?

Последний год наблюдается серьезное повышение активности нашего Партнерства, и я связываю это в первую очередь с приходом Василия Владимировича Бычкова на должность Президента. В этом году образованы Комитеты по различным направлениям деятельности членов Ассоциации, один из которых я возглавляю: по технологиям и материалам.

Партнерство POPAI является общественной организацией, поэтому члены нашей Ассоциации должны понимать, что общий успех зависит от их собственной активности. Ассоциация всячески поддерживает любую инициативу от своих участников, которая будет направлена на формирование цивилизованного рынка и повышение уровня знаний и информированности в отрасли.

Участники Комитета по технологиям и материалам на наших встречах предлагают довольно много интересных идей. И задача Ассоциации сегодня объединить усилия всех партнеров-конкурентов в создание некой общей информационной среды, где можно получить экспертную оценку или консультации по материалам, оборудованию, технологическим процессам не со стороны отдельного поставщика, а от рынка в целом. Работа – не простая и не быстрая, но – дорогу осилит идущий!

- Недавно были проведены первые исследования российского рынка POS-материалов. Как бы Вы обозначили их основной итог?

Главное достижение состоит в том, что они наконец-то были проведены. Можно много говорить о том, насколько они отражают реальное положение дел, но теперь мы гораздо лучше понимаем, в каком направлении двигаться дальше, чтобы получить более детальную и точную картину рынка. В первую очередь нужна тщательная предварительная подготовка, когда члены Ассоциации обсуждают методические вопросы совместно с исследовательской компанией.

- Не секрет, что сейчас сложная экономическая ситуация в стране в целом и в нашей индустрии в частности. Есть ли выход из нее?

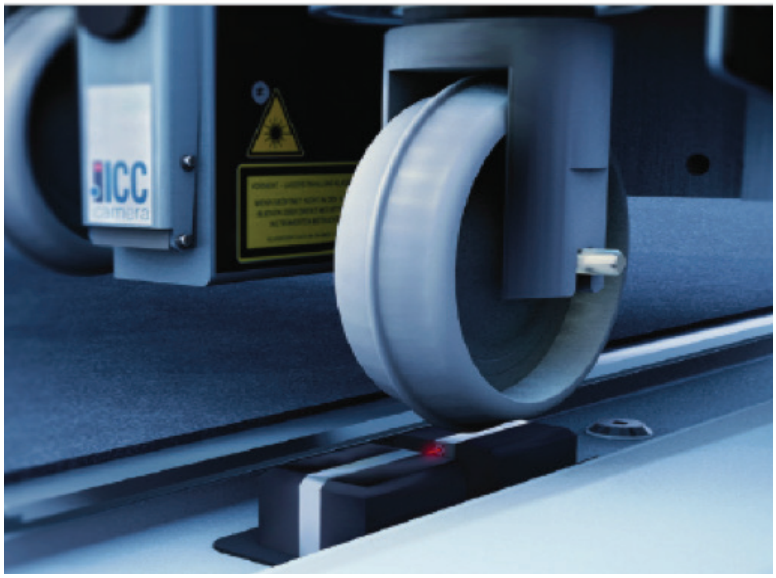
Мы не можем повлиять на происходящие процессы, поэтому стоит продолжать делать свою работу, быстро реагируя на изменения. И тогда, возможно, все будет хорошо.

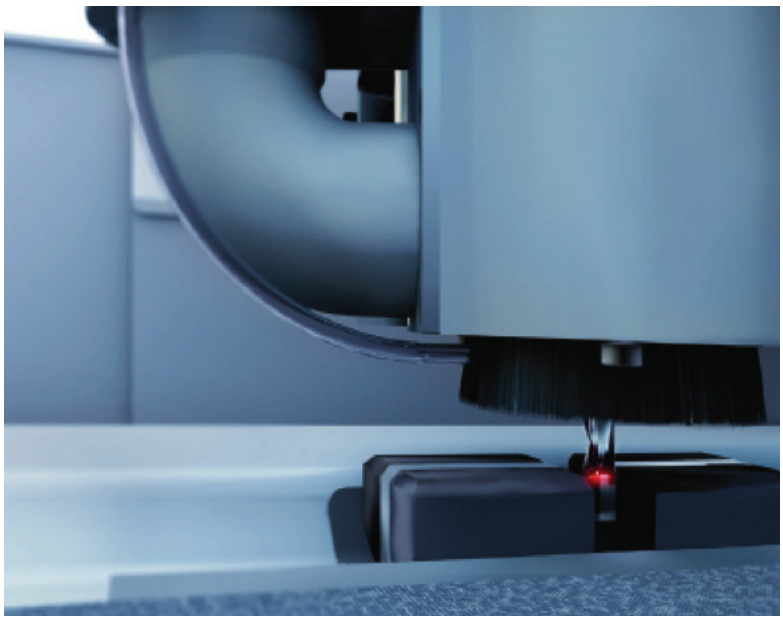
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ РЕЖУЩЕЙ СИСТЕМЫ – НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ?

Технологии печати постоянно развиваются, и оборудование для финишной отделки также должно соответствовать растущим запросам рынка. Максимальная производительность финишной обработки достигается за счет оптимизации всех этапов производства: от подготовки файла до разгрузки деталей. Продуманная и рациональная автоматизация работы, уменьшение количества операций, выполняемых вручную, а также создание оптимального и гибкого рабочего процесса позволяет добиться большего, чем попытки использовать номинальные максимальные скорости оборудования.
Естественно, в данном материале мы рассматриваем решения, предлагаемые **Zund**, но вы можете пользоваться этой небольшой памяткой при сравнении любых режущих систем, представленных на рынке.

Подготовка файла
Созданный дизайнером или конструктором файл для резки обычно дополнительно готовится к выводу на режущий плоттер в управляющей программе оборудования. Для режущих плоттеров **Zund** в качестве управляющего ПО используется программный пакет **Zund Cut Center.** Обширная база данных материалов **ZCC** и его простая интеграция в цифровой производственный процесс обеспечивают использование наилучших параметров резки в каждом случае. Кроме этого, в гибко настраиваемом программном пакете есть много других опциональных возможностей – например, автоматическая оптимизация порядка резки, с помощью которой программное обеспечение автоматически адаптирует путь резки для максимального ускорения производства. Точки начала задания и направление резки также выбираются автоматически для того, чтобы уменьшить непродуктивное время движения с поднятым инструментом.

Настройка режущей системы
Сэкономить время можно и в том случае, если инструменты устанавливаются на режущий плоттер быстро и просто, кроме того это позволяет мгновенно вносить любые необходимые изменения в производственный процесс. При работе с режущими системами **Zund** инициализация инструментов для защиты подложки/конвейерной ленты от повреждений выполняется автоматически, что существенно уменьшает возможность человеческой ошибки и, как следствие, необходимость переделывать заказ.

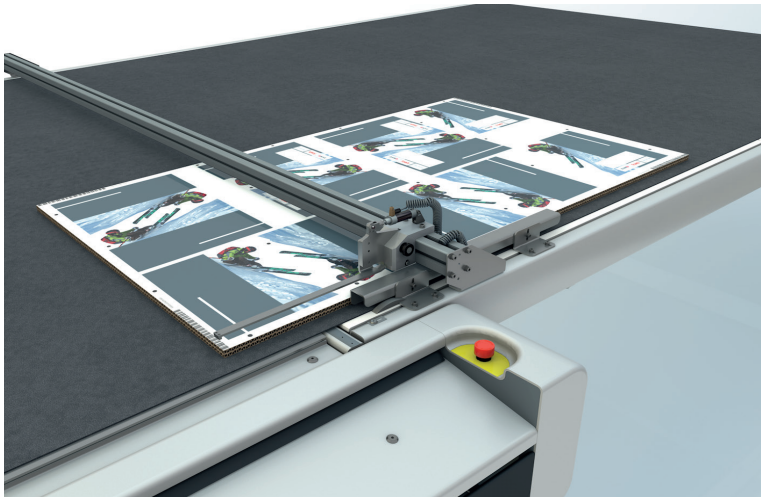




Настройка режущей системы

Загрузка материала

Эффективная подача материала – ключ к максимальной производительности. Модульная концепция режущих плоттеров **Zund** позволяет выбирать уровень автоматизации, который идеально подходит для индивидуального производственного процесса – и при этом неважно, с чем работает компания: с рулонными или листовыми материалами, панелями, или всем вместе.



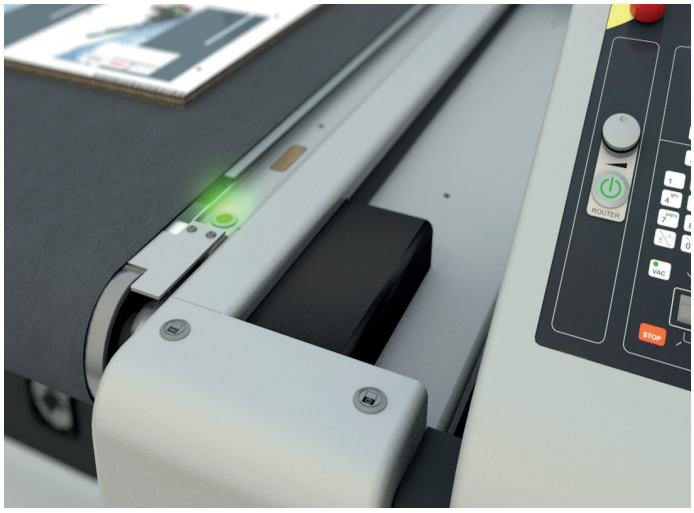
Приводка после печати

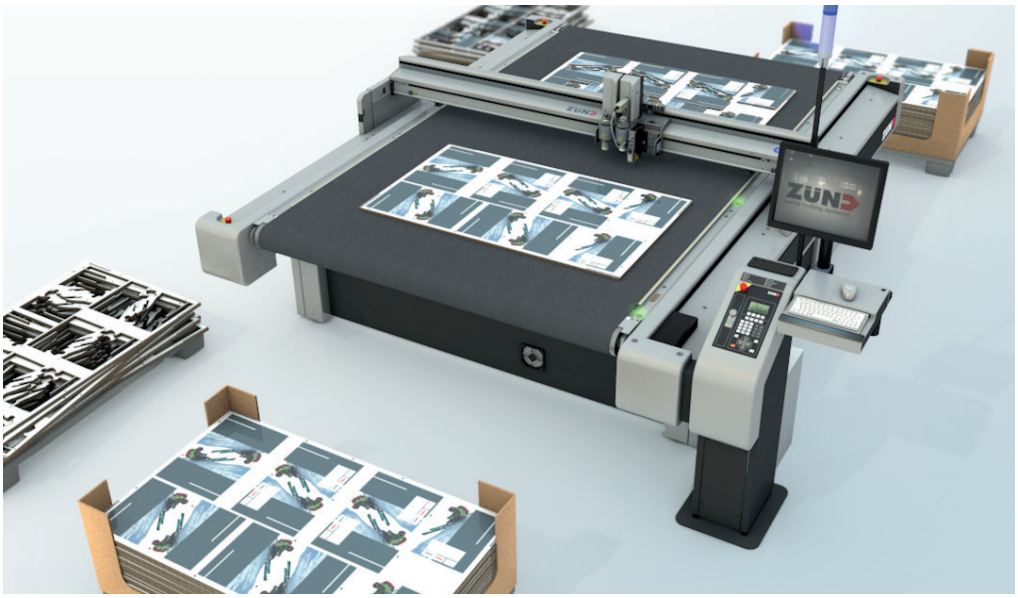
Индивидуальные контуры вместо прямоугольников могут помочь в усилении визуального воздействия на потребителя, и вы можете предложить своим клиентам запоминающиеся продукты, если ваша режущая система обладает системой приводки после печати. I**CC-камера Zund** позволяет не только вырезать запечатанное изображение по контуру, но и автоматически идентифицирует правильный файл для резки за счет сканирования напечатанного штрих-кода/QR-кода, а выполнение задания начинается автоматически и не требует дальнейшего вмешательства оператора

Обработка

Основная цель цифровой резки – добиться оптимального качества при максимально высокой возможной скорости обработки. **Zund** подходит к решению этой задачи не с позиции грубой силы, а с помощью создания интеллектуальной системы.

«Умная» система управления режущим плоттером **Zund** ориентирована на производительную и качественную работу. Скорости обработки идеально подходят для конкретного материала, пути резки оптимизируются с высокой точностью, а время опускания/поднятия инструмента и нерабочие проходы балки сведены к минимуму.





Разгрузка готовых элементов

Полностью автоматические системы разгрузки могут дополнить режущую систему и существенно ускорить производственный процесс, тем не менее, даже разгрузка вручную может быть производительной благодаря инновациям **Zund**. Например, с помощью опциональной вакуумной системы **“Тандем”** вырезанные изделия могут быть удалены со стола в то время, как резка продолжается на другой стороне режущего плоттера.

Качество и производительность одинаково важны для любой области применения и любого объема выпускаемых изделий.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОКОРЯЮТ РЫНОК.

Текст: Дмитрий Сысоев, TTG

Инновационные технологии в рекламе в последние годы невероятно популярны. Процесс продвижения интерактивных решений иногда замедляет высокая стоимость производства, тем не менее, на выставках и презентациях такие проекты — частые гости. Прежде всего, интерактив востребован за счет высокого вовлечения потребителей во взаимодействие с продуктом или услугой, тем самым повышая результативность проведения любой рекламной акции.

Актуальная выставка **«Реклама-2013»** наглядно это подтверждает. Например, российская компания **Displair** уже неоднократно демонстрирует одноименное устройство, представляющее собой интерактивный дисплей, состоящий из слоя мельчайших капель воды. Изображение проецируется на экран, а управлять им можно руками. Картинка сохраняет целостность, даже если дотронуться до нее пальцем. В этом году дисплей вызвал настоящее столпотворение около павильона, где он был выставлен. Среди минусов этой конструкции можно отметить незначительную яркость изображения и ее высокую стоимость. В дальнейшем разработчики обещают поработать над увеличением яркости и даже планируют добавить запах.

Не меньший ажиотаж вызывают и анимированные светящиеся постеры, или так называемые **EL-панели** - тонкие и гибкие светодинамические пластиковые листы. Применяется эта технология в сувенирной продукции (футболки, бейсболки), **HORECA** и **POSm** (постеры, стикеры).

Материал таких листов имеет сложную многослойную структуру, где первый слой — токопроводящая основа. На него нанесен слой люминофора - вещества для создания свечения. Все это ламинируется толстой пленкой. В результате получаем легкую и гибкую световую панель с яркой подсветкой. Она предполагает разные режимы: простое свечение, постепенное затухание и мигание; может работать от автономного источника питания и, как правило, ограничивается несколькими сутками или даже часами, что очень критично для напольного постера. Сама панель имеет небольшую толщину — 0,5-3 мм, тогда как блок управления и питания намного больше.
Еще один невероятный проект — левитирующие рекламоносители, которые активно применяются за рубежом и в нашей стране в качестве сувенирной продукции и как рекламные объекты в точках продаж. При размещении в витрине магазина такие конструкции неизменно привлекают внимание проходящих мимо посетителей.

Левитроны получили широкое распространение благодаря простоте своей конструкции. Обычно они состоят из двух отдельных частей. Первая — это рамка или основа, внутри которой расположен электромагнит. Вторая и есть рекламируемый объект. Предметом для рекламы может быть практически любой подходящий по весу: муляж телефона, бутылки, банки, обуви и др. Магнит расположен в верхней или нижней части рекламируемого товара.

Когда рамка или основа подключены к электросети, электромагниты создают поле. Оно взаимодействует с полем зафиксированных на объекте магнитов и заставляет рекламируемый объект парить в воздухе, удерживая его.

Виртуальный промоутер также относится к инновационным проектам и ежегодно пытается преодолеть сопротивление рекламодателей, чтобы активно выйти на рынок. Технически перед нами акриловая конструкция около 1 см толщиной, на которую нанесена пленка обратной проекции. С обратной стороны на нее проецируется изображение с проектора. Промоутер может принимать разные формы: силуэт человека, животного, «ожившей» продукции либо корпоративного персонажа.

Часто изделие можно встретить на презентациях, выставках, реже в точках продаж.

Большой интерес сегодня представляет использование в интерактивной рекламе технологии **Kinect**. В этой технологии применяется контроллер, который бесконтактным способом считывает позы тела и жесты и реагирует на них соответствующим образом. Изначально эта технология разрабатывалась для игровых приставок, но в дальнейшем сфера ее применения стала гораздо шире.

На фото можно наблюдать очередь из желающих поймать чипсы в банку Pringles. Победившие получили вкусные призы. Распространенный сегодня рекламный ход.

Еще одна новинка, привлекающая к себе внимание, — голографическая 3D-пирамида. Внутри пирамиды может находиться любой реальный или виртуальный объект — скажем, продукт, логотип или 3D-видеоролик, а также сочетание вышеперечисленных вариаций. С помощью пирамиды и размещенного в ней продукта можно по-

казать достоинства товара в действии. Например, поток виртуального дождя, который не вредит влагозащищенному продукту.
Размеры пирамиды по ширине могут находиться в диапазоне от 40 см до 3 метров. Большие пирамиды зачастую оснащены интерактивными деталями.

Еще одна интересная новинка, **Free Format** — инновационная рекламная технология, использующая визуальные и голографические эффекты. Выглядит это фантастически: ожившие интерактивные голограммы появляются из ниоткуда, исчезают примерно туда же и не оставляют равнодушным к показу ни одного проходящего мимо.
Основная ценность **Free Format** — это «эффект присутствия».
Изображения в полную величину транслируются на специальный прозрачный экран.

В глазах наблюдателя (с какой бы точки он ни смотрел) картина приобретает трехмерный объем и полноту. При удачно выбранном месте расположения такого объекта, качественных материалах и грамотно снятом ролике получается полная иллюзия присутствия реального человека, персонажа мультфильма или кино. Изображение не статично, а находится в движении. К примеру, проекция девушки может демонстрировать новую коллекцию одежды, спортсмена — спортивные товары и т. д. Подобная технология идеально подходит для презентаций и маркетинговых акций по продвижению новых товаров. Проекция танцовщиц или музыкантов может стать отличным сопровождением концерта или украшением развлекательного заведения.

Не так давно наши коллеги из **Fine Decision** и **GREAT** представили на площадке ЦДХ проект ShowCase, вызвавший огромный интерес у публики.
Внимание завоевал дисплей для компании **«САБМиллер»**, оснащенный датчиками определения пола, возраста, а также способный выдавать статистику по количеству взятого с витрины товара, реагирующего на появление человека.

Безусловно, инновационные продукты превосходят своих менее интерактивных собратьев по эффективности, но высокая стоимость таких проектов пока замедляет быстрое продвижение на рынок данных устройств. Однако, учитывая настроение потребителей, уставших от рекламного однообразия, и дефицит рекламных площадей, эксперты полагают, что традиционной рекламе в ближайшее время придется потесниться, чтобы впустить серьезного и перспективного игрока на рынок.

Miller
ПРЕДУПРЕЖДАЕМ О ВРЕДЕ ЧРЕЗМЕРНОГО УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ
IT'S Miller TIME

ХИМИЧЕСКАЯ МЕТАЛЛИЗАЦИЯ: ЯРКИЕ ИЗДЕЛИЯ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЕКТОВ.

Металлизацию сегодня используют в различных сферах, например в автосервисе. Но наиболее широко эта технология находит применение в рекламе — при изготовлении сувенирной продукции и производстве POS- материалов. Если необходимо создать дисплей в виде рельсов, стенд для автомобильной компании, детали авто для инсталляции или даже призы POPAI AWARDS — металлизация незаменима.

Существует несколько технологий металлизации материалов, в том числе гальванопластика и вакуумное напыление. Отличной альтернативой этим дорогостоящим и сложным методам является химическая металлизация, или хромирование. Наносить металлическое покрытие можно на детали любых форм и размеров, сделанные фактически изо всех материалов, даже очень пористых, включая пластмассу, гипс, дерево и др.

Установка для химической металлизации, так называемая «мета-хром», представляет собой простую конструкцию — передвижную платформу, где установлены четыре герметичных металлических бака с химическими реагентами, панель управления с измерительными приборами, распределительное устройство и распылительные пистолеты.

Этапы процесса хромирования.

1. Нанесение связующего грунта.

Стандартным краскораспылительным оборудованием на поверхность изделия наносится несколько слоев связующего грунта до образования гладкого стекловидного покрытия с высокой степенью глянца.

После высыхания связующий грунт «активен» по отношению к образующемуся слою металлизации, обеспечивая ему высокую скорость осаждения, исключительную адгезию и зеркальный блеск металлического покрытия.

2. Химическая металлизация.

В этом процессе используется установка для химической металлизации «мета-хром». Сначала поверхность изделия активируется путем распыления на нее раствора. Сразу после этого изделие промывается дистиллированной или деминерализованной водой, а на его поверхность одновременно распыляются химические реагенты и восстановители, образующие белоснежное зеркальное металлическое покрытие.

3. Нанесение защитного лака.

С помощью стандартного краскораспылительного оборудования для защиты зеркального металлического покрытия от потускнения и механического износа на его поверхность наносится несколько слоев защитного лака. Если в лак добавить в определенной пропорции красящие пигментные тонеры, можно придать поверхности изделия различные цвета, в том числе вид хрома, золота, меди, бронзы и других.

Среди достоинств метода эксперты отмечают прежде всего простоту выполнения. Так как процесс не является технически сложным, нанесение похоже на распыление обычной краски. Металлическое покрытие отлично применимо для изделий любых форм, размеров, изготовленных из различных материалов. Процесс позволяет добиться получения разнообразных оттенков. После металлизации предметы приобретают высокую твердость и износостойкость.

Для осуществления хромирования вам понадобится специально оборудованное помещение и необходимое количество дистиллированной воды.

Традиционно изделия после металлизации привлекают к себе внимание. Этот эффект можно активно использовать в рекламном производстве, в том числе и для создания креативных броских проектов.

100 PA
Тел.: +7 (495) 601-9900
www.100ra.ru/
Группа компаний 100PA — это:
100PA PRINT — широкоформатная печать на рулонных и листовых материалах, экосольвентная печать, УФ печать, шелкотрафаретная печать.
100PA POS — POS материалы, торговое оборудование.
100PA GRAPHICA — транспортная графика, реклама на транспорте, винилография.

3A Composites
Тел.: + 7 (903) 687-0011
www.display.3AComposites.com
Лидер по производству панельных материалов для сферы визуальной коммуникации. Изделия применяются в сфере изготовления вывесок, дисплеев, (POS/POP), полиграфии, рекламы, оформления выставочных стендов, прямой цифровой печати и монтажа фотографий.

3D DISPLAY
Тел.: +7 (495) 789-4647
www.3d-display.ru/
Хороший дисплей может рассказать о бренде убедительнее и ярче, чем самый выразительный слоган. Мы верим в то, что суть рекламы — это дизайн, а наши дисплеи красноречиво это подтверждают.

BeeTL
Тел.: +7 (499) 418-0081
www.beetl.ru
Агентство интегрированных коммуникаций BeeTL специализируется на instore коммуникациях и является ведущим отечественным indoor-оператором. Занимается проведением различных рекламных активностей в сетях розничной торговли, торговых центрах и т.д.

City-A
Тел.: +7 (495) 792-5596
www.city-a.ru
- Consumer Promotion
- district Meetings
- Event Marketing
- MICE
- Trade Promotion

DIXI
Тел.: +7 (499) 951-0530
ra-dixi.ru
Основные направления: графический дизайн, web-дизайн, креативные разработки и производство POS-материалов, оформление мест продаж, складские услуги и логистика рекламной продукции по всем регионам России.

Fine Decision
Тел.: +7 (912) 670-0002
www.finedecision.com/
Основные направления:
Indoor-реклама (разработки и производство POSm, проведение рекламных кампаний),
Технический мерчандайзинг (доставка, хранение, установка, обслуживание, ремонт и утилизация POSm), анализ эффективности рекламных кампаний.

Geometry Global
Тел.: +7 (495) 792-3874
www.geometry.com
Агентство предоставляет услуги по планированию и разработке активационных программ. Применяет различные каналы, материалы и инструменты для активации бренда. Направления деятельности: shopper marketing, цифровые и мобильные медиа.

Hewlett-Packard
Тел.: + 7 (495) 797-3500
www.hp.com/go/scitex
Компания предоставляет решения в области ИТ-инфраструктуры, персональных вычислительных систем и устройств доступа, услуги по системной интеграции, сервисной поддержке и аутсорсингу, а также устройства печати и средства вывода изображений. Подразделение компании HP Scitex Industrial является мировым лидером в области производства промышленного цифрового широкоформатного печатного оборудования.

INSCOM Solutions
Тел.: +7 (499) 272-3032
www.inscomsolutions.ru
INSCOM Solutions является лидером сегмента логистики и инсталляции POSM, торгового оборудования и рекламных материалов. Узкая специализация и существенная экспертиза позволяют наряду с уникальным IT решением оптимизировать проекты заказчиков.

IdeaSupermarket
Тел.: +7(495) 234-0033, +7(495) 232-0103
www.ideasupermarket.com
Компания IdeaSupermarket – это одна из ведущих в России фирм, специализирующихся на создании концепций для предприятий торговли. Уже более 20-ти лет мы консультируем, разрабатываем дизайн-проекты торговых залов и технологических цехов, создаем интерьеры, подбираем и устанавливаем профессиональное оборудование.

ITM
Тел.: +7 (495) 956-2696
www.itm-gms.ru
ITM Group осуществляет весь комплекс услуг по трейд-маркетингу: мерчандайзинг, аутстаффинг, мотивационные программы, торговый аудит, управление полевым и торговым персоналом, а также программы обучения с применением цифровых технологий.

JosDeVries
Тел.: +7 (926) 009-0747
www.josdevries.ru
JosDeVries The Retail Company специализируется на разработке ритейл-стратегии и выражении ее ключевых принципов в образе магазина: планировке, графике, дизайне интерьеров и фасадов, визуальном мерчендайзинге.
Благодаря широкой сети офисов в Европе и России и международному опыту, агентство создает инновационные, трендовые и ориентированные на максимальную эффективность и отдачу с квадратного метра ритейл-проекты.

OktoPrint
Тел.: +7(495) 789-8081
www.zuend.ru
«ОктоПринт Сервис» является представителем компании Zund Systemtechnik AG – швейцарского производителя универсальных цифровых планшетных режущих плоттеров Zund, отличающихся высокой точностью и надежностью, а модульность конструкции и большое количество различных модулей и инструментов позволяет резать и фрезеровать рулонные и листовые материалы, от бумаги и ткани до акрила, ПВХ-панелей и алюминия.

POSM03
Тел.: +7 (499) 191-6338
www.posm03.ru/
Компания «ПОСМотри» предлагает полный спектр услуг по оформлению BTL-мероприятий и точек продаж: от стадии разработки концепта и дизайна до производства, монтажа и обслуживания готового изделия.

POSmart
Тел.: +7 (495) 780-9925
www.posmart.ru
Компания P.O.Smart является экспертом в области проектирования и изготовления pos-материалов с различными видами подсветки и динамическими эффектами для сегментов HoReCa и Retail с учётом индивидуальных требований заказчика.

PUBLIC TOTEM
Тел.: +7 (495) 797-4542
www.publictotem.ru
Комплексный подход в реализации задач клиента, включающий в себя разработку и производство всех видов POS-материалов, промо-упаковки и рекламного оборудования, поставку сувениров и промо-материалов, а также оказание услуг в сфере инсталляционного сервиса и технического мерчандайзинга.

PVG
Тел.: +7 (495) 604-1102
pvg.ru
PVG является одним из основных производителей товаропродвигающей продукции на рекламном рынке России - от разработки до инсталляции и обслуживания в ТТ - POSm пластик, POSm картон, SRP и PrePak, широкоформатная печать, Digital Decision, торговая мебель.

Retailor
Тел.: +7 (499) 995-1977
retailor.ru
Retailor оказывает услуги, связанные с сервисной поддержкой производителей в розничной торговле: логистика, складское хранение, сортировка, доставка, монтаж, обслуживание, демонтаж и утилизация POSM, торгового и холодильного оборудования.

RTC Russia
Тел.: +7 (495) 641-1883
www.rtc.com
Проектирование, производство и поставка торгового оборудования.

Seven
Тел.: + 7 (495) 748-5959
www.7-agency.ru
Агентство Seven специализируется на реализации разноплановых программ в области торгового маркетинга (мотивационные программы, мерчандайзинг, in-store консультирование, retail audit, управление POSM и т д).

TAG WILLIAMS LEA
Тел.: +44 (0)20 7772 4200
www.williamslea.com
Услуги: решения по аутсорсингу и реинжинирингу бизнес-процессов для маркетинга и закупок: от креатива/адаптации материалов в различных категориях (2D/3D печать, POSM, видео/аудио), производства, дистрибьюции, инсталляции и до сервисного обслуживания.

VAZARI
Тел.: +7 (495) 974-6003
www.vazari.ru
Агентство VAZARI оказывает полный цикл услуг по разработке креативных материалов:
— брендинг (идея бренда, стратегия, позиционирование);
— визуальная идентичность;
— творческая концепция рекламной кампании;
— дизайн рекламных макетов;
— творческая концепция событий и мероприятий.

VIRTU
Тел.: +7 (499) 951-0309
www.virtu.ru
МЫ СОЗДАЕМ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ВАШИХ БРЕНДОВ В МЕСТАХ ПРОДАЖ.
Более 20 лет VIRTU предоставляет полный спектр услуг (разработка — производство — сервисное обслуживание) в области POSM, эксклюзивной торговой мебели и комплексного оформления бутиков. Мы предлагаем нашим клиентам как экономные, так и сложные инновационные решения с использованием передовых технологий, широкого спектра материалов и интерактивных элементов.

Vitrina A
Тел: +7 (495) 234-9900
www.vitrina.ru
Компания Vitrina A предоставляет комплексные решения в сфере коммуникаций в местах продаж: стратегия, концептуальный дизайн, производство, полный сервис. Мы работаем с крупнейшими рекламодателями в мире и решаем задачи самого высокого уровня сложности!

АПЕЛЬСИН
+7 (495)645-21-70
www.apelsinrg.ru
Компания «Апельсин» изготавливает все виды наружной и интерьерной рекламы. В производстве используются самые качественные материалы лучших европейских и американских производителей, при этом качество всегда соответствует цене.

ДЕКА
Тел. +7 (4852) 76-4915
deka.yar.ru
ДЕКА — мы уже 20 лет разрабатываем и создаем современные и креативные решения для продвижения Ваших брендов в точке продаж POSM. Работаем с пластиком, металлом, ДСП, МДФ и стеклом.

Диза
Тел.: +7 (495) 231-3888
www.diza.ru
Компания специализируется на поставках, переработке и производстве самоклеящихся лент и изделий из них для различных отраслей промышленности.

Дубль В
тел.: +7 (495) 725-0888
www.doublev.ru
Целью компании является комплексное обеспечение материалами для полиграфии. Имеет широкий ассортимент полиграфических материалов: бумага, картон, фольга, переплетные материалы, краски, клеи и др.

Инел Дисплей
Тел.: +7 (495)287-9800
www.inel-display.ru
ИНЕЛ — ДИСПЛЕЙ — один из ведущих производителей POSM. Дизайн и собственное производство эксклюзивных POSM. Готовые решения для мерчендайзинга и оформления торговых залов. Технический мерчендайзинг: монтаж и обслуживание POSM.

ЛазерСтиль
Тел.: +7 (495) 734-9156
www.laserstyle.ru
Компания работает по направлениям: производство вывесок и наружной рекламы, изготовление POS-материалов, комплексное оформление мест продаж. Услуги: дизайн, разработка, производство, сервисное обслуживание, согласование рекламных конструкций.

ЛБЛ МАРКЕТИНГ ПРОДАКШЕН
Тел.: +7 (495) 989-1236
lbl-mpro.ru
Это ведущая сервисно-производственная компания рекламного рынка России и СНГ. Основные направления: POS-МАТЕРИАЛЫ, 3D-ДИЗАЙН, PRINT MANAGEMENT, ПРОМО-ОДЕЖДА и УПАКОВКА, ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ, ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРЬЕРОВ И ТОРГОВЫХ ТОЧЕК.

ЛРТ
+7 (495) 730-5118
www.lrt.ru/
ЛРТ — поставщик оборудования и материалов для производства наружной и интерьерной рекламы, POP/POS изделий, упаковки и сувенирной продукции. Компания официально представляет в России более 40 мировых брендов (HP, Esko, Canon (Oce) и многих других).

Мессе Дюссельдорф Москва
Тел.: +7 (495) 955-9199
www.messe-duesseldorf.ru
Компания занимается организацией выставок по всему миру. Основные направления выставочных программ: машиностроение; торговля, сфера услуг; медицина и здоровье; мода и стиль жизни; досуг и развлечения.

П.О.С. МАТЕРИАЛЫ
Тел.: +7 (495) 660-27-26
btlpos.com
Разработка и производство POS-материалов и торгового оборудования. Доставка и инсталляция в любой точке России с собственных фабрик в Московской и Новосибирской областях. Экспортные поставки. Трейд и консьюмер промо.

Петр и Павел
Тел.: +7 (499) 963-9038
www.peter-pavel.ru
Агентство «Пётр-Павел» предлагает комплексные решения в области дизайна проектирования и производства нестандартного торгового оборудования и POS материалов. Логистика, монтаж, гарантийное и послегарантийное обслуживание.

Призмикс
Тел.: +7 (495) 956-1115
www.prizmix.ru
Компания Prizmix занимается поставками расходных материалов торговой марки Triangle, продажей и обслуживанием оборудования и расходных материалов премиум класса EFI VUTEk, продажей и обслуживанием оборудования и расходных материалов EFI Rastek.

Про Ма
Тел.: +7 (495) 221-6300
www.sspproma.ru
Сферы деятельности ССП «Про Ма»: организация событий, выставок и конференций, проведение промо кампаний, тест-драйвов, road show, разработка и производство POS-материалов и сувенирной продукции.

РИА-Лужники
Тел.: +7 (495) 600-44-60, +7 (495) 600-44-61
www.ria-luzhniki.ru
Печатные материалы для оформления мест продаж. Эксклюзивные и серийные стойки и дисплеи для каналов HoReCa, торговых сетей и магазинов. Оформление торгового пространства. Победитель в конкурсе «OMA RUSSIA AWARDS», призер конкурсе «superstar Russia 2006».

Ти Ти Джи
Тел.: +7 (495) 510-6721
www.tt-g.ru
TTG — сервисная компания. Предлагает полный комплекс работ по созданию POSM. В составе: дизайн-студия, производственный отдел, in-store отдел, а также отделы логистики, сувенирный отдел и отдел digital.

Экспопарк Выставочные Проекты
Тел.: +7 (495) 657-9922
www.expopark.ru
Одна из старейших и авторитетных независимых выставочных компаний на российском рынке. 17 лет успешно работает в сфере создания концепций и организации выставок, а также предоставляет полный комплекс выставочных услуг.

Энтузиаст реклама
Тел.: +7 (495) 229-50-85
www.entuziast-reclama.ru
РПК «Энтузиаст-Реклама»: POSm-продукция\мебель: ЛДСП (кромкооблицовка, присадка), МДФ (окраска, лакировка), HPL; наружная реклама, внутреннее оформление, застройка выставочных стендов; изготовление, монтаж, сервис; Москва, Подмосковье, ЦФО,СЗФО.