

# КАНЦЕЛЯРИЯ

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ декабрь-январь 2013

## №58

ЛАБОРАТОРИЯ MAPED ПРЕДСТАВЛЯЕТ

3 цвета 



НЕЛОМАЮЩАЯСЯ

ГИБКАЯ

ЛЕГКО ЧИТАЕМАЯ ШКАЛА

УДАРОПРОЧНАЯ

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

### TWIST'N FLEX

Заново ИЗОБРЕТЕНО



ЛИНЕЙКА, КОТОРАЯ СВРАЧИВАЕТСЯ В ЛЮБУЮ ФОРМУ!

# Мебель для офиса

**ОПТОМ**

## Кресла и стулья

Для персонала и руководителей  
более **150** моделей



## Мягкая мебель

**8** коллекций различных стилей и направлений



## Металлическая мебель

Более **120** позиций сейфов,  
шкафов и стеллажей



## Корпусная мебель

Широкий модельный ряд  
мебели для персонала



Федеральный поставщик мебели для офиса



Федеральная сеть оптовых складов.  
Регулярная доставка маршрутами по России.

оптовый интернет-магазин  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

# СОДЕРЖАНИЕ

4	<b>Новости</b>	28	<b>Торговая марка</b>	40	<b>Выбирайте лучшее</b>
14	<b>Товарный обзор</b>		<b>Подарочные наборы Galant</b>		<b>Видеорегистраторы и радар-детекторы</b>
	<b>Пластиковые папки для хранения большого количества документов</b>	32	<b>Знакомство с дилером</b>	47	<b>Белая книга</b>
			<b>Дилер корпоративной торговли</b>		<b>LYRECO: «Вы — наш самый главный клиент!»</b>
24	<b>В фокусе</b>	38	<b>Событие</b>	48	<b>Школьный базар</b>
	<b>По страницам нашей памяти: фотоальбомы Brauberg</b>		<b>«Самсон-Пермь»: «пять» за пятилетку</b>		<b>Точилки и стирательные резинки</b>

## РЕКЛАМОДАТЕЛИ

АПКОР .....	46
Acco Brands .....	27
Durable .....	11
ErichKrause .....	23
MAPED .....	1
Tchibo .....	60
ПЕТРОПЕН-Плюс .....	13
САМСОН .....	2, 5, 7, 9, 21, 31, 36, 43, 44, 51, 53, 57, 59
Сегмент .....	58
Старлесс .....	35
Хатбер .....	17

## ПРАЙС-ЛИСТ

### НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАНЦЕЛЯРИЯ»

Позиция	Стоимость, руб
<b>обложка</b>	
1-я страница .....	90 000
2-я страница .....	70 000
3-я страница .....	60 000
4-я страница .....	80 000
<b>внутренние полосы</b>	
Центральный разворот .....	90 000
Разворот (2 полосы) .....	80 000
1 полоса .....	50 000
1/2 полосы .....	30 000
1/3 полосы .....	25 000

## ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

№ 58, декабрь-январь 2012-2013

Учредитель: ..... ООО «БРГ инвест»

Главный редактор: ..... Мария Тарасенко

Корреспонденты: ..... Анна Власова,

Оксана Лаврентьева, Александр Котляров

Дизайн и верстка: ..... С. Подпоронова

### Прием и оформление рекламы:

Тел.: (473) 242-59-37, 89107498552

info@kancelaria.ru

Распространяется бесплатно

Тираж: 7000 экз.

### Адрес редакции:

394026, Воронеж, ул. 45-й Стрелковой Дивизии, 261а

Интернет: www.kancelaria.ru

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Канцелярия», допускается только с разрешения авторов и письменного разрешения редакции. Редакция не предоставляет справочной информации. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях и в рубриках «Новости» и «Новинки».

Ответственность за содержание материалов, опубликованных на коммерческой основе, несет рекламодатель.

Рекламуемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Журнал «Канцелярия» зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство

ПИ №77-13476 от 30 декабря 2002 г.

© ООО «БРГ инвест», 2006

## Яркий мир Hatber

Встречайте новинки цветных карандашей в наборах от Hatber — карандаши «BLACK DIAMOND» (12 и 24 цвета) и карандаши «Премиум» (6, 12, 18 и 24 цветов).

Корпус карандашей изготовлен из липы. Высококачественный грифель категории А+, диаметром 3 мм, обеспечивает очень мягкое письмо при насыщенных и ярких цветах.

Внутренний поддон предоставляет возможность использования упаков-

ки в качестве пенала. Яркий цвет корпуса карандашей BLACK DIAMOND контрастирует с черным деревом, серия выглядит ярко и презентабельно.

На корпусе каждого карандаша нанесен логотип «Hatber». Упаковка с европодвесом имеет привлекательный внешний вид и удобна для размещения на специализированных стойках.

Рисуйте с удовольствием! Рисуйте вместе с Hatber!



## «Яркий позитив» — хозтовары FUN CLEAN

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о появлении в своем ассортименте нового бренда Fun Clean, под которым представлен широкий спектр наиболее востребованных рынком хозтоваров. Таких, как:

- мешки для мусора;
- салфетки для уборки;
- губки и мочалки для мытья посуды;
- изделия для хранения и приготовления пищи.

Продукция Fun Clean производится по инновационным технологиям из высококачественных материалов. Образ Fun Clean разрушает стереотипы сине-зеленых упаковок и выгодно выделяет продукцию на фоне конкурентов. Новинки товаров Fun Clean встречают своих покупателей в стильной и яркой упаковке. Уже сейчас продукцию под торговой маркой Fun Clean можно видеть на полках тысяч магазинов в России и СНГ.



## Демократичная модель мобильного телефона

Группа компаний «Самсон» сообщает о появлении в своем ассортименте мобильных телефонов «демократичных» моделей SAMSUNG GT-E1150.

Благодаря компактным размерам и плавным очертаниям корпуса, этот раскладной телефон удобно держать в руке во время разговора. Также он без проблем помещается в кармане или сумочке.

- Экран CSTN. Диагональ — 1,4".
- Разрешение экрана — 128x128 пикселей.
- Количество цветов дисплея — 65,54 тыс.
- Встроенная память — 1 000 Кб: 500 контактов, 300 сообщений.
- Интерфейсы: аудио S20 Pin.
- Время работы в режиме разговора: до 8,5 ч.
- Время работы в режиме ожидания: до 740 ч.
- Стандарты сети GSM и EDGE: GSM 900/1800 МГц.
- Цвет: красный, черный, серебристый.
- Комплект поставки: телефон, зарядное устройство, инструкция.
- Размеры (ВхШхГ) — 88x44x19,8 мм.
- Вес — 72,5 г.
- Гарантия — 12 месяцев.



## «За яркими впечатлениями — в Венецию!»



Группа компаний «САМСОН» подвела итоги акции «За яркими впечатлениями — в Венецию!», которая проходила в 2012 году.

Победителями становились те клиенты, у которых за период акции был отмечен наибольший оборот в рублях по закупке фломастеров и цветных карандашей BRAUBERG. Покупая фломастеры и цветные карандаши BRAUBERG, все клиенты компании, участвовавшие в акции,

получали шанс стать обладателем главного приза — путешествия в романтическую Венецию.

Кроме того, победителям вручались и другие «яркие подарки»: 3 фотоаппарата 3D и 5 цифровых фоторамок.

Группа компаний «Самсон» от души поздравляет победителей и приглашает всех клиентов участвовать в новых акциях, которые непременно будут проходить в 2013 году!



## Широкий выбор бэджей и держателей для бэджей BRAUBERG

Бэджи и аксессуары для них широко востребованы сегодня практически в любой организации: от крупной компании до обычного продуктового магазина.

Торговая марка BRAUBERG предлагает Вашему вниманию широкий ассортимент бэджей, держателей-рулеток и лент, которые дадут возможность покупателю сэкономить, а продавцу получить достойную прибыль.

Горизонтальные и вертикальные бэджи BRAUBERG для именных карточек на текстильном шнурке с двумя карабинами станут логичным выбором для участников конференций, выставок или международных форумов. Карман из мягкого прочного пластика размером 90x120/120x90 мм гарантирует долгий срок службы. Бэджи поставляются комплектом по 5 штук.

Для удобной эксплуатации стандартных бэджей рекомендуем предложить Вашим покупателям держатели-рулетки и ленты.

Держатели-рулетки BRAUBERG предназначены для крепления бэджей, магнитных карт, пропусков, ключей и мелкого инструмента. Рулетки на текстильной ленте подходят для ношения на шее, а рулетки с кольцом и металлическим клипом — для ношения на поясе.

Разноцветные ленты BRAUBERG с безопасным сцеплением отлично подойдут для любого бэджа. Ленты имеют пластиковую защелку, которая размыкается при натяжении и гарантирует 100% безопасность и защиту от удушья лентой при ее случайном натяжении.

Упаковка новинок — полибэг с европодвесом.



Чернографитные карандаши для школы и офиса

**BRAUBERG**  
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

**ПИФАГОР**

- Цвета корпусов от классических до суперактуальных
- Наборы по 4, 6, 10, 12 штук, различной мягкости для чертежников и художников-графиков
- Разнообразие красочных упаковок

Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

## КИСТИ И НАБОРЫ КИСТЕЙ

**BRAUBERG**  
BRAUBERG BRANDS GmbH - GERMANY

**ПИФАГОР**

Более 50 моделей!  
Высокое качество!  
Доступные цены!

Заказывайте  
в интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)



## Интерактивная доска TRIUMPH BOARD Multi Touch 78

В ассортименте интерактивных досок и систем группы компаний «Самсон» появилась интересная новинка — TRIUMPH BOARD Multi Touch 78.

Эта интерактивная доска дает возможность одновременно писать и рисовать на ней четырем пользователям. Для работы с доской не требуется настройка отдельного режима — пользователи могут писать, рисовать и передвигать объекты интерактивным пером, указкой и даже пальцем. TRIUMPH BOARD 78» MULTI Touch присоединяется к компьютеру через скоростной интерфейс USB 2.0.

Преимущества работы с интерактивной доской очевидны:

- интерактивная доска в школах, вузах и других образовательных учреждениях помогает включить в учебный процесс новые мультимедийные учебные пособия, сделать занятия более интересными;

- интерактивная доска в деловой сфере позволяет существенно повысить эффективность совещаний.

С полным ассортиментом интерактивных досок и систем можно ознакомиться в интернет-магазине «Самсон-Заказ».



## Настольные игры-приключения от Hatber

Компания Hatber представляет новинки — настольные игры формата A2 (50x70 см) «Волшебная страна» и «Остров сокровищ» с кубиком и фишками. Настольные игры на большом игровом поле рассчитаны на двух и более игроков.

Вы сможете побывать в роли пирата и оказаться на «Острове сокровищ» в поисках клада, здесь вас ждут захватывающие приключения, увлекательные повороты событий, неожиданные преграды и ловушки. Игра наполнена яркими сюжетами и динамикой, скучать не придется!

Оказавшись в «Волшебной стране», вам предстоит окунуться в сказочный мир эльфов и фей, встретиться с русалочкой и гномами, прокатиться на медведе и даже повстречать на своем пути огнедышащего дракона. Вас ждет загадочная атмосфера магии и волшебства. Удачных путешествий!

Эти игры-приключения по сказочным местам развивают воображение, наблюдательность и внимание, а также навыки коллективной игры у детей.

Отлично провести время с друзьями или в кругу семьи Вы сможете с настольными играми от Hatber!



## Гарнитуры для телефона и громкая связь

Ассортимент гарнитур и громкой связи для телефонов группы компаний «Самсон» пополнился новыми моделями от JABRA, PLANTRONICS, SAMSUNG и PROLIFE.

Громкая связь в автомобиле нужна, прежде всего, для удобства и безопасности водителя. Вашему покупателю не понадобится искать в кармане телефон, нажимать нужную кнопку для ответа, приглушать звук магнитолы — комплект громкой связи для автомобиля сделает все сам. К примеру, Jabra Cruiser 2, которая работает в режиме разговора до 14 часов, станет надежным другом для тех автолюбителей, кому приходится часто разговаривать по мобильному телефону. Bluetooth-гарнитура сможет одновременно эффективно работать сразу с несколькими устройствами. Индикатор и голосовые предупреждения всегда своевременно проинформируют о его состоянии и подскажут, какие дальнейшие действия может пред-

принять пользователь. В комплект входит: зарядное устройство от прикуривателя 12В, USB-кабель, инструкция. Крепится на козырек.

Телефонная гарнитура достаточно быстро стала привычным явлением в современной жизни. Возможно, это связано с тем, что использование беспроводной гарнитуры для телефона позволяет разговаривать по телефону и одновременно свободно заниматься различными делами. Если у Вашего покупателя есть желание отстраниться от окружающей действительности в общественном транспорте или на шумной улице, то для него удобным выходом станет стереогарнитура PROLIFE BT59 с функцией подавления эффекта эха и шумов. В режиме разговора устройство работает до 10 часов, а в режиме прослушивания музыки — до 6 часов. В комплект входит: зарядное устройство от сети, инструкция.



## Антивандалные диспенсеры BREEZE

Группа компаний «Самсон» рада сообщить о появлении в ассортименте новых моделей антивандалных диспенсеров для жидкого мыла BREEZE.

Антивандалные наливные диспенсеры для жидкого мыла из нержавеющей стали обеспечивают высокую гигиеничность и экономичный отбор мыла. Выдают жидкое мыло небольшими порциями. Возможна также заправка диспенсера шампунем, кондиционером для волос и т. п. Наливные диспенсеры не требуют регулярной замены картриджа, поэтому они станут выгодным приобретением для любой организации.



## BRAUBERG помогает заявить о себе



Жизнь в современном обществе практически невозможно представить себе без рекламы. Новинки рамок для рекламы и объявлений от BRAUBERG помогут проинформировать всех и обо всем стильно и эффективно.

Товары изготовлены из алюминиевого профиля и представляют собой: рамки для рекламы и объявлений на стойке (для формата А3, А4), настенные рамки для рекламы и объявлений (для формата А1, А2, А3 и А4) и напольные рамки-стендеры (для формата А1).

Рамка-стендер — одно из самых популярных приспособлений для рекламы. Стендеры размещаются в непосредственной близости от рекламируемого объекта. Очень удобно использовать стендеры в случаях, когда основная вывеска организации скрыта деревьями или зданиями. Также стендеры устанавливаются и внутри помещений. Особенно часто их размещают в холлах учебных заведений и банках. Рамка-стендер от

BRAUBERG формата А1 представляет собой двухсторонний складной дисплей, который может использоваться как в помещении, так и на улице. Благодаря продуманной конструкции рекламный плакат или иное изображение на штендере очень легко заменить: требуется просто поднять прижимные стороны, вынуть защитный вкладыш из ПВХ и... все. Размер размещаемого плаката — 594x841 мм. Высота рамки в собранном виде — 114 см. Ширина профиля — 32 мм.

Надежная упаковка рамок исключает повреждение товара во время транспортировки.

Новинки рекламных рамок BRAUBERG изготовлены из высококачественных материалов, поэтому смотрятся надежно и респектабельно. По соотношению «цена-качество» рамки для рекламных материалов BRAUBERG занимают выгодное положение на рынке. Несомненно, Ваши покупатели останутся довольны продукцией, которую мы Вам предлагаем.

## Компактный mp3-плеер RITMIX RF-2300



В ассортименте товаров от торговой марки RITMIX группы компаний «Самсон» появились яркие новинки — mp3-плееры RF-2300.

Функциональный и сверхкомпактный mp3-плеер Ritmix RF-2300 не имеет дисплея и потребляет минимум энергии, поэтому максимальное время работы от элементов питания составляет 6 часов. Интегрированный накопитель вмещает 4 гигабайта музыки. Устройство практически невесомое — всего 18 г, включая аккумулятор. Управление плеером — простое и удобное, не требующее визуального контроля операций. Новинку от Ritmix можно носить в кармане или сумочке, а также она прекрасно крепится к одежде за счет встроеной в корпус клипсы. Стиль новинки подчеркивает богатое разнообразие цветов — устройство представлено в черном, красном, фиолетовом и голубом корпусе.



## Нежданное путешествие вместе с Herlitz



В декабре в российский и мировой прокат вышел фильм Питера Джексона «Хоббит: Нежданное путешествие». Новая работа режиссера оscarоносной трилогии «Властелин колец» — экранизация популярного романа Джона Толкина, любимого несколькими поколениями отечественных читателей. Компания Herlitz встречает долгожданную премьеру новой лицензионной серией The Hobbit.

Киноманы, любители Толкина, поклонники фэнтези и персональные фанаты исполнителя главной роли Мартина Фримана — все они смогут совершить собственное путешествие в мир Средиземья вместе с товарами серии The Hobbit. Блокноты на спирали и записные книжки пригодятся

дома, во время учебы и по дороге туда и обратно, а папки-регистраторы помогут надежно сохранить важные документы.

Аксессуары The Hobbit выпускаются в трех различных дизайнах, созданных по лицензии компании Warner Bros. Entertainment Inc. Один из них посвящен главному герою фильма Бильбо Бэггинсу, второй собирает вместе известных персонажей «Властелина колец» и «Хоббита», на третьем — чарующие пейзажи Средиземья.

В России товары серии The Hobbit представляет официальный партнер Herlitz — компания «ПЕТРОПЕН Плюс». Познакомиться с полным ассортиментом серии можно на сайте компании.

## Электрические точилки BRAUBERG

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении ассортимента электрических точилок новинками от BRAUBERG.

Настольные электрические точилки «Office style» и «Пингвин» для круглых, шестигранных и трехгранных чернографитных и цветных карандашей станут стильными инструментами на рабочем столе.

- Отлично заточенные карандаши.
- Экономия времени.
- Съёмный вместительный контейнер для стружки.
- Легко очищаемые стальные лезвия.
- Длина USB-шнура регулируется до 80 см с помощью специальной рулетки.
- Нажатие на карандаш приводит точилку в действие.
- Питание - от USB, 4 батареек AA.



## Компактные ламинаторы FELLOWES

В ассортименте ламинаторов группы компаний «Самсон» появились новые модели от FELLOWES: Lunar, Saturn 2, Cosmic 2 и Neptune 2.

Ламинирование документов широко применяется как в крупных организациях, так и в небольших компаниях. Ламинаторы для малого офиса под маркой FELLOWES имеют отличные технические и эксплуатационные характеристики. Устройства совмещают компактные размеры и возможность ламинирования документов форматов А3 и А4.

В зависимости от модели, гарантия на ламинаторы — от 2-х лет.



**BRAUBERG**<sup>®</sup>  
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

РУЧКИ БИЗНЕС-КЛАССА



- Металлический корпус
- Лучший выбор для индивидуального или корпоративного подарка
- Подходят для нанесения логотипа
- Подарочный футляр

доступны для заказа  
в оптовом интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

## Чехлы для внешних жестких дисков CASE LOGIC



Группа компаний «Самсон» сообщает о появлении новинок в ассортименте чехлов для внешних жестких дисков.

Сегодня чехол для внешнего жесткого диска — это необходимость. Ведь при активной эксплуатации жесткого диска на его поверхности появляются не только отпечатки пальцев, но и царапины, а падения или удары и вовсе

губительны для такого устройства — вся информация может быть просто потеряна. Чтобы избежать этого и сохранить диск в опрятном виде, предложите вниманию своих покупателей чехлы CASE LOGIC. Тонкие и надежные чехлы из нейлона не только защищают внешний жесткий диск, но и вмещают также шнуры для подключения.



## Текстмаркеры MAPED «Fluo Pep's Classic»



Группа компаний «Самсон» сообщает о «ярком» расширении ассортимента товаров MAPED текстмаркерами «Fluo Pep's Classic».

Текстмаркеры MAPED «Fluo Pep's Classic» идеальны для выделения текста на бумаге, факс-бумаге и бумаге для копировальных машин; позволяют проводить линии от 1 до 5 мм, что очень удобно при работе с текстом, напечатанным мелким шрифтом, и с таблицами.

Текстмаркеры MAPED «Fluo Pep's Classic» облегчат деятельность офисного работника и помогут в постижении наук школьникам и студентам. Яркие и нестандартные, наши новинки легко найдут своего покупателя.

## В любом интерьере найдется место

Дома, в офисе или личном кабинете — боксы для документов VARICOLOR везде создадут яркое солнечное летнее настроение. Боксы на 5 и 10 лотков имеют одинаковый размер. Отличается лишь высота и вместительность самих лотков. VARICOLOR разработан с учетом стандартных размеров офисной мебели. Это позволяет устанавливать их в офисные шкафы, на рабочие столы или стеллажи. Также боксы можно устанавливать друг на друга.

Элегантный антрацитовый корпус отлично гармонирует с сочными яркими цветными лотками. Цвета явля-

ются не только элементом дизайна, но и несут на себе функциональную нагрузку. Позволяют сортировать документы и хранить их в строгом порядке. Например, срочные счета на оплату можно хранить в лотках красного цвета, письма — в желтых. Лотки оснащены прозрачными табуляторами для маркировки. Боксы изготовлены из ударопрочного ABS пластика, его можно протирать влажной салфеткой и обрабатывать чистящими средствами DURABLE для пластиковых поверхностей.

В России боксы VARICOLOR в продаже с ноября 2012 года.

## Художественные кисти «Байкал» и «Мастер»



Группа компаний «Самсон» значительно расширила ассортимент товаров для творчества новинками художественных кистей «Байкал» и «Мастер». Овальные, круглые и плоские кисти различных номеров, изготовленные из волоса белки, колонка или имеющие синтетический ворс, представляют собой деревянный стержень с оцинкованной оплеткой, зажимающей нормированный волос или ворс.

Эти новинки — неотъемлемые атрибуты изобразительного искусства. От их качества напрямую зависит то, как хорошо ляжет краска на холст, и именно кисти позволяют создавать особые эффекты в изображении. Ознакомиться с полным ассортиментом художественных кистей можно в интернет-магазине «Самсон-Заказ».



## Тетради на пластиковой спирали



Компания «ХАТБЕР-М» предлагает ознакомиться с новинками - изделиями на пластиковой спирали. В ассортимент этой группы вошли тетради А5 и А6 форматов, блокноты и записные книжки.

Цветная пластиковая спираль гармонично дополняет общий вид каждого изделия и подобрана в едином цветовом решении. Благодаря плотному и эластичному пластику, спираль не деформируется в сложных условиях хранения и при транспортировке. Закругленные кончики спирали исключают возможность

получения порезов. В производстве пластиковой спирали используется экологически чистое сырье.

Новинки от Hatber представлены в трех дизайнерских решениях: «Rainbow» — интересная концепция, выполненная в современном стиле, «AngryBirds» и «Олимпийские девизы! — (СОЧИ-2014)» — дизайны особенно актуальные и запоминающиеся.

Изделия на пластиковой спирали от Hatber — всегда презентабельный внешний вид и безопасность при использовании.

## Международная премия iF DESIGN 2013 за боксы varicolor



Стильные инновационные боксы для хранения документов VARICOLOR, едва появившись на рынке, успели завоевать престижные награды! VARICOLOR — это не просто функциональный предмет офисного интерьера, это стильный аксессуар рабочего места, заряжающий позитивом!

Боксы VARICOLOR были отмечены престижной международной наградой iF DESIGN 2013. Жюри оценило яркий инновационный дизайн и неповторимый стиль VARICOLOR и единогласно сошло в своем выборе.

Премия iF является признанным знаком первоклассного дизайна.

Совсем недавно VARICOLOR был отмечен Голландской премией GIO «Good Industrial Design». И снова достижение производителя офисных аксессуаров премиального качества DURABLE! За последние 10 лет компания завоевала более 40 премий и сертификатов.



### Визитницы VISIFIX® от DURABLE — упорядоченное хранение деловых контактов

- Изготовлены из прочных материалов
- Дополнительные карманы для увеличения ёмкости
- Буквенный разделитель
- Лаконичный дизайн



Арт. 2403



Арт. 2385

Подробная информация о продукции DURABLE на сайте: [www.durable-russia.com](http://www.durable-russia.com)

По вопросам приобретения обращайтесь в компанию SAMCOH: [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)

## Итоги конкурса «Сделайте Ваш магазин привлекательнее»

Группа компаний «Самсон» рада сообщить об итогах конкурса «Сделайте ваш магазин привлекательнее» в номинациях «Готовность к школе № 1» и «Креативный подход».

Напоминаем Вам, что конкурс проходил в сентябре 2012 года. Его участники должны были оформить свой розничный магазин комплектом POS-материалов и разместить на сайте фотоотчет о проделанной работе. В одной из номинаций победители определились сразу. Ими стали клиенты, набравшие максимальное количество голосов «Народного голосования», проходившего на сайте. Судьбу остальных участников решали члены компетентного жюри.

Два месяца потребовалось экспертному совету, чтобы оценить более 650 присланных на конкурс фотографий

и выбрать победителей и призеров. Самые оживленные споры развернулись вокруг традиционной номинации «Готовность к школе №1», в которой членам жюри предлагалось оценить выкладку и оформление витрин с товарами для школы и офиса. Многие клиенты, руководствуясь инструкцией, которая входила в каждый комплект POS-материалов, выполнили задание правильно. Тем не менее, лучшими в данной номинации были признаны:

**1 место** — розничный отдел ТЦ «Соломка» (пос. Заречный, Пензенская обл.). Приз — ультрабук.

**2 место** — магазин «Планета №5» (г. Уфа). Приз — 3D blu-ray театр с напольной акустикой.

**3 место** — Магазин «Большая перемена» (г. Бирск). Приз — электронная

книга с электронными чернилами.

А вот при выборе победителя в номинации «Креативный подход» жюри было единодушно. Все без исключения эксперты отметили работу сотрудников саратовского магазина «ТОВАРЫ для ОФИСА», которые весьма оригинально представили рекламные возможности POS-материалов.

За свежий взгляд на оформление магазина клиент вскоре получит современный моноблок. Не останутся без подарков и остальные участники конкурса. Все клиенты, оформившие магазин, получат поощрительный приз — тепловентилятор.

Благодарим участников, поздравляем победителей и желаем всем дальнейших успехов в развитии бизнеса!

### «Готовность к школе № 1»



### «Креативный подход»



ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ КАЧЕСТВО



**Pelikan** 



- **все для творчества**  
краски, кисти,  
фломастеры, карандаши
- **широкий ассортимент для офиса**  
пишущие принадлежности,  
ластики, корректоры

# Инновации — инвестиции в будущее



Текст: Оксана ЛАВРЕНТЬЕВА

## Сегмент пластиковых папок для хранения большого количества документов

*Российский рынок пластиковых папок — обширная тема, поэтому в сегодняшнем материале мы хотели бы коснуться ее в более узком аспекте и проанализировать ситуацию в сегменте папок для хранения большого количества документов — это папки на кольцах с различной шириной корешка и диаметром колец, папки с прижимным механизмом и папки с вкладышами.*

*О тенденциях, перспективах, актуальных новинках и формировании ассортимента рассказывают эксперты канцелярского рынка.*

### Производство и цена

Российский рынок пластиковых папок представлен как отечественной, так и импортной продукцией. Товар российского производства занимает большую долю рынка, поэтому для местных производителей одной из самых актуальных проблем остается стоимость первичного сырья — полипропилена, являющегося, в свою очередь, продуктом нефтепереработки. «Цена на нефть меняется постоянно, что затрагивает канцелярскую отрасль в целом, поскольку большинство канцтоваров производится из полимеров», — объясняет **Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей»**. «Весной 2012 г. стоимость сырья (полипропилена) в очередной раз выросла почти на 30%, что привело к росту цен у всех российских производителей

лей пластиковых папок на 15-20%», — говорит **Максим Загорский, коммерческий директор компании «Фабрика пластиковых изделий»**.

«Монополизация рынка полипропилена рядом российских компаний приводит к тому, что сырье лучшего качества в странах Юго-Восточной Азии стоит дешевле. Причем цена может взлететь без явных на то причин, а потом так же упасть, и это происходит в течение года 2-3 раза, из года в год. Вывести какую-либо закономерность или обозначить тенденцию невозможно. Работать на таком «тонком» рынке очень сложно, так как конечная стоимость изделия меняется в зависимости от стоимости сырья и напрямую влияет на конечного потребителя. Как производители пластиковых папок мы сталкиваемся с элементами искусственного дефици-

та и спекулятивных цен, что приводит к нестабильности в работе», — описывает ситуацию на рынке **Евгений Евтушенко, директор компании «Офис-2000».**

В глазах компаний-дистрибьюторов, тем не менее, ситуация выглядит не столь критично, и, по словам Натальи Матвеевой, резких скачков цен на пластиковые канцтовары все же не наблюдается. Во многом это происходит благодаря имеющимся на рынке товарным остаткам и запасам сырья, использованию в производстве вторично переработанного пластика. К тому же, ценовые колебания на нефть влияют на стоимость пластиковых папок лишь частично — она зависит и от довольно высокой стоимости металлической фурнитуры, и от страны производства, и от многих других факторов.

Действительно, себестоимость одной единицы продукции складывается из используемого сырья, комплектующих, заработной платы производственных рабочих, накладных расходов, транспортных затрат. Материалы (фурнитура, механизмы, печатная продукция, упаковка) также формируют стоимость папки. «Например, мы используем импортный полипропилен в первичной форме (гранулы) от южнокорейских производителей и фурнитуру китайских производителей, поэтому весомая часть затрат ложится на таможенную очистку сырья. Большое внимание при производстве пластиковых папок уделяется качеству фурнитуры, ее надежности, которая порой составляет половину себестоимости продукции», — рассказывает **Любовь Коваленко, коммерческий директор компании «Антураж».**

В компании «Офис-2000», которая относится к фабрикам с полным циклом производства, полагают, что в России потребляется не современный, а устаревший товар. Одной из главных причин является преслову-



тая российская бесхозяйственность, приводящая к очень низкой производительности труда, не соответствующей реальной экономической отдаче, и плохо работающее администрирование. Все факторы вкуче «делают любую продукцию в этой стране по-настоящему «золотой». Получается, что «немодный и неновый в изобретательском смысле товар в России стоит так, как в том же Китае новый, качественный продукт». Можно сказать, что Россия находится вне современного торгового мира, потребляя все старое по высокой цене, так как новинки, пройдя все стадии формирования конечной стоимости, просто становятся недоступными для потребителя.

«На практике мы сталкиваемся с тем, что производство товаров по более сложным технологиям с применением более сложного оборудования или технологических процессов становится нецелесообразным в силу низкой платежеспособности российского потребителя. Как производители мы находимся в очень узком коридоре возможностей. Сей-

час я бы оценил рынок как статический, и только качественное изменение самой системы потребления, где самым важным является потребитель и его покупательские возможности, может привести рынок в движение. В отсутствие предпосылок к этому ассортиментные портфели будут оставаться прежними, и рост продаж будет обуславливаться только ростом самого рынка. Новые же идеи уже не несут такого бурного характера как ранее, которые могли привести к изменению структуры рынка или его участников, к кардинальному изменению ассортимента товара у продавцов», — полагает **Евгений Евтушенко.**

### Игроки и бренды

Известные российские производители папок — как компании полного цикла, так и размещающие заказы под собственным брендом — «Канц-файл», «Самсон», «Балтик СТМ», «МАМ ТД», «Облкультторг», «Фабрика пластиковых изделий», «Бюрократ», «Хатбер», «ПроБюро», «Офис 2000» и другие. Среди торговых марок, за-





воевавших признание у потребителей, стоит отметить Brauberg, Erich Krause, Berlingo, Index, Sponsor, Silberhoff, Persona, АТТАСНЕ, Офис-2000, PROFF, Expert. Заметную конкуренцию составляют европейские бренды, давно присутствующие на российском рынке — Durable, Esselte, Leitz, Herlitz, Comix, Panta Plast.

По общему мнению производителей и дистрибьюторов, в сегменте папок с прижимом, клипом и вкладышами особенно заметна деятельность российских производителей. «Отечественный товар приносит дистрибьютору больше прибыли, чем импортная продукция. И папки российского производства, уступающие в ряде случаев китайской продукции, не говоря уже о европейском мягком пластике, всегда найдут своего покупателя», — утверждает **Любовь Коваленко**.

**Павел Маньков, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**, говорит: «Большая часть ассортимента компаний-продавцов — это отечественная продукция. В связи с высокими таможенными пошлинами импортным папкам (особенно бюджетным) сложно конкурировать с папками российских производителей. Хотя в последнее время наблюдается увеличение доли импортного товара (особенно из стран ЮВА) благодаря использованию более привлекательных материалов (яркие и сочные цвета, разнообразные фактуры). Товар получается более дорогим, но в то же время и более презентабельным. Можно сказать, что импортный товар имеет неплохие перспективы в среднем ценовом сегменте и выше среднего».

**Максим Загорский** выражает несколько иную точку зрения и полагает, что «как минимум на 50% российского рынка пластиковых папок до сих пор составляют папки из Китая, поэтому у всех производителей еще есть достаточный потенциал для роста». И, действительно, по словам операторов, новые игроки появляются на рынке регулярно, в основном, за счет активности российских компаний. «В последнее время появилось несколько новых производителей пластика папок, некоторые предприятия смогли нарастить производственные мощности, появилось ощущение, что конкуренция усилилась, — отмечают в компании «Антураж». — Раньше наша компания отгружала свою продукцию и в Москву, и в Новосибирск, и в Екатеринбург, география потребителей была широка, на сегодня, к сожалению, мы охватываем только Дальневосточный регион, Камчатку, Сахалин».

«Если говорить о производителях пластиковых папок, то новые игроки появляются, но заметных нет. Вообще, в компании «Офис-2000» ис-

ходят из той позиции, что все мы, участники одного рынка, развивающие и улучшающие его, при этом каждый движется в своем направлении, но все усилия направлены на одну цель — повышение авторитета отечественного товара по отношению к иностранному. Это наш рынок, и нет ничего, что бы мы не могли сделать сами — каждый, кто на нем работает, будет иметь своего покупателя. Нужно только понять одно: мы не можем производить одно и то же, но если каждый приходящий игрок будет производить что-то новое, рынок будет разнообразным, и у покупателя будет выбор. Именно в этом и заключается источник всеобщего прогресса и развития», — заключает **Евгений Евтушенко**.

### Сезонность, каналы сбыта

«Динамика продаж пластиковых папок обычно совпадает с общей динамикой рынка офисных товаров. В общем и целом, как и все офисные товары, пластиковые папки пользуются наибольшим спросом в сентябре-январе», — считает **Лев Вольфсон, руководитель отдела оптовых продаж компании «ПЕТРОПЕН Плюс»**. **Любовь Коваленко** дополняет: «Объем потребления некоторых видов пластиковых папок не зависит от сезона, однако выраженный пик спроса приходится на начало календарного года, когда компании готовят к сдаче многочисленные отчеты и закупают пластиковую продукцию для хранения документации нового периода». По мнению **Нatalьи Матвеевой**, рост спроса в начале года обусловлен также увеличением количества отчетов на предприятиях, формированием новых прайсов, проведением новых переговоров, созданием презентаций. Следует ориентироваться и на начало учебного процесса, так как папки используют не только компании, но и студенты для хранения методических материалов и сдачи курсовых работ.

По единогласному мнению экспертов, спрос формируют преимущественно государственные компании и корпоративный сектор. «Бесспорно, что самым выгодным для получения прибыли является сегмент корпоративных продаж, поскольку именно организации — более платежеспособные субъекты, чем просто люди. Нужно исходить из сути самих изделий. Они нужны людям в большей степени на работе, в меньшей степени дома и для учебы. Вторым по доходности является оптовая торговля. Что касается розничной торговли, она, бесспорно, третья по доходности в данном списке в силу инертности покупателей. Последними в этом списке идут покупки через Интернет», — говорит **Евгений Евтушенко**.

**Веллингдо**<sup>TM</sup>  
ИНСТРУМЕНТЫ УСПЕХА



✓ жесткий текстурный пластик

✓ интересная цветовая гамма

✓ широкий ассортимент:

папки - скоросшиватели

папки с файлами





Наталья Матвеева  
(«Группа Товарищей»)



Максим Загорский  
(«Фабрика  
пластиковых изделий»)



Павел Маньков  
(«Самсон»)

## Доля и ассортимент

Пластиковые папки для хранения большого количества документов — важная базовая категория в ассортименте ведущих игроков канцелярского рынка. «Пластиковые папки являются одной из наиболее востребованных товарных категорий в офисном сегменте и, как следствие, одной из наиболее доходных», — утверждает **Павел Маньков**. «Обычно пластиковые папки занимают от 15 до 25 % в объеме продаж компании в зависимости от ее специфики, «корпоративщики» продают больше пластика, оптовики — меньше. Как и в любой группе товаров, в сегменте пластиковых папок есть «паровозы», на которых практически никто не зарабатывает, но без наличия которых по интересной цене продать все остальное будет очень сложно (к ним можно отнести файлы с перфорацией, папки-уголки и скоросшиватели с прозрачным верхом, папки индексы 10-20 листов, папки на резинках), а есть позиции, на которых можно и нужно зарабатывать прибыль, — это папки-портфели, папки из толстого пластика с механизмами, папки-индексы 60-100 листов и проч.

В любом случае пластиковые папки должны быть в ассортименте любой канцелярской фирмы обязательно!», — считает **Максим Загорский**.

Остальные компании приводят примерно те же цифры. «Доля пластиковых папок в ассортименте зависит от широты этого ассортимента, то есть наличия в нем, помимо офисных товаров, школьных принадлежностей, товаров для творчества и т. д. Если говорить о более-менее «универсальном» канцелярском ассортименте, то доля пластиковых папок в нем вряд ли превысит 15-20%», — полагает **Лев Вольфсон**.

Среди рассматриваемых видов папок однозначный лидер по продажам, по общему мнению операторов канцелярского рынка, это папки с прижимным механизмом. Второе или третье место (в разных компаниях эти цифры могут отличаться) разделяют папки с вкладышами (преимущественно на 20-40 листов) и папки с кольцами (среди которых лидируют изделия на два кольца).

«Вообще, ассортимент в товарной группе пластиковых папок обновляется не так часто и кардинально, как в сегменте бумажно-беловых или

школьных товаров, — объясняют в компании «ПЕТРОПЕН Плюс». — Однако компании-производители обычно представляют новинки к каждому сезону».

«Каждая фирма формирует ассортимент исходя из собственного видения своего позиционирования на рынке и предпочтений целевой группы клиентов, поэтому все подходит к этому вопросу по-разному», — объясняет **Максим Загорский**. Производители, в зависимости от возможностей своего оборудования, стараются предлагать клиентам изделия разных цветов, толщины и фактур, оперативно реагировать на запросы рынка.

Любая компания-дистрибьютор в своем товарном предложении стремится равноценно представить модели всех ценовых категорий. Соотношение в ассортименте эконом, медиум и премиум ценовых сегментов зависит от множества факторов, приоритетными из которых являются: каналы продаж — оптовая торговля, ритейл или корпоративное обслуживание и выбор региона продаж — в столице и городах-миллионниках традиционно выше покупательская способность, есть спрос на товары с более высокой стоимостью.

## Бренд и покупательская лояльность

Основной потребитель пластиковых папок — офисно-корпоративный сегмент, именно на него ориентируются производители при разработке коллекций этой товарной группы. Насколько же важна в этом случае такая составляющая, как узнаваемость бренда? Здесь мнения экспертов разделяются. **Максим Загорский** считает, что, как и во всем канцелярском товаре, известный бренд зачастую определяет качество.

Ему оппонирует **Любовь Коваленко**, заявляя, что «покупатель делает выбор, основываясь на визуальных и тактильных ощущениях: если продукт его устраивает по всем параметрам, то вопрос принадлежности к бренду вообще не встает». В корпоративной торговле узнаваемость торговой марки может сыграть ключевую роль, но в розничной и оптовой продаже





Евгений Евтушенко  
(«Офис-2000»)



Любовь Коваленко  
(«Антураж»)



Лев Вольфсон  
(«ПЕТРОПЕН Плюс»)

можно говорить о низком факторе влияния торговой марки, особенно в среднем и эконом-сегменте. Она также отмечает, что сегодня наиболее активно продается продукция в «корпоративе».

**Павел Маньков** примиряет обе стороны, заключая, что бренд, безусловно, важен и дает определенную гарантию качества продукции. Хотя товары под более разрекламированным брендом зачастую ничем не отличаются от менее известных, поскольку часто бывает так, что товары под разными брендами производятся на одной и той же фабрике, и некоторые клиенты об этом знают, и только цена может окончательно повлиять на покупательский выбор. Но популярность бренда тоже нельзя сбрасывать со счетов.

**Наталья Матвеева** рассуждает иначе: «Я бы сказала так: товару от известного производителя можно доверять. Что касается принципов выбора товаров конечным покупателем, он в большей степени ориентируется на свои ощущения от товара, на соответствие цены и обещанного качества предлагаемого товара своим ожиданиям, на свой собственный опыт покупки аналогичных товаров. Если закупленный товар запомнился и понравился, второй заказ будет, скорее всего, снова в пользу выбранного бренда, вне зависимости от его «веса» на рынке».

Выбирая пластиковые папки с длительным сроком службы, потребитель, безусловно, ориентируется не только на сравнение цен товаров разных производителей, он выбирает папки и по внешнему виду, обращая внимание на качество исполнения и дизайн. Поэтому покупатели всегда позитивно реагируют на новинки, которые так или иначе — с помощью современного дизайна, необычной фактуры или актуальной цветовой гаммы — разрушают стереотип о скучных офисных папках.

Что касается изменения потребительских предпочтений, как отмечают эксперты, в последнее время интересы покупателей становятся шире — повышается лояльность к товарам с более высокой стоимостью, при условии, что это действительно

качественный, оригинальный и привлекательный товар. Словосочетание «разнообразный ассортимент» сегодня подразумевает модели разного дизайна и разных ценовых категорий.

Например, группа компаний «Самсон» предлагает папки с шириной корешка на 21 мм (80 листов), 25 мм (120 листов) и 35 мм (180 листов) с различной толщиной пластика, фактурой и комплектацией. В изделиях BRAUBERG серии «Contract», бизнес-класс, используется фактура «Линия», прочный пластик 0,9 мм в сочетании с насыщенными цветами. Более экономичный вариант — папки с толщиной обложки 0,8 мм и фактурой «Диагональ». Серия «Бюджет» включает изделия с фактурой «Стандарт» толщиной 0,5 мм. В ассортименте есть и папки с 2-х и 4-х кольцевым механизмом с твердой обложкой (картон с двухсторонним покрытием ПВХ-пленкой), предполагающей увеличенный срок службы изделия.

«При отсутствии в компании каких-либо четких корпоративных стандартов по стилю, предприятие при покупке товаров руководствуется их стоимостью, либо предпочтениями тех сотрудников, которые заказыва-

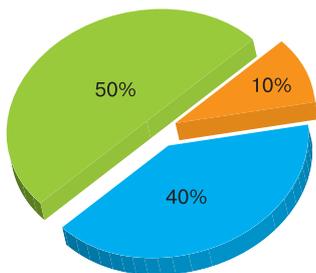
ют и производят закупку продукции, — говорит Евгений Евтушенко. Но основным условием корпоративной покупки офисных принадлежностей является их цена, как элемент экономики, а не имиджевые предпочтения отдельных сотрудников. Таким образом, в каждом конкретном канале продаж, будь то продажа организациям или в розницу, мотивы выбора будут разными. Одно можно сказать точно, что и в том и в другом случае, вопрос цены товара является доминирующим».

### Требования к продукции

Удобство и долговечность выгодно отличают пластиковую продукцию от бумажных папок. Пластиковые папки, которые мы рассматриваем в этом товарном обзоре, относятся к категории товара с длительным сроком службы, соответственно, к ним предъявляются повышенные покупательские требования, в отличие от скоросшивателей, папок-вкладышей и уголков (которые возобновляются клиентами регулярно как расходный материал). Надежность папок для хранения документов большого объема определяют:

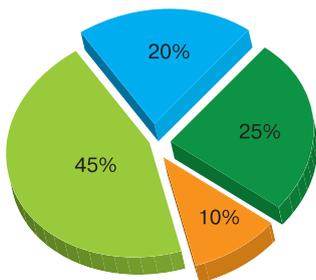


## Соотношение пластиковых папок по ценовым сегментам



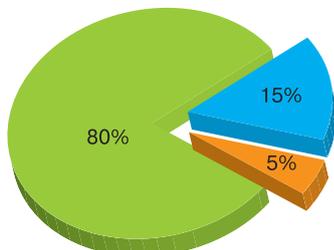
■ Эконом ■ Средний ■ Премиум

## Дистрибуция пластиковых папок



■ Российские производители полного цикла под чужой ТМ  
 ■ Российские производители полного цикла под своей ТМ  
 ■ Российские сборочные производства  
 ■ Импортные папки

## Российские компании-производители пластиковых папок



■ Товары из стран ЮВА  
 ■ Российская продукция  
 ■ Европейские изделия

— качество пластика, что подразумевает под собой отсутствие вкраплений, общая износостойчивость, устойчивость к механическим воздействиям и деформациям;

— равномерность по толщине листа обложки;

— отсутствие заусенцев из-за некачественной вырубки;

— насыщенность цвета (в более дорогих папках используется первичный пластик — изделия из него на вид более яркие и презентабельные);

— надежность используемых механизмов.

В целом в канцелярской индустрии приняты такие средние стандарты эксплуатации пластика: тонкий пластик служит не более 1 года, толстый пластик (до 0,7 мм) пригоден к употреблению до 3 лет, супержесткий пластик (0,7-1,5 мм) — более 3 лет. В принципе, при аккуратном использовании и оптимальной загрузке документами такие папки могут жить в офисе до нескольких лет.

Механизм (кольцевой или зажим) должен надежно крепиться к пластику и достойно выполнять свою задачу, удерживая большое количество документов. Также для кольцевого механизма важно, чтобы кольца легко размыкались, плотно смыкались и надежно удерживали документы, помещенные в папку. Для файловой папки имеет важное значение качество спайки — файлы не должны отрываться в процессе эксплуатации; при этом сами файлы должны быть выполнены из достаточно плотного пластика, а пленка иметь достаточную прозрачность. Хорошо, если папка оснащена дополнительным прозрачным карманом для документов на внутренней обложке и клапаном (инфоокном) на корешке или на лицевой стороне.

В случае соблюдения установленной технологии производства специальной упаковки для продук-

ции не требуется. Особенных требований к хранению и транспортировке пластиковых папок также не существует. Разумеется, лучше избегать экстремально низких температур и уточнять у производителя порог морозостойкости его изделий. Зачастую папки помещаются в индивидуальные полипропиленовые пакеты, затем в картонные стандартные коробки, картонные боксы или короба.

Чем больше упакованных деталей, тем дороже и качественнее считается продукт, но реально на качестве товара упаковка практически не сказывается, кроме случаев необходимости долгой транспортировки. Как показывает опыт, наличие индивидуальной упаковки в пластиковых папках не играет особой роли для конечного потребителя при выборе товара.

**Евгений Евтушенко** считает: «Сейчас настолько высоки стандарты качества у производителей данной продукции, что говорить о некачественных товарах не приходится. Правильнее говорить о комплектации папки — эконом-класс, средний или люкс. Конечно, при производстве папки эконом-класса будет использован более тонкий лист и пленка, упаковка и так далее, но товар в общем будет считаться качественным. Теперь товара явно плохого качества уже не встретишь, что обусловлено очень большим количеством производителей, которые используют одни и те же технологии и оборудование.

Желание сэкономить на материалах вынуждает производителя заменять сырье на более дешевое, но не освобождает его от конкуренции с такими же производителями товара. Насыщенный рынок заставляет их совершенствовать свои технологии, оборудование, процессы, то есть повышать уровень товара даже в низком ценовом сегменте».





BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Абсолютно новый ассортимент  
органайзеров  
бизнес-класса



Органайзеры **Brauberg** — это надежные и стильные помощники в организации планирования времени.

- Обширный справочный материал
- Ежедневное и ежемесячное планирование
- Карманы для визиток и пластиковых карт
- Телефонно-адресная книга
- Удобная застежка

Эксклюзивным представителем Brauberg Brands GmbH в Российской Федерации является Группа Компаний "Самсон".

Оптовый интернет-магазин [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)



## Новинки и тенденции

Конкуренция и стабильный потребительский спрос заставляют компании регулярно предлагать рынку интересные новинки. По мнению **Натальи Матвеевой**, налицо потребность рынка в новом поколении ярких позитивных канцтоваров. Многие производители выпускают цветные коллекции, включающие папки, лотки, настольные наборы, степлеры, дыроколы, выполненные в нескольких цветах, чтобы потребитель смог сам составить для себя набор, отвечающий его потребностям и вкусу.

Широкий выбор предлагает группа компаний «Самсон» — в ее ассортименте находится порядка 200 наименований продукции, и это только папки с прижимом, клипом, кольцевым механизмом и вкладышами. Среди них как традиционные офисные модели классического дизайна, изделия ярких сочных цветов для любителей единого стиля, так и современные эффектные модели иностранных производителей горизонтального и вертикального форматов.

Компания «Офис-2000» сделала авторскую линию папок «Русская серия» — до этого никто не делал папки с национальными русскими мотивами.

«Группа Товарищей» представляет как офисную классику — папки для хранения большого количества документов традиционных сдержанных «офисных» цветов и модные стильные коллекции ярких канцтоваров. Компания Herlitz, регулярно создавая новые коллекции офисной продукции, также включает в них пластиковые папки на кольцах, с прижимом или с файлами. Интересна серия Omega с орнаментом из греческой буквы ω (омега) на ярких цветных обложках от польского производителя Panta Plast.

Думается, что производители продолжат развивать идею коллекций. Следует ожидать новых интересных дизайнов и решений от известных брендов.

К слову, само по себе появление инноваций на рынке папок решает мало, поскольку они продаются небольшими объемами, всегда стоят дорого и в большей степени являются маркетинговыми, рекламными ходами, поскольку продавец должен стремиться удовлетворить интересы всех покупателей. На деле, если этот сегмент покупателей меньше 8%, то для производителя нет никакого экономического обоснованного смысла развивать данную группу товаров, поскольку доход от их продаж настолько минимален по сравнению с большой группой потребления, что эта работа всегда будет второстепенной.

По мнению экспертов, инновации и оригинальные новинки в данном сегменте — это инвестиции в будущее. Это сложная работа, требующая современного подхода в технологии производства, технического совершенствования. Но для успешного позиционирования на рынке компании, удовлетворяющей желания всех групп потребителей, внедрять такие инновации необходимо. По словам

экспертов, постоянный мониторинг своего ассортимента, обновление его, изучение потребительских предпочтений позволяет наблюдать за динамикой в поведении потребителей, следить за изменениями потребительских предпочтений.

**Максим Загорский** считает, что спрос на пластиковые папки все равно будет расти, потому что эти принадлежности делопроизводства прочно закрепились в повседневной деятельности офисных работников. А благодаря удобству, практичности и приемлемой цене их стали использовать теперь не только на работе, дома, но и в обычных учебных заведениях. Однако появление новых игроков на рынке, по мнению экспертов, возможно, но маловероятно. «На наш взгляд, рынок достиг определенной зрелости, — говорят в компании «Офис-2000». — Прихода, укрупнения, поглощения новых игроков не предвидится. Нестабильность на мировых рынках может привести к ухудшению спроса и падению платежеспособности, что напрямую повлияет на объемы продаж и на сужение рынка, тогда действовать станет тяжелее. Ценовое обострение возможно, но оно, в конечном счете, приводит лишь к смерти тех, кто пытался выжить ценой низкой стоимости товара. Каждый, кто опускает цены на свой товар, медленно и верно движется к своему разорению».

Впрочем, общая тенденция на рынке такова, что сегодня компании-дистрибьюторы позиционируют папки российского производства в низком и среднем ценовых сегментах, а в дорогом — импортную продукцию. На вопрос, что приносит реселлерам большую прибыль, производители не могут ответить однозначно, но твердо верят, что отечественная продукция в дальнейшем будет пользоваться все большим спросом, и делают для этого все возможное.



# ErichKrause®

важна каждая мелочь





# По страницам нашей памяти: фотоальбомы

*Сегодня в фокусе нашего внимания оказалась товарная группа с весьма интересной историей. Все мы стали свидетелями нового этапа в ее развитии. Наш материал призван помочь реселлеру правильно сориентироваться в сегодняшней ситуации и воспользоваться готовым профессионально сформированным товарным предложением.*



## Англичане или французы?

Очевидно, что появление и развитие фотоальбома напрямую связано с изобретением и распространением фотографии: чем большую популярность и массовость набирала фотография, тем все большую распространенность получали и фотоальбомы.

Французы придумали фотографию, и кому, как не им, было изобретать фотоальбом! Но первый фотоальбом все же явил миру англичанин У. Г. Ф. Толбот. В 1844 - 1846 гг. он даже издал первую книгу, которая была проиллюстрирована фотографиями. Шедвр назывался «Кисть природы» («The Pencil of Nature»).

Фотоальбомы представляли собой небольшие переплетенные книжечки, куда складывали фотографии, и весьма отличались от современных аналогов. Они состояли из картонных страниц с прорезями для фото одного размера. Эти фотографии были весьма необычными. В 1854 году в Париже Андре Дисдери запатентовал Cartes-de-Visite — небольшого размера фото, сделанное на визитной

карточке. С этого времени в Европе стало популярным коллекционирование таких «визиток»: их дарили, ими обменивались. Фотостудии не оставались в стороне: они изготавливали карточки с изображениями членов королевской семьи, актеров и политиков. Изделия становились гордостью любого коллекционера. Их-то и хранили в первых фотоальбомах.

Во второй половине 19 века фотоальбом стал элементом интерьера и объектом декора. Богато отделанные фотоальбомы было принято устанавливать в знатных домах у всех на виду. Обложки изделий изготавливали из кожи, инкрустировали перламутром и часто украшали трехмерными рельефными изображениями и позолотой.

Фотография постепенно завоевывала внимание публики, далекой от процесса ее изготовления, укрепляя свои позиции.

## Благодаря «цифре»

Многие еще помнят времена, когда фотографией занимались, проявляя снимки при свете красной лампы, а

фотоальбом едва ли не в каждой семье был предметом гордости и непременно «просмотра» с гостями. Услуги фотоателье были весьма широко востребованы и фотографировались там не только на паспорт.

Как ни странно, вторая волна интереса к фотоальбомам была вызвана появлением цифровой фотографии. Нужно подчеркнуть, что цифровые технологии не только не вытеснили обыкновенную фотографию, но дали дополнительный стимул к ее распространению, поскольку благодаря им фотография стала доступна практически каждому. Теперь напечатать снимки, сделанные обыкновенной цифровой «мыльницей», чтобы продемонстрировать «полноту своей жизни», — едва ли не сверхзадача каждого счастливого обладателя цифрового фотоаппарата. В этой связи нетрудно представить, насколько увеличился спрос на фотоальбомы. До недавнего времени «мобильные» лаборатории фотопечати «штамповали» любительские фотографии практически на каждом углу.

Сегодня вторая волна интереса к цифровой фотографии, возникшая в середине 90-х годов, несколько поутихла. Но ее сменила новая, связанная с большей доступностью профессиональной фототехники. Теперь фотография стала изысканным хобби, и амбиции фотолюбителя возросли: его цель — получение снимков, сделанных на довольно-таки высоком профессиональном уровне. Фотоальбомы для таких снимков снова оказались весьма востребованными. Напечатанные фотографии превратились в приятный «сувенир», а помещенные внутрь фотоальбома, они вообще стали «эксклюзивом», уникальным подарком, непременным атрибутом семейных торжеств. Свадебные фотоальбомы — и вовсе особая тема для разговора, по-

скольку их изготовление постепенно выросло в отдельную отрасль, а для многих стало источником заработка.

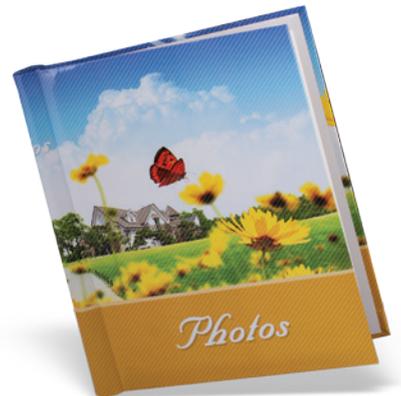
В условиях конкуренции со стороны постоянно совершенствуемых электронных носителей информации и развивающегося программного обеспечения, позволяющего размещать целые фотоархивы прямо в Интернете, минувшая печать фотографий, рынок фотоальбомов для привлечения внимания фотолюбителя предлагает все новые модели с разнообразными дизайнами и материалами для обложки, различные варианты тонирования внутреннего блока, дополнительные аксессуары и приложения. Усиливающееся соперничество подстегивает дизайнерскую мысль производителей и участников рынка фотоальбомов.

### Актуальные новинки

В свете сказанного вопрос формирования актуального ассортимента фотоальбомов сегодня стоит как никогда остро. Ответ на него удалось найти маркетологам группы компаний «Самсон». Пристально изучив современные тенденции в оформлении фотоальбомов, они предложили обновленный ассортимент из 50 наиболее востребованных сегодня моделей под торговой маркой Brauberg.

В новой коллекции представлены разнообразные дизайны — от абстракции и картин природы до изображения братьев наших меньших и романтической тематики. Большое внимание уделяется разнообразным материалам обложек: здесь и самые популярные мягкие обложки, и обложки из твердого ламинированного картона, а также модели из искусственной кожи и ткани и варианты с аппликациями.

Касаясь материалов, из которых изготавливаются листы внутреннего блока, стоит особо отметить, помимо уже



хорошо зарекомендовавших себя фотоальбомов с полипропиленовыми и бумажными листами, увеличение ассортимента изделий с магнитными листами.

Наиболее востребована серия альбомов, вмещающих 36 фото. В новой коллекции потребителя порадует ассорти из 6-ти дизайнов: картины природы (390439, 390441)\*, животные (390440), цветы (390444), романтическая (390443) и семейная тематика (390442). Помимо фотоальбомов с мягкой обложкой имеются модели с твердой обложкой для 36 фотографий (390446, 390447, 390448), что, несомненно, существенно увеличивает срок их службы.

Фотоальбомы для 60 фотографий (390449, 390450) — альтернатива малым фотоальбомам на 36 фотографий и большим на 100 фотографий с возможностью размещения одной фотографии на странице. Эта группа представлена ассорти из двух дизайнов — отличный выбор для покупателя.

Классикой сегмента уже давно стали модели для размещения 100, 200 и 300 фотографий с полипропиленовыми мягкими карманами (390451; 390465) и лирическими дизайнами обложек. Ретротематика не теряет своей актуальности и в этом году (390476).

Несколько выделяются фотоальбомы серий «100+4» (3904757), «150+6» (390470) и «300+4» (390467). В отличие от традиционного формата на 100, 150 и 300 фото в этих новинках можно дополнительно поместить еще 4 или 6 фотографий.

В книжную полку великолепно впишутся фотоальбомы серий «100+4» и «300+4» с полипропиленовыми карманами. Помимо нестандартного числа карманов для фотографий они обладают еще одной особенностью — возможностью размещения 2 фото на странице, в отличие от стандартных фотоальбомов на 100 и 300 фото, в которых фотоснимки помещаются по 1 и по 3 фото на странице соответственно.

Особое внимание уделим серии «150+6» (390470, 390471), которая задумана как корпоративный фотоальбом и выполнена с обложкой «под кожу». Ряд таких фотоальбомов будет солидно смотреться как в выставочном зале компании, храня ее историю в виде фотоотчетов для сотрудников и гостей, так и в книжном шкафу, оберегая семейный архив.

На общем фоне представленных моделей выделяются свадебные фотоальбомы. Это особая категория товаров. Для них был специально увеличен размер магнитного листа — 30 x 32 см, что позволяет разместить свадебные фотографии традиционного размера 20 x 30 см. Их выделяет привлекательная обложка на тканевой основе из шелка с нежной аппликацией белых цветов вокруг рамки с фото в центре. Эти фотоальбомы, несомненно, станут замечательным подарком молодоженам.

**Модели «под кожу»**

На отечественном рынке все активнее развивается сектор фотоальбомов премиум-класса: предлагают изделия с

обложкой из натуральной и искусственной кожи, различные варианты оформления, с вырубками и вставками. Среди новинок присутствуют модели с обложкой из комбинированной искусственной кожи различной фактуры и цветов, с прошивкой по вертикали и горизонтали, с двойным и одинарным швом, с окном под фотографию в обложке (390493) и без него. Отдельно нужно сказать о фотоальбомах «под кожу» в индивидуальных боксах и без них. Обложка «под кожу» придает фотоальбому респектабельный вид независимо от того, какими листами он снабжен.

Фотоальбом «под кожу» для 100 фотографий с бумажными листами (390494) эффектно сочетает в себе рельефный рисунок обложки, имитирующей кожу крокодила, и «золотое» тиснение, что позволяет поставить его в один ряд с аналогами из «премиум-класса».

Интересное оформление имеют фотоальбомы для 200 фото с бумажными листами — в них используется сочетание материалов двух цветов, некоторые модели снабжены удобной и функциональной застежкой на липучке (390479), другие отличаются классическим рисунком в виде старинной карты мира на обложке (390481). Все фотоальбомы для 200 фотографий этой серии имеют подарочную коробку и станут прекрасным подарком деловому человеку.

**Модели с магнитными листами**

Все больше внимание потребителя привлекают фотоальбомы с магнитными листами. «Магнитный» лист — это прозрачная полипропиленовая пленка, которая открепляется от основной страницы, намазанной клееким веществом. Фотографии аккуратно крепят на основную страницу и сверху накрывают прозрачной пленкой. Такие альбомы бывают разных размеров и форматов, с разным количеством листов для размещения фотографий и видов элементов оформления.

В группе компаний «Самсон» расширили ассортимент этой группы фототоваров. На выбор покупателю предложены фотоальбомы с магнитными листами с тканевыми (390490), ламинированными обложками (390487) и обложками из искусственной кожи, внутренним блоком из 10-ти (390485) и 20-ти (390489) магнитных листов, с размером листа для фотографий 23 x 28 см (390486) и 30 x 32 см (390491), с рамкой для фотографии в обложке (390488) и без нее (390484).

В расширенном ассортименте фотоальбомов группы компаний «Самсон» представлены не просто самые востребованные сегодня модели — весь товар ориентирован на потребности клиентов с самыми разными интересами и предпочтениями.

С этими и другими моделями продукции из ассортимента группы компаний «Самсон» можно ознакомиться и сделать их заказ по каталогу компании, а также на сайте [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru).

\* Коды, указанные в скобках, соответствуют кодам для заказа продукции в группе компаний «Самсон».





# Новинка: шредеры с автоматической подачей документов

## Важны, так же как и антивирус для вашего компьютера



ЗАГРУЗИТЕ

ВКЛЮЧИТЕ

БУДЬТЕ  
СВОБОДНЫ

УСТРОЙСТВО  
АВТОПОДАЧИ  
ЭКОНОМИТ ВРЕМЯ

Отнеситесь серьёзно к уничтожению конфиденциальных документов. Подчас именно шредер спасает бизнес от утечки секретных данных. Поэтому, когда речь идет о надежном и безопасном решении, мы знаем ответ. Шредеры Rexel Auto+ обеспечат безопасное уничтожение документов с минимальными затратами времени. Что может быть проще. – **загрузите, включите и будьте свободны.**

Полная линейка шредеров Rexel на  
[www.rexeleurope.com/shredders](http://www.rexeleurope.com/shredders)

Выбирайте лучшее!

# Повод найдется! Подарочные наборы *Galant*<sup>®</sup>



Текст: Анна ВЛАСОВА

*Сезон новогодних праздников — период активных продаж во всех товарных категориях. Так уж сложилось в нашей стране, что Новый год стал самым массовым, популярным и любимым поводом преподнести приятный и полезный презент. Поэтому каждому реселлеру стоит заранее продумать «праздничный» ассортимент и рассчитать необходимые запасы продукции.*

*Значительную помощь в составлении товарной линейки оказывают готовые подарочные наборы. Торговая марка Galant представляет презенты премиум-класса для коллег и деловых партнеров!*



код для заказа: 141361

Дарить подарки — не только приятно, но и полезно. Психологи утверждают, что в процессе выбора презента, даритель получает столько же удовольствия, сколько и получатель во время вручения подарка. Если к приобретению сувенира подойти с должным вниманием, то он обязательно понравится адресату.

Но, к сожалению, в рабочей суете не всегда хватает времени на то, чтобы полностью погрузиться в выбор подарков. Для таких случаев в ассортименте торговой марки Galant, поставляющей продукцию премиум-класса, предусмотрены уже готовые подарочные наборы на любой вкус и кошелек. Приятным дополнением является наличие презентабельной праздничной упаковки, поэтому не придется беспокоиться о поиске подходящей коробочки.

## Коллегам

Самым традиционным и доступным подарком для широкого круга коллег считается ручка. Без нее не обходится ни один день офисного работника. Существует расхожее мнение: если не знаешь, что подарить — подари ручку. О таком

бесприигрышном варианте должны помнить реселлеры при составлении ассортиментной линейки. Очень важно предложить покупателю широкий выбор. Ведь несмотря на традиционность письменной принадлежности в качестве подарка, правильно подобранная ручка будет дополнять стиль владельца и подчеркивать его индивидуальность.

Классические и оригинальные, лаконичные и с броским декором шариковые ручки Galant станут полезным подарком, который по достоинству оценят коллеги. Качественные письменные принадлежности укомплектованы стержнем типа Parker или Cross с синими чернилами и толщиной письма 0,7 мм. Каждая ручка упакована в индивидуальную подарочную коробку. Приятная на ощупь бархатная подложка надежно удерживает изделие внутри. Подарочная коробочка большинства моделей дополнительно украшена металлической окантовкой в цвет корпуса.

Оригинальной гравировкой отличается стильная ручка Galant Barendorf (код для заказа 141011\*). Элегантное сочетание серебристого корпуса и золотистых деталей обратит всеоб-



код для заказа: 141355

щее внимание на обладателя письменной принадлежности. Поворотный механизм выдвижения стержня гарантирует, что чернила не испачкают карман пиджака или рубашки.

Использование гравировки — распространенный метод украшения шариковых ручек Galant. Он позволяет создавать оригинальные узоры, не перегружает дизайн лишними элементами и обеспечивает удобный процесс письма. Помимо декоративной цели, гравировка, нанесенная на нижнюю часть корпуса, выполняет роль антискользящей вставки.

Ярким тому примером служит ручка премиум-класса серии Moulin Rouge (код 141355). Элегантный золотисто-черный дизайн с хромированными деталями и крупными розовыми камнями на клипе и топе ориентирован на стильных бизнес-леди. Гравировка в виде параллельных линий позволяет надежно удерживать ручку во время письма.

Прозрачные камни для декорирования корпуса применены в нескольких сериях подарочных ручек Galant. Сложная задача, поставленная перед дизайнерами, заключалась в создании оригинальных моделей письменных принадлежностей — удобных в использовании и не утяжеленных «каменным» декором. Результаты поисков можно оценить в следующей продукции.

Шариковая ручка Kawasaki (код 141361) с серебристо-графитовым стержнем украшена оригинальным рисунком в виде многочисленных кругов. Клип декорирован прозрачным розовым камнем.

Стильная серия LasVegas (код 141354) с ажурной гравировкой и крупными синими камнями на клипе и топе ручки напоминает о городе развлечений, в котором на каждом шагу встречаются игровые казино. Выбор такой письменной принадлежности свидетельствует об умении владельца рисковать и выигрывать.

Современный дизайн ручки Silver Sidney (код 141362) элегантно сочетает серебристый и черный цвет корпуса, серебристые детали и черный камень на клипе.

Модель Solveig (код 141003) принято считать женской. Этому способствуют плавные линии гравировки, покрывающей весь корпус, и ряд небольших страз, украшающих клип. С такой ручкой сложно остаться незамеченной.

Подчеркнуть индивидуальность с помощью ручки премиум-класса Galant не составляет труда. Однако если перед потребителем стоит задача выбрать подарки, соответствующие корпоративному стилю компании, то лучше всего обратиться к серии, состоящим из нескольких цветовых вариантов.

Удачным выбором для новогоднего подарка коллективу станут ручки коллекции Stiletto — лаконичный дизайн

в классическом стиле сочетается с элегантной отделкой. Четырехгранный корпус обеспечивает удобный захват при письме.

Оригинальная расцветка Stiletto Brown (код 140529) имитирует текстуру мрамора. Матовый никелевый корпус Stiletto Chrome (код 140528) украшен ромбовидной гравировкой по всей поверхности. Золотистый дизайн Stiletto Gold (код 140527) представляет собой классическую комбинацию нескольких оттенков цвета.

Представленный ассортимент подарочных ручек премиум-класса Galant полностью удовлетворяет разнообразным покупательские предпочтения: классика, экстравагантность, элегантность. При составлении товарной линейки важно учитывать состав потребительской аудитории собственного магазина и высокий процент прибыли в предновогодний период будет обеспечен.

### Партнерам по бизнесу

Не забывая о таком важном офисном элементе, как ручка, торговая марка Galant разработала подарочные наборы Prestige Collection. Комплект включает 2 предмета. Как уже понятно, одним из них является практичная шариковая ручка. Второй предмет помогает выбрать наиболее удачный презент в зависимости от предпочтений того, кому предназначается подарок.

Дизайн продукции, входящей в набор, разработан по законам гармоничного сочетания цветов и фактур. Для декорирования задействованы искусственная кожа и гравировка, плавные линии одного предмета дополняют изящность другого. Широкий ассортимент подарочных наборов ориентирован на выгодное позиционирование продукции в магазинах и красочное оформление витрин.

Оптимальное наполнение использовано в наборах с шариковой ручкой и визитницей. Данная товарная категория представлена в коллекции особенно широко. И это неудивительно — сегодня визитницы активно применяют в бизнес-среде. Наборы с отделкой, имитирующей кожу крокодила, придутся по вкусу как мужчинам, так и женщинам. Стильные деловые леди по достоинству оценят серии, выполненные в бежевом (код 141381) или бордовом (код 141379) цвете. Мужчины, вероятнее всего, предпочтут черную классику (код 141377).

Наиболее распространенным вариантом отделки можно считать искусственную кожу с гладкой текстурой. Такие наборы легко подобрать под уже имеющиеся деловые аксессуары: ежедневник, планинг, портфель. В торговой марке Galant данные комплекты представлены в наиболее популярном цветовом спектре: бордовый (код 141373), серебристый (код 141382), темно-коричневый (код 141372), черный (код 141371).



код для заказа: 141377



код для заказа: 141368



код для заказа: 141385



код для заказа: 124034

Еще одна товарная категория Prestige Collection — наборы с ручкой и фоторамкой. Фотография родных и близких на рабочем столе стала доброй традицией, пришедшей к нам из Европы. Элегантный и функциональный подарочный набор (код 141384) выполнен в черном цвете с серебристой отделкой. Плавные декоративные элементы рамки для фотографии размером 10 x 15 см напоминают морские волны — идеальное оформление для снимков, сделанных в отпуске.

Наборы, включающие ручку и брелок, отлично подходят для небольших памятных презентов бизнес-партнерам. На ровную часть брелока можно нанести методом гравировки корпоративную символику и тогда подарок приобретет особое значение. Из классических цветовых сочетаний в ассортименте торговой марки Galant представлены золотистый (код 141368) и серебристо-черный (код 141367) комплекты.

Завершает линейку подарочных

наборов сувенир, укомплектованный ручкой и фляжкой. Несмотря на то, что вручение такого презента требует довольно близкого знакомства с получателем подарка, данные наборы пользуются значительной популярностью в нашей стране. В зависимости от личных предпочтений покупатель может остановить свой выбор на продукции с черной вставкой из искусственной кожи (код 141386) или металлической поверхностью (код 141385). В обоих наборах использована фляжка объемом 170 мл.

Ассортимент бренда не ограничивается описанными товарными позициями. Другие подарочные наборы Prestige Collection также успели надежно зарекомендовать себя на рынке и пользуются стабильным спросом среди покупателей.

### Big Boss

Непростым решением для всего коллектива становится выбор празд-

ничного подарка для руководителя. Оптимальный выход из этой ситуации предлагает торговая марка Galant, презентуя наборы премиум-класса, основанные на деловых аксессуарах.

Что есть у каждого руководителя? Конечно же, ежедневник. Стильный, качественный, удобный. Именно такие входят в подарочный набор Galant. Остальная комплектация — индивидуальный выбор под потребности конкретного человека.

Полностью обновить настольный набор большого босса позволяет коллекция «Президент» (код 124035). По мнению потребителей, эта продукция является неоспоримым лидером продаж. В комплект входят ежедневник и телефонная книга формата А5 с «золотым» срезом, планинг с креплением на еврспираль и трехрядная визитница. Эффектная обложка деловых аксессуаров сочетает материалы разных фактур и цветов: рыжая рельефная искусственная кожа «под крокодила» и гладкая мелкопористая структура горчичного оттенка. Как и все подарочные наборы Galant премиум-класса, продукция упакована в лаконичную коробку из плотного картона, покрытую дизайнерской бумагой, с флокированным ложементом внутри.

Смелое цветовое сочетание — черного и красного — использовано в аналогичном по комплектации подарочном наборе «Президент-2» (код 124034).

Серия «Премьер» представляет собой удобный вариант уменьшенных деловых аксессуаров, которые будут столь же мобильными, как и их владелец. Мягкая обложка красного цвета с фактурой под кожу крокодила имеет изысканный глянец. В набор вошли недатированный ежедневник формата А6, телефонная книга формата А7, однорядная визитница и автоматическая шариковая ручка.

Классическая коллекция «Вояж» основана на столь же традиционном сочетании предметов — ежедневник, визитница, шариковая ручка. Для оформления обложки использован мягкий материал, имитирующий натуральную кожу. Недатированный ежедневник формата А5 позволяет начать заполнение страниц с любого момента. Соответственно, такой подарок не обязательно преподнести к началу нового года. Удобная четырехрядная визитница станет верным помощником на рабочем столе. Наборы серии «Вояж» выполнены в двух цветовых вариантах: черном (код 124040) и бордо (код 124041).

Стильные и разнообразные наборы Galant позволяют выбрать правильный подарок для любого адресата. А грамотно преподнесенный презент всегда поднимет настроение.

\*Коды, указанные в статье, соответствуют кодам для заказа продукции в группе компаний «Самсон».



код для заказа: 124036

# Galant®

Создавая имидж



*Стильный и элегантный подарок для коллег и партнеров.*

Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

# «Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

Подробнее о дилерской программе читайте на [www.samsonpt.ru](http://www.samsonpt.ru)



В рамках рубрики «Знакомство с дилером» журнал «Канцелярия» продолжает рассказывать о компаниях, работающих по дилерскому каталогу компании «Самсон». Сегодня у нас в гостях компании из Нижнего Новгорода, Саранска, Сочи и Пензы.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

## Компания «Офисный Мир»: каталогов, как и клиентов, много не бывает!

Компания «Офисный Мир»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-planet.ru/mp52](http://www.office-planet.ru/mp52)  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:  
**8 (38145) 2-40-85**

Директор  
Ирина  
Игоревна  
Тимофеева



**Компания «Офисный Мир»**  
**Год основания компании — 2011**  
**Количество сотрудников — 6**  
**Обслуживаемые рынки — Нижний Новгород, Кстово, Лысково**

С момента своего основания компания «Офисный Мир» определила основным профилем своей деятельности работу на рынке B2B. Разумеется, обслуживание корпоративных клиентов стало главным направлением работы.

Специализацией фирмы стали именно товары для офиса, поскольку, по мнению руководства компании, на рынке B2B в товарах для офиса нуждаются все организации, так как это неотъемлемая составляющая ведения любого бизнеса. Расчеты компании оправдались. Более того, сегодня клиенты фирмы отмечают не только кон-

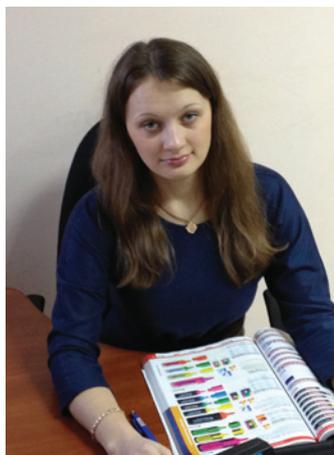
курентные цены, которые предлагает «Офисный Мир», но и хороший сервис и оперативность выполнения заявки.

«В связи с высоким уровнем конкуренции клиенты начали уделять внимание более высокому уровню обслуживания, — говорит **директор компании Ирина Игоревна Тимофеева**. — Сегодня требуется индивидуальный подход к клиенту, быстрота оформления заказа, высокое качество товара. И наша компания идет в ногу с современными требованиями. Исходя из потребностей клиентов в наш ассортимент постоянно вводятся новые группы

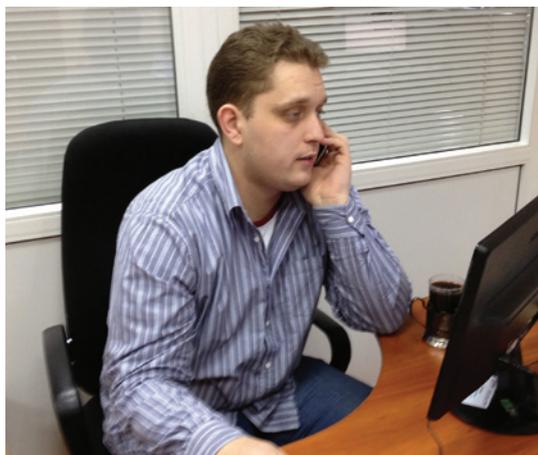
товаров. Работа по дилерским каталогам компании «Самсон» стала очередным этапом ее развития. Такая работа удобна и для нас, и для клиентов. Главным преимуществом мы считаем возможность выбрать товар и изучить его характеристики, не выходя из офиса. Отзывы о каталогах всегда положительные. Во многих организациях брали по 5 и более экземпляров, для того чтобы раздать сотрудникам в разных подразделениях.

Используя каталог как инструмент продаж, мы смогли привлечь новых клиентов, у которых нет возможности для выхода в Интернет. Теперь времени на подбор товара клиенты стали тратить гораздо меньше, значительно расширился ассортимент закупаемой продукции. Кроме того, заметно увеличилось количество клиентов, и, по всем прогнозам, оно будет увеличиваться в дальнейшем, поскольку мы уверены в том, что каталогов много не бывает, как и клиентов.

К слову, во главу угла при работе с любым клиентом наша компания всегда ставит его интересы: будь то частный предприниматель или отделение банка, работая с нами, он может быть уверен, что его заказ будет выполнен точно, в полном объеме и в согласованные сроки. В этом нам неизменно помогает компания «Самсон».



Менеджер Ефимова Юлия



Менеджер Мартынов Сергей Александрович

# «Диagonal» товаров для школы и офиса

Компания «Диagonal»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-zakaz.ru/diagonal](http://www.office-zakaz.ru/diagonal)  
 заказ бесплатного каталога  
 и прайс-листа:  
**(8342) 23-43-57**

Директор  
 Щербаков  
 Евгений  
 Николаевич



**Компания «Диagonal»**  
**Год основания компании — 2009**  
**Количество сотрудников — 9**  
**Обслуживаемые рынки — г. Саранск и Республика Мордовия**

«Компания «Диagonal» работает на рынке Мордовии с октября 2009 года, — рассказывает ее директор **Щербаков Евгений Николаевич**. — Начиная с нуля, за три года мы зарекомендовали себя как надежный поставщик товаров для школы и офиса. Начиная этот бизнес, мы ставили перед собой цель создать фирму, которая занимается комплексным обеспечением предприятий, организаций и детских учреждений всем необходимым.

При выборе основного поставщика после долгого и кропотливого отбора мы остановились на группе компаний «Самсон». Выбор был обусловлен не столько огромным ассортиментом предлагаемых товаров, а в первую очередь тем, что «Самсон» активно помогает своим дилерам в продвижении своих товаров в рамках программы «Дилер корпоративной торговли». По сути, мы ведем совместный взаимовыгодный бизнес. Помощь такого серьезного партнера облегчила нашу работу. Дилерские каталоги, интернет-магазин, программные настройки по быстрому обновлению цен и формированию прайс-листов оказали нам неоценимую помощь в работе.

В 2009 году мы заказали первые 500 каталогов. Именно им мы обязаны появлению первых клиентов. Начиная с тиража 2011 года, мы печатаем каталоги с индивидуальной обложкой. Благодаря им мы стали более узнаваемы. Настоящим прорывом было появление интернет-магазина [www.office-zakaz.ru](http://www.office-zakaz.ru), постоянно улучшающего свою функциональность. Наличие своего интернет-магазина с актуальными ценами, акциями для покупателей позволяет нам всегда отличаться от большинства конкурентов. Не побоюсь сказать, что это один из лучших интернет-

магазинов на рынке товаров для офиса: продажи постоянно увеличиваются, и мы считаем это одним из самых перспективных направлений своей деятельности. Мы постоянно распространяем среди наших действующих и потенциальных клиентов рекламные листовки по продвижению интернет-магазина. Благодаря каталогам и электронной торговле в настоящее время более 30% нашей выручки составляет доля от реализации товаров, которые мы даже не рассчитывали продавать, создавая свою компанию. На сегодняшний день, благодаря нашим партнерам, мы способны оперативно поставить клиентам более 10 000 наименований товаров для дома, школы и работы — начиная от обычных канцтоваров и заканчивая более редкими товарами, в поисках которых порой приходится обегать десятки магазинов. Сейчас мы готовы обеспечить бесперебойную работу любого офиса, оперативно снабжая его аксессуарами из различных товарных групп. «Диagonal» предлагает широкий перечень наименований канцтоваров от ведущих производителей, бумажную продукцию, офисную мебель, сейфы, а также бытовую технику, оргтехнику и расходные материалы к ней, бытовую химию и гигиеническую продукцию, хозтовары, спецодежду, посуду и многое другое, включая даже чай и кофе. Обратившись в «Диagonal», клиент экономит время, покупая все необходимое в одном месте, не выходя из офиса.

Требования корпоративных клиентов постоянно растут, но благодаря компании «Самсон» мы всегда имеем возможность предложить самый высокий уровень сервиса для своих покупателей».



Директор и сотрудники:  
 Тагаев Дмитрий — торговый представитель,  
 Агина Екатерина — менеджер по работе с корпоративными клиентами, Самарина Юлия — продавец-консультант розничного магазина.



Директор Щербаков Евгений Николаевич

# Компания «Папирус»: обладатель «золотой» и «платиновой» премии

Компания «Папирус»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
 WWW.PAPYRUS-SOCHI.RU  
 заказ бесплатного каталога  
 и прайс-листа:  
**(862)-296-03-88,**  
**296-05-88**

Директор  
 компании  
 Александр  
 Васильевич  
 Агеенков



**Компания «Папирус»**  
**Год основания компании — 2001**  
**Количество сотрудников — 30**  
**Обслуживаемые рынки — г. Сочи**

Компания «Папирус» была основана в январе 2001 года и в начале своей деятельности состояла из двух сотрудников корпоративного отдела. «Первоначальной задачей нашей компании было оперативное и всестороннее снабжение клиентов бумагой,

канцелярскими товарами и расходными материалами по приемлемым ценам, — рассказывает директор компании «Папирус» Александр Васильевич Агеенков. — Со временем количество клиентов стало расти, увеличился штат сотрудников. Был открыт небольшой магазин. Возникла потребность в глобальном расширении ассортимента офисной техникой, хозяйственными товарами, продуктами питания, спецодеждой, мебелью. И в 2007 году был найден поставщик, способный в одном лице оперативно поставить нам весь спектр товаров для офиса. С самого начала сотрудничества с группой компаний «Самсон» стали расти обороты продаж, а клиентам и сотрудникам компании «Папирус» стало удобнее работать посредством использования каталога товаров для офиса.

на позволяет нам оперативно доставлять товар покупателю. Для доставки товара используется 4 грузовых автомобиля, которые ежедневно курсируют по Черноморскому побережью города-курорта Сочи от Лазаревского района до Красной Поляны.

В 2009 году начал обслуживать клиентов наш интернет-магазин ПАПИРУС-СОЧИ.РФ, который позволил нашим клиентам оформить заказ, не отходя от рабочего места, оперативно знакомиться с новинками ассортимента.

Также в 2009 году в центре города был открыт новый розничный магазин самообслуживания с площадью торгового зала 75 м<sup>2</sup>, в котором представлен огромный выбор товаров для школы и офиса.

В 2009 и 2010 годах компания получила «Золотую премию» в номинации «Лучший независимый дилер группы компаний «Самсон». В 2011 году компания «Папирус» была удостоена «Платиновой премии».



Сотрудники розничного магазина



Сотрудники склада и отдела доставки



Менеджеры отдела продаж и заместитель директора Сычев Андрей

# САМСОН рекомендует

БУМАЖНУЮ ПРОДУКЦИЮ ИЗ ОФСЕТНОЙ И

ТЕРМОЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ БУМАГИ STARLESS И АКЗЕНТ



STARLESS universal quality

- **Чековые ленты для ККМ, банкоматов и платежных терминалов:**

- с печатью/без печати,
- с водяными знаками,
- без фенола,
- с ТОП-покрытием,
- тонированные.

**ПРОИЗВОДИТСЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ КЛАССА А!**

- Бумага перфорированная в стопе,
- Самокопирующаяся бумага,
- Бумага для плоттеров,
- Бумага для принтеров,
- Бумага для факсов,
- Ленты для электронных очередей,
- Термоэтикетки для весов.



AKZENT<sup>TM</sup>  
premium quality

AKZENT premium quality

**ПРОДЛЕВАЕТ СРОК СЛУЖБЫ ВАШЕГО ОБОРУДОВАНИЯ!**

# Степлеры и дыроколы



BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY



**Широкий ассортимент** - более 60 позиций

**Постоянный спрос** в течение года среди розничных и корпоративных клиентов

**Надежность и долговечность** - гарантия 3 года



**Выгодная цена -**

Степлеры от **14** руб.

Дыроколы от **30** руб.\*

\*Цена указана с максимальной скидкой

*Зарабатывайте  
на степлерах и дыроколах  
крулый год!*



Федеральная сеть оптовых складов  
Регулярная доставка маршрутами по России



Группа компаний «Самсон» - лауреат  
премии «Золотая скрепка» в номинации  
«Национальная компания года»

Доступны для заказа  
в оптовом интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

# Компания «Канцтовары plus»: дилерская программа — ЭТО ВЫГОДНО

Компания «Канцтовары plus»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
www.office-zakaz.ru/kancplus  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:  
т./ф: (8412) 44-48-71,  
55-42-67, 55-38-34

Директор  
Игнатов Лев  
Александрович



Компания «Канцтовары plus»  
Год основания компании — 2004  
Количество сотрудников — 7  
Обслуживаемые рынки — Пенза,  
Пензенская обл.

Свою деятельность на канцелярском рынке компания начала с открытия небольшого розничного магазина. Его ассортимент включал только самые необходимые товары для офиса и товары для художников. Этот сегмент бизнеса был выбран не случайно: канцелярские товары пользуются постоянным спросом, а значит, способны обеспечить стабильный доход компании. Еще одним направлением деятельности фирмы стало обслуживание корпоративных клиентов. На первоначальном этапе работы многим клиентам приходилось разъяснять преимущества корпоративного обслуживания — оперативная доставка товаров прямо на рабочее место, стопроцентное выполнение заказов, экономия средств и времени.

Однако работа в корпоративном сегменте дала возможность получать дополнительные заказы и постоянную прибыль. В свою оче-

редь, фирма должна была обеспечивать своих клиентов всем необходимым, повышать уровень сервиса, соответствовать ожиданиям потребителей. Сегодня в любой организации хотят пользоваться простой и понятной системой заказа, оперативно и своевременно получать качественный товар, иметь возможность выбора, — считают в компании.

Именно поэтому для дальнейшей работы в качестве основного поставщика и партнера была выбрана группа компаний «Самсон», предлагающая выгодную программу для своих клиентов «Дилер корпоративной торговли».

«Узнав о дилерской программе подробнее, в компании, не раздумывая, решили начать сотрудничество, — говорит директор фирмы Лев Александрович Игнатов. — Работа в рамках этой программы оказывает положительное влияние на развитие кан-

целярского бизнеса, и в компании незамедлительно почувствовали результаты: существенно выросла средняя сумма закупки, увеличилась прибыль.

В привлечении новых клиентов помогает красочный и информативный каталог. Он, как витрина, в которой можно не только увидеть товар, но и узнать о его характеристиках. Каталог всегда под рукой, наглядные изображения помогают ориентироваться в многообразии товаров и выбирать необходимую продукцию. Для компании он стал важным инструментом, который облегчает работу с клиентом, избавляет от недопонимания по поводу заказываемого товара. Постоянные клиенты также с удовольствием работают с каталогом и довольны такой формой работы. Поэтому мы планируем и в дальнейшем продолжать работу с группой компаний «Самсон», заказывая каталоги товаров для офиса».



Шахова Наталья, зав. филиала на ул. К.Маркса



Косицина Марина Александровна, зав. филиала на ул. Володарского и Поротченкова Наталья, менеджер



## «Самсон-Пермь»:

*3 декабря одно из самых динамично развивающихся среди 13 сбытовых подразделений группы компаний «Самсон» отметило свое пятилетие. Несмотря на то, что дата пока еще не круглая, за «пятилетку» Пермский филиал смог доказать, что способен на многое.*



### Для справки:

Пермь — столица Пермского края, третий по площади город России после Москвы и Санкт-Петербурга. Сегодня Пермь является узловым звеном трансконтинентальных железнодорожных, автомобильных и воздушных линий с водным путем в Северную и Южную Европу. Это промышленный центр России, где активно развивается машиностроение, электроэнергетика, топливная, нефтеперерабатывающая и другие отрасли, а также многочисленные предприятия, что представляет собой отличную базу для работы операторов канцелярского рынка.



### Нелегкий старт

Филиал в Перми начал работу 3 декабря 2007 года — можно сказать, что это официальная дата его открытия: фактически в этот день подразделение начало осуществлять первые продажи. Однако открытию филиала предшествовала серьезная работа: строительство складских и офисных помещений, закупка и установка оборудования, организация рабочих мест, подбор и обучение персонала.

Подразделение в Перми начинало работу в условиях жесткой конкуренции — город-миллионник, один из крупнейших центров РФ с прилегающими территориями — Пермским краем и Свердловской областью, был выгодной площадкой для развития канцелярского бизнеса многих крупных игроков. И к моменту открытия филиала на рынке края уже присутствовали сильные региональные компании и федеральные операторы. Годом позже пермскому филиалу, как и другим участникам рынка, пришлось противостоять экономическому кризису. В 2009-м даже крупные градообразующие предприятия делали заказы, включающие только необходимый минимум: бумагу и пишущие принадлежности. Мелкие компании урезали бюджеты практически до нуля. Безусловно, на рынке обострилась борьба за крупных платежеспособных клиентов. Многие поставщики начали предоставлять заказчикам максимальные скидки, демпинговать. Тем не менее, этот нелегкий момент стал для Пермского филиала хорошим поводом для дальнейшего совершенствования своей работы. Качественный сервис и продуманное товарное предложение позволили ему не только сохранить объемы продаж, но и увеличить их, утвердившись на рынке Пермского края.

### Заслуженный успех

Сегодня в «Самсон-Пермь» работают более 150 квалифицированных сотрудников. Складской комплекс площадью 3000 м<sup>2</sup> позволяет качественно обслуживать клиентов. Он оборудован удобными стеллажами, необходимой погрузочно-разгрузочной техникой, автоматизированным оборудованием. Более 14000 позиций в ассортименте, постоянно поддерживаемый товарный запас и грамотное расположение продукции позволяет хранить ее в идеальных условиях, обеспечивать аккуратную и оперативную погрузку и отличный сервис. Пополнение товарных запасов производится не менее трех раз в неделю, как из головной организации, так и напрямую от по-



## «ПЯТЬ» за пятилетку

ставщиков. Клиенты филиала могут оформить заявку удобным для них способом: по телефону, электронной почте или через интернет-магазин и получить товар на следующий день после согласования заказа.

С помощью 20 регулярных маршрутов доставок собственным и наемным транспортом осуществляется еженедельная бесплатная поставка товара более чем в шестьдесят населенных пунктов на территории г. Пермь и Пермской области, Екатеринбург и Свердловской области, г. Тюмень и Тюменской области, Курганской области и т. д.

Развитая сеть маршрутов и постоянная работа над увеличением частоты доставок позволили осуществлять доставку даже в самые удаленные уголки обслуживаемых территорий. Кроме того, подразделение, расположенное в 100 метрах от одной из основных магистралей города и трассы федерального значения «Москва-Екатеринбург», обеспечило клиентам удобный подъезд, как со стороны Москвы, так и с Екатеринбургского направления.

Новые сервисы, сбалансированный ассортимент, планомерная работа по расширению клиентской базы — все эти факторы стали конкурентными преимуществами пермского филиала и позволили предлагать заказчикам выгодные условия для сотрудничества и развития.

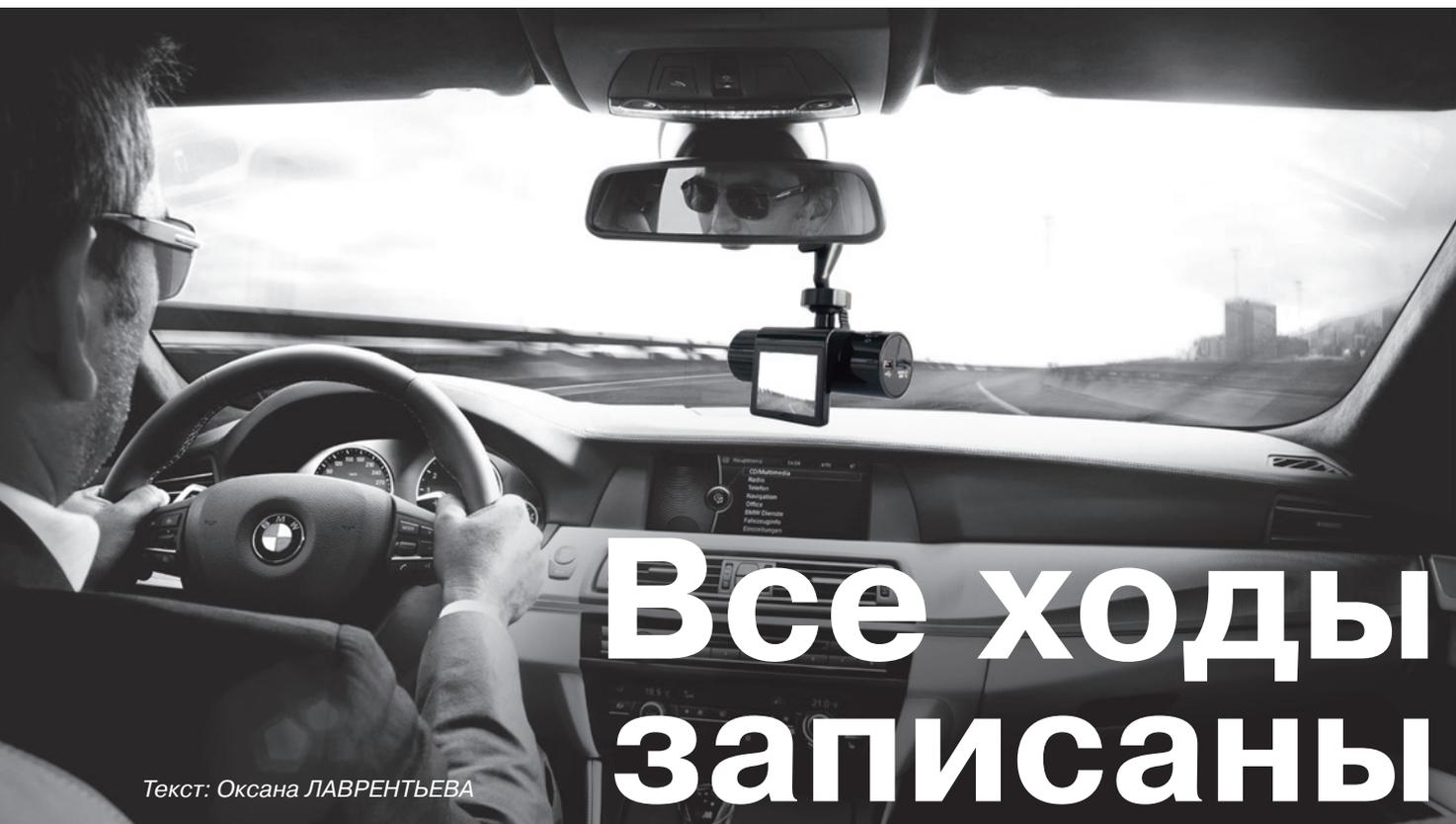
### Планы на будущее

Сегодня филиал обслуживает более 500 активных клиентов и останавливаться на достигнутом не собирается. Более того, за последние два года «Самсон-Пермь» удвоил свои обороты.

Наличие дилерской программы помогает партнерам компании увеличивать собственные продажи - клиенты, работающие по дилерскому каталогу группы компаний «Самсон», смогли воспользоваться эффективным комплексом маркетинговых инструментов — каталогами, технологиями по продвижению товаров, помощью в оформлении магазинов и проведении рекламных кампаний. Федеральная программа «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» обеспечивает дилерам группы компаний «Самсон» поддержку ведущего оператора канцелярского рынка: работая под единым брендом, компании создают имидж надежного партнера, пользуются каталогами, рекламными материалами, промо-продукцией под торговой маркой «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА». Подразделение в Перми продолжает успешно развиваться и в ближайшее время планирует стать абсолютным лидером на канцелярском рынке Перми, постоянно улучшая качество обслуживания.

**Мы поздравляем коллектив ООО «Самсон-Пермь» и желаем ему дальнейшего роста объемов продаж и успехов во всех начинаниях.**





# Все ходы записаны

Текст: Оксана ЛАВРЕНТЬЕВА

*В наш век, когда количество автомобилей стремительно увеличивается, такие устройства, как видеорегистраторы и радар-детекторы, набирают все большую популярность в рейтингах продаж. Действительно, когда нагрузка на дорогах достаточно велика, а времени, как правило, у делового человека крайне мало, эти автомобильные девайсы приобретают как дополнительную и удобную возможность подстраховки в непредвиденных ситуациях. Две вечные российские проблемы — «дураки» и «дороги» — можно решить в наше время двумя простыми способами: купить беспристрастных свидетелей происшествий — видеорегистратор и радар-детектор.*

## **Видеорегистратор: улыбайтесь — вас снимают**

Автомобильный видеорегистратор — это устройство, предназначенное для видео- и аудиофиксации обстановки вокруг автомобиля, а также внутри салона. Пока еще менталитет российских водителей несколько далек от того, чтобы оснастить машину вместе с аптечкой и огнетушителем системой видеозаписи, но, по мнению экспертов, скоро это явление станет массовым. Так, по оценкам аналитической группы SmartMarketing, только за прошлый год на территории России было куплено не менее 200 тысяч видеорегистраторов для авто.

В Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях четко сказано: видео- и аудиозаписи регистратора могут служить доказательством при разбирательстве спорных вопросов, связанных с ДТП. Однозначно, ведение записи в большинстве случаев избавляет как от лишних придирок со стороны сотрудников ГИБДД, так и позволяет разрешить дорожный конфликт, не доводя дело до суда. Можно даже

сказать, что это своего рода революционный гаджет, позволяющий, при условии повсеместного использования, резко сократить количество проблем на дорогах, убрать «обоюдки», «непонятки» в аварийных ситуациях, привести к нулю острую проблему взятков. В Интернете можно увидеть десятки историй, когда благодаря только видеорегистратору водители смогли доказать свою невиновность. Как бы оппонент по ДТП ни давил административным ресурсом, видеозапись всегда можно выложить в масс-медиа, и виновный, независимо от своего статуса, будет вынужден нести ответственность.

По сути, автомобильные регистраторы представляют собой недорогую видеокамеру. Каждый прибор имеет специальные крепления, при помощи которых его можно закрепить на лобовом стекле или торпеде автомобиля. Питается устройство от автоприкуривателя.

В большинстве дорожных конфликтов не требуется высокого качества видеозаписи. К примеру, необходимо подтвердить, что движение действи-



тельно осуществлялось на разрешающий сигнал светофора во время ДТП или убедиться в факте «подрезания». Но если требуется опознать виновника по госномеру автомобиля или лицу, тогда на первый план выходят качество видеоизображения и возможности автономной работы устройства.

### Важные параметры — не попадитесь на уловки

Сегодня на рынке можно найти множество самых разнообразных моделей видеорегистраторов. Современные гаджеты снабжены целым рядом опций, каждая из которых повышает цену. Выбор регистратора зависит от набора определенных критериев, их довольно много, но мы выделим шесть основных пунктов.

**1. Качество видео** — самый важный параметр при выборе видеорегистратора, его определяют разрешение (количество точек по горизонтали и вертикали) вместе с частотой обновления кадра (битрейт). От разрешения зависит четкость изображения на видео, а также возможность различать при просмотре мелкие детали (лучше видны номера машин и лица участников происшествия), однако видео с высоким разрешением занимает больше места на карте памяти. Среди продающихся сегодня регистраторов самыми распространенными являются модели, ведущие съемку в разрешении 640\*480, 1280\*720 (HD) и 1920\*1080 точек (Full HD).

Битрейт влияет на качество изображения: чем выше значение этого параметра, тем четче выглядит картинка. Хорошее видео получается при частоте кадров 24 – 30 к/с. При снижении частоты до 10 – 15 к/с движение на экране перестанет быть плавным. Электроника видеорегистратора часто может обрабатывать видеопоток с ограниченным битрейтом, поэтому при росте разрешения видео частота обновления кадров падает.

**2. Оптика** в регистраторе играет одну из главных ролей. Угол обзора особенно важен для съемки конфликтных ситуаций. Если он меньше 120°, в поле зрения попадет только то, что происходит прямо перед капотом, а удар в крыло останется незафиксированным. К слову, угол 60° отлично показывает две полосы движения и имеет довольно детальное изображение. Угол обзора свыше 120° позволяет зафиксировать «подрезание» (но в этом случае из-за низкого качества видеозаписи цвет светофора и номера ближайших автомобилей будут едва различимы). При этом следует иметь в виду — чем больше угол обзора, тем сильнее страдает детализация изображения. Также к недостаткам широкого угла обзора можно отнести то, что значительную часть картинки занимает не только дорога и капот, но и часть торпеды.



Запись с задней камеры может быть нужной лишь в редких случаях (захватывает происходящее за боковыми стеклами). Как правило, дополнительная камера нужна тем, кто имеет потребность снимать в салоне — например, таксистам. Подсветка эффективна лишь на небольших расстояниях и привлекает излишнее внимание.

Кстати, видеорегистраторы способны также делать и фотоснимки — в режиме «фото» прибор позволяет делать снимки с большим разрешением, чем при видеозаписи. Здесь важна емкость встроенного аккумулятора, так как провод, тянущийся к прикуривателю, не позволит, например, обойти машину и сфотографировать ее сзади.

**3. Форматы и носители.** Подавляющее большинство регистраторов способно работать в режиме круговой непрерывной записи — как только память устройства полностью заполнится, новые кадры записываются на место самых старых. Таким образом, у автовладельца остаются самые све-

жие записи. Их продолжительность зависит лишь от объема памяти.

Обычно используются карты памяти SD или микро-SD. Первые удобнее, потому что больше по размеру, их можно вставить в слот ноутбука без всяких переходников. Если не вести полный видеодневник своих поездок, то вполне хватит объема 2 Гб.

**4. Внешний вид и установка.** Здесь учитываются такие параметры, как компактность, вес, неприметность, особенности штатива. Самый главный пункт, на который следует обратить внимание, — продуманность крепления. Существуют два способа соединения гаджета со стеклом: при помощи присоски и двусторонней клеящей ленты. Однозначно сказать, что лучше, нельзя из-за нюансов в эксплуатации. Например, если планируется каждый день снимать автовидеорегистратор, оставляя машину у дома или на стоянке, то клеящая лента в таком случае не подойдет — быстро выйдет из строя (хотя ее можно менять), присоска позволяет постоянно снимать и ставить девайс.



**5. Интерфейс.** При покупке следует испытать на практике расположение и размер кнопок, удобство обращения с меню. Что касается дисплея, то, без сомнения, видеорегиистратор с экраном очень удобен в управлении, при этом разрешение и размер встроенного экрана второстепенны: вряд ли автовладелец будет пристально изучать записи в HD-качестве прямо в машине. А небольшие дисплеи сегодня практически не повышают цену устройства.

**6. Функционал.** Грамотная и продуманная программная часть — неотъемлемая составляющая хорошего видеорегиистратора.

**Датчик удара** (или акселерометр, G-сенсор) позволяет защитить последний файл (снабжая его атрибутом «только для чтения»), записанный перед столкновением. Дело в том, что иногда человек после ДТП забывает остановить запись и потом вдруг обнаруживает, что предъявить в суде уже нечего!

**Датчик движения** — автоматическая активация записи происходит при детекции звука или перемещении.

**Режим парковки** в регистраторе предназначен для записи всего, что происходит рядом с припаркованным автомобилем в отсутствие водителя.

**GPS-модуль** позволяет привязать запись не только к моменту времени, но и к месту. Запись GPS-координат может служить доказательством вашего пребывания в определенном месте, также при этом фиксируется скорость вашего передвижения.

Особенно важная характеристика, которую производители обычно не сообщают, — это *возможность вести съемку в тот момент, когда происходит сохранение одного файла и создание другого*. Речь о том, что между записываемыми видеороликами может оставаться зазор в 2-5 секунд, и, если вдруг что-то случится именно в этот момент, то записи этого фрагмента может и не оказаться.

### Радар-детекторы

Для начала следует разобраться с терминами, что же такое радар-детектор и что такое антирадар. Это отнюдь не синонимы, как полагают многие, и в работе этих приборов есть принципиальное отличие. Радар-детектор — это пассивный приемник, предупреждающий пользователя о том, что в радиусе своего действия он принимает сигналы диапазонов, на которые он настроен. Данные устройства не запрещены к продаже и использованию на территории РФ. Антирадар — это активный подаватель какого-либо излучения, поэтому противоречит российским законам (за нарушение взимается штраф в несколько десятков МРОТ с конфискацией устройства). Так что дальнейшая речь в материале пойдет именно о радар-детекторах.

### Разберемся в частотах

Выбирая сегодня радар-детектор, следует учитывать и понимать, что он должен адекватно реагировать на данные радаров ДПС. Если радар-детектор не рассчитан на диапазон частот, на котором работают полицейские радары, то он становится бесполезной игрушкой. В России разрешены к применению в радар-ДПС частоты, которые обозначаются как X-диапазон (10.525 ГГц), K-диапазон (24.15 ГГц) и новый для России Ka-диапазон с несущей частотой 34.7 ГГц.

Все приборы, использующие эти частоты для определения скорости объекта, можно разделить на два класса — приборы с постоянным излучением (не обеспечивают должной скорости обработки и имеют низкую разрешающую способность, поэтому на территории РФ данных устройств уже практически не осталось) и приборы с коротковолновым модулированным излучением (импульсные). Приборы второго типа появились

### При покупке следует убедиться в наличии у радара-детектора следующих режимов:

**Instant-on** — технология обнаружения импульсных устройств X-диапазона;

**Ultra-X** — технология обнаружения импульсных устройств X-диапазона;

**Ultra-K** — технология обнаружения импульсных устройств K-диапазона;

**POP** — это современная технология, позволяющая с высокой точностью обнаружить импульсные радары любых типов.

в России с конца 90-х годов, и в настоящее время занимают абсолютную позицию в сфере применения сотрудниками ГИБДД. Принцип работы основан на том, что за очень короткое время (0.3-0.4 сек.) можно полностью измерить скорость объекта с вероятностью 95%.

### Дополнительные возможности

Радар-детекторы с GPS информируют водителя о расположенных на дорогах стационарных камерах ГИБДД посредством получения данных через спутниковую связь. Большинство таких камер не дают излучения, поэтому обычные радар-детекторы не могут их обнаружить. Также устройства с GPS способны детектировать лазерные пушки.

Разнесенные радар-детекторы состоят из блока управления и приемной части, что позволяет их размещать в транспортном средстве произвольно и невидимо для глаз.

Если вкратце, то выбирать радар-детектор можно по следующим характеристикам:

- 1) определение всех применяемых диапазонов и режимов радаров ДПС;
- 2) дальность обнаружения сигнала;
- 3) процентное соотношение реальных сигналов к ложным;
- 4) скорость обработки полученных сигналов;
- 5) достоверность результата;
- 6) надежность и качество;
- 7) функциональность.

Цена и возможности устройства взаимосвязаны. Бюджетные модели сэкономят средства, но не стоит ожидать от них многого — дальность обнаружения радаров будет значительно ниже, а количество промахов выше. Пользователь должен учитывать также собственный стиль езды и особенности трассы: общее правило такое — чем больше помех на дороге, тем продвинутое должна быть модель.



# Новинка!

**BRAUBERG**<sup>®</sup>  
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

## МОБИЛЬНЫЕ профессионалы

- Деловые сумки для документов и ноутбуков
- Бизнес-рюкзаки
- Сумки-пилоты
- Кейсы-пилоты
- Сумки-планшеты



**Демократичный стиль.**  
**Немецкое качество.**  
**Справедливая цена.**

Множество карманов и отделений, крепкие ручки и ремни, надежные замки и удобные формы - все это обеспечивает комфорт Вам и Вашим вещам в поездке.



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

# STAFF®

Для УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ



Удобная блистерная упаковка  
Витрины и POS-материалы в подарок\*!

Оптовый интернет-магазин [www.samsopt.ru/zakaz](http://www.samsopt.ru/zakaz)

Эксклюзивным представителем STAFF® в Российской Федерации является группа компаний «САМСОН»

\* подробности уточняйте у Ваших менеджеров

## Стоит ли приобретать гаджет «2-в-1»?

На рынке имеется ряд моделей, совмещающих в себе видеорегистратор и радар-детектор. Стоит ли такая игра свеч? Почти всегда справедливо правило: универсальные гаджеты имеют худшие характеристики, чем специализированные. Конечно, мысль о том, что не придется оснащать ветровое стекло несколькими приборами и возможность сэкономить, привлекают, но, с другой стороны, затрудняется управление столь сложным агрегатом, и себестоимость девайса падает только за счет ухудшения некоторых важных параметров.

Группа компаний «Самсон» предлагает универсальные модели видеорегистраторов и радар-детекторов, отлично зарекомендовавшие себя на практике и занимающие первые позиции в рейтингах продаж. Это такие известные бренды, как Prestigio, Defender, SUPRA (видеорегистраторы), Ritmix, SHO-ME, Silverstone, SUPRA (радар-детекторы). Ниже мы приведем описание нескольких наиболее удачных по функционалу моделей.

**Ritmix AVR-470** — это новинка из серии «дешево и сердито», отличается невысокой ценой и функционалом, как у дорогих видеорегистраторов. Разрешение видеосъемки HD720p, цветной TFT-дисплей и 5-мегапиксельная камера. Угол обзора объектива 120°. Предусмотрена функция ночной съемки, для которой используется подсветка восьмью инфракрасными диодами. Устройство можно подключить к монитору или телевизору через HDMI-порт.

**Ritmix AVR-650** — это автомобильный видеорегистратор с разрешением FULL HD, который может использоваться также в качестве видеокамеры для бытовой съемки (handycam). Поворотные объектив (180°) и дисплей (270°) предоставляют широкие возможности выбора ракурса и точки съемки. Возможны ночная съемка и видеозапись в режиме парковки по датчику движения. Предусмотрена возможность отключения звука при видеозаписи (конфиденциальность бесед может быть необходима при публикации видеозаписей в широком доступе). Имеется HDMI-интерфейс для вывода отснятого материала на телевизор или монитор в высоком разрешении.

Продавцам можно обратить внимание покупателей на полезную особенность **Ritmix AVR-680** — две камеры наблюдения, основная (фронтальная) и дополнительная, которая может быть направлена внутрь салона или использована для расширения панорамы видеосъемки перед автомобилем. Возможно одновременное отображение картинки с двух камер на крупноформатном дисплее размером 2,8 дюйма. Угол поворота



камеры 120°, угол поворота объектива 50° (камера 2), съемка в высоком разрешении HD 720 пкс., передача видео по HDMI-подключению.

**Ritmix AVR-850** представляет собой редкое для автомобильных видеорегистраторов сочетание GPS-модуля, трехосевого G-сенсора, разрешения HD и дисплея высокого разрешения. Разрешение HD обеспечено японской оптикой, которая позволяет фиксировать подробные детали обстановки с высокой четкостью (например, номерные знаки — не только фронтально, но и по диагонали). В отличие от большинства аналогов, чувствительность G-сенсора подробно настраивается по трем пространственным осям (x, y, z). Таким образом, на карте памяти сохраняется только

TM Cobra, разработанных специально для использования в России. Этот прибор сделан с учетом технологических особенностей работы российских радаров ГИБДД: Искра (все модификации), Бинар, Визир, Арена, Крис, Радис, Беркут, Сокол и др.; рассчитан на прием лазерных радаров, в том числе ЛИСД и АМАТА. Небольших размеров, эргономичный, надежный и простой в обращении радар-детектор, который принимает все виды радарных и лазерных сигналов, а также сигналы безопасности дорожных служб, он оснащен простым светодиодным дисплеем.

**Cobra RU 845** представляет собой модель третьего поколения радар-детекторов TM Cobra, произведенных для российского потребителя.

### Полезный совет

Если вы уверены в своей правоте, то при использовании видеорегистратора обязательно отразите в протоколе о наличии видеозаписи происшествия (а также типе и модели носителя). Не рекомендуется отдавать инспектору карту памяти или сам прибор с записью сразу — бывают случаи, когда материалы дела непонятным образом исчезают прямо из служебного кабинета. Прежде всего, стоит сделать запасную копию записи для себя.

по-настоящему полезная информация, а не видеозаписи по G-сенсору, инициированные в результате неровности дорожного покрытия. Помимо классических преимуществ дисплея высокого разрешения, а именно возможности просмотра событий в реальном времени и на видеозаписи, он позволяет настраивать видеорегистратор из экранного меню.

Видеорегистратор **SUPRA SCR-690** стал хорошо продаваться сразу после появления. Он имеет угол обзора 140°, регулируемый угол наклона объектива — 200°. Оснащен ЖК-экраном размером 2 дюйма. Максимальное разрешение видео — 1280\*720, фото — 1.3M (1280\*720). Формат AVI, поддерживает карты памяти микро SD до 32 Гб. Есть инфракрасный ночной режим.

Модель **Cobra RU 835** представляет собой модель начального уровня второго поколения радар-детекторов

Он принимает современные модификации короткоимпульсных радаров и имеет повышенную дальность действия, оснащен текстовым дисплеем на русском языке. Есть прием АККДД «Стрелка-СТ», голосовое сопровождение на русском языке, Intelli Mute (заглушение сигналов на малой скорости автомобиля), прием лазерного радара на 360° в том числе ЛИСД и АМАТА (включая последнюю модификацию).

Радар **SUPRA DRS-66VS** «Белка» замечает все камеры типа Стрела-СТ/М, размещенные как стационарно, так и мобильно. Угол обнаружения сигнала лазера — 360°, детектирование в диапазонах — X/Ultra X, K/Ultra K, Ka, обнаружение сигналов антирадаров — VG-2. Есть защита от ложных срабатываний, три режима чувствительности, рабочий диапазон температур — от -30С до +80С.



# СКРЕПКАЭКСПО

## SKREPKAEXPO

**XVIII** МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ  
ВЫСТАВКА КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

## СКРЕПКА-ЭКСПО. ВЕСНА 2013

**12 – 14**

МАРТА **2013**

РОССИЯ, МОСКВА  
МВЦ “Крокус Экспо”

**3 павильон, 18 зал**

- Канцелярские товары
- Офисная техника
- Расходные материалы для офисной техники
- Бумага и бумажно-беловые товары
- Школьно-письменные принадлежности
- Корпоративные услуги
- Сувениры и подарки
- Товары для творчества



при поддержке



КРОКУС ЭКСПО

спонсор выставки



Информационная поддержка

спонсор выставки



Официальный медиа-партнер:



Официальный информационный партнер:

Официальный интернет-партнер:



+7 (495) 648 91 38  
+7 (495) 789 93 80

expo@apkor.ru  
www.skrepkaexpo.ru



международная выставка  
BUSINESS-INFORM  
2013

## ЖДЕМ ВАШИХ ЗАЯВОК

# Lyresco: «Вы — наш самый главный клиент!»

<b>Год основания:</b>	1926
<b>Сфера деятельности:</b>	один из крупнейших в Европе дистрибьюторов товаров для офиса в сфере корпоративных продаж
<b>Оборот:</b>	более 2 млрд. евро
<b>Охват:</b>	39 стран на 5 континентах
<b>Число сотрудников:</b>	более 10 000 человек
<b>Штаб-квартира:</b>	Marly (Франция)
<b>Руководство:</b>	Steve Law, генеральный директор



Lyresco — ведущий поставщик товаров для офиса на рынке корпоративного обслуживания в Европе, имеющий представительства в 39 странах по всему миру и более 30 современных распределительных центров с 400 000 кв. м. совокупных складских площадей. Парк компании составляют более 1700 единиц автомобильного транспорта, что наряду с развитой логистической сетью позволяет доставлять 99,4 процента заказов клиентам в течение 24 часов. К слову, ассортимент компании — более 6 000 наименований. Предлагаемая продукция отличается высоким качеством всемирно известных торговых марок: Ассо, Avery, HP, Lexmark, 3M, Fellowes и многих других.

Ассортимент позволяет обеспечивать практически любые потребности современного офиса, включая самые востребованные товарные группы: комплектующие для компьютеров, офисную технику и расходные материалы, этикет-оборудование, бумагу, почтовые конверты, блокноты, письменные принадлежности, канцелярские принадлежности, продукцию для конференций и презентаций, системы хранения документации, товары для гигиены и отдыха.

На 70 телефонных линий компании ежегодно поступает свыше 6,5 миллиона звонков. Продажи осуществляются также через интернет-магазин и каталоги. Компания ежедневно обрабатывает более 60 000 заявок и осуществляет более 250 000 доставок по всему миру, имея 13 основных дистрибуционных центров.

Превращение Lyresco из рядовой канцелярской компании в лидера B2B-рынка шло стремительно. Начало интенсивному росту было положено в 80-х годах прошлого века, когда объединение компаний Lyresco и Gaspard осуществило экспансию внутреннего рынка Франции, на котором ему стало тесно.

Огромную роль в расширении ком-

пании в этот период сыграл молодой менеджер Эрик Бижар. В 25 лет он стал директором одного из товарных направлений компании Gaspard и уже через 3 года занял должность коммерческого директора объединения Lyresco Group, а в 33 года — кресло генерального директора.

В 90-е годы компания стала проникать на рынки других стран: Испании, Великобритании, Канады, Германии, Дании, Италии, Швеции, Ирландии, Норвегии, Польши. С 1998 года компания вышла на азиатский рынок — в Гонконге и на Тайване. В начале 2000-х она осваивает рынки Японии и Таиланда. Lyresco Group заключила партнерские соглашения с компаниями во многих странах Европы, США и Австралии.

Такой рост, несомненно, обострил борьбу в секторе B2B и вызвал реакцию со стороны конкурентов — крупнейших европейских компаний Corporate Express и Office Depot. Показатели роста Lyresco были поистине впечатляющими. С 1988 по 1999 годы оборот компании вырос более чем в 8 раз. К началу 2000-х продажи

составили 1,404 млрд. евро. Особо отметим, что Lyresco стала одной из первых европейских компаний, отважившихся проникнуть на динамично развивающийся рынок Китая.

В 2005 году компания Lyresco вышла на российский рынок, приобретая, как она это делала традиционно при освоении рынков других стран, одну из российских компаний «Прагматик-Экспресс».

Выход Lyresco на российский рынок стал одним из самых заметных событий в канцелярском сегменте: как появление Auchan и Metro в ритейле. Lyresco составила конкуренцию крупнейшим игрокам отечественного рынка товаров для офиса.

Сегодня Lyresco укрепляет свои позиции на российском рынке, находит новых партнеров. Отличие западных компаний — и Lyresco не исключение — в том, что они умеют быстро свести к минимуму издержки на производство и логистику. Именно поэтому появление нового игрока стимулирует участников российского рынка и обостряет конкуренцию.



Текст: Александр Котляров

# ПО СЛЕДУ ГРИФФЕЛЯ

(Сегмент точилок  
и стирательных  
резинок)

Точилки и стирательные резинки — товары, приобретаемые в дополнение к карандашам. Называясь сопутствующими, эти аксессуары, тем не менее, остаются необходимыми атрибутами школьного ранца — без них сложно представить себе ребенка на уроке рисования, черчения, геометрии или алгебры и даже физики. Какие процессы наблюдаются сегодня в этом сегменте? Чем руководствоваться реселлеру при составлении ассортимента? Какова структура потребительских предпочтений? На эти и другие темы мы поговорили с ведущими игроками российского рынка товаров для школы.

## О сегменте

Школьный сегмент точилок и стирательных резинок давно сложился и уже имеет хорошую историю, в которой есть как, что называется, «классика жанра» — модели привычных форм и расцветок, так и модели с новыми формами и эргономикой, появившиеся в последнее время в соответствии с актуальными потребностями рынка. Заранее акцентируем внимание, что простые модели «классических» форм, знакомые нам со школьной скамьи, пользуются у потребителей хорошим спросом, но в последнее время их несколько потеснили «неклассические» новинки, о которых речь пойдет ниже.

**Генеральный директор компании «MAPED RUS» Руслан Томилин** отмечает, что при всем разнообразии предложение на рынке остается довольно скудным: «практически весь выбор лежит в плоскости «кусочек пластика округлой формы» или «ме-

талл/его имитация». Инвестиции в пресс-форму очень существенные на фоне потенциальной выручки». Лишь в последнее время производители стали предлагать новые привлекательные и поэтому востребованные формы.

Интересно, что в России производство точилок и стирательных резинок отсутствует. 99,9 продукции — импорт, представленный, с одной стороны участниками рынка, под собственными торговыми марками, а с другой — под известными европейскими брендами, которые у всех на слуху.

Сегмент в продолжение нескольких лет отличается стабильностью и, как отметили участники рубрики, показывает хорошую положительную динамику. По словам Руслана Томилина, «это растущая категория. Что касается точилок, то мы оцениваем рост в 15% в денежном выражении. В штучном выражении рост не так заметен и не превышает 10%, а это значит, что потребитель постепенно

переходит на более качественную продукцию. Стирательные резинки также демонстрируют ежегодный не-большой рост».

**Руководитель службы маркетинга компании «Хатбер-М» Наталья Суворова** отмечает: «В группе точилок и стирательных резинок рост продаж торговой марки Berlingo за первые девять месяцев 2012 года по сравнению с аналогичным периодом 2011 года составил около 40%. Продажи имеют ярко выраженную сезонность: пик приходится на период подготовки к школьному сезону. Продажи точилок в течение года носят довольно сглаженные показатели за исключением двух месяцев — августа и сентября, когда продажи превышают показатели других месяцев в среднем в два раза».

**Маркетолог отдела бренд-маркетинга группы компаний «Самсон» Олег Быков** констатирует: «Точилки и стирательные резинки для школы — живая, востребованная и динамично развивающаяся товарная группа. Она показывает хороший рост. В связи с этим группа компаний «Самсон» постоянно оптимизирует ассортимент школьных точилок и стирательных резинок, пополняя его новыми интересными и актуальными здесь и сейчас моделями, и постоянно поддерживает его в соответствии с актуальными тенденциями, выявленными в результате маркетингового исследования рынка».

Нельзя забывать о том, что точилки и стирательные резинки — это, в первую очередь, товары, сопутствующие карандашам — чернографитным или цветным. Тем не менее, они постоянно необходимы и требуют довольно частой замены или обновления. Спрос на эти товары, как правило, эластичный: чем меньше их стоимость, тем выше спрос. Таков сегмент. В следующем разделе обсудим несколько ключевых процессов в нем.

### Заметные тенденции

Пожалуй, одной из главных тенденцией на рынке канцелярских товаров для детей сегодня стало *смещение спроса в сторону предметов, где помимо качества и функциональности важны внешний вид и наличие игровых элементов*.

Сегмент школьных точилок и стирательных резинок, в котором наблюдается буйство и разнообразие форм, в этом смысле не стал исключением. В этом сезоне рынок изобилует предложениями со стороны производителей. Представлены точилки в виде машинок, глобусов, в виде анимационных героев, точилки в виде кольца, лампочек, домиков, сердечек, яблок и иных креативных форм. Современные точилки предлагают с контейнерами и без, с одним отверстием для заточки или несколькими, с удобными защелкивающимися крышечками и без. Помимо этого, стоит отметить и специ-



альные точилки для чернографитных и цветных карандашей, точилки для утолщенных карандашей, на рынке имеются multifunctional предложения — точилки с функциями ластика, а также специальные точилки для левшей и для правшей. В зависимости от типа заточки выделяют точилки механические, точилки электрические и точилки обыкновенные (ручные). Какой из вариантов наиболее удобный и практичный — решать потребителю.

**Руководитель службы маркетинга компании «Хатбер-М» Наталья Суворова** констатирует, что «наибольшей популярностью пользуются, как правило, точилки классического дизайна и формы, как наиболее привычные людям механизмы для заточ-



ки карандашей. Но нельзя сказать, что точилки оригинальных форм покупатели обходят стороной — в последнее время в продажах они значительно набирают обороты».

**Руслан Томилин (компания «MAPED RUS»)** отмечает: «Модными на данный момент являются точилки ярких неоновых цветов в полупрозрачном исполнении. В материалах это имитация мягкого пластика за счет

Другая тенденция — *постепенный рост спроса на данную продукцию, связанный с улучшением демографической ситуации в стране.* **Директор по продажам компании «Группа Товарищей» Наталья Матвеева** говорит: «Динамика продаж канцелярских мелочей для школы напрямую связана с демографической ситуацией в стране. Согласно статистике министерства образования, за последние

Noor, покупатель возьмет для них стирательную резинку этого же бренда. Но это совсем необязательно. Скорее, он будет руководствоваться ответственностью дизайнера и цены его собственным ожиданиям.

**Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей»)** дополняет перечень тенденций: «Одна из популярнейших тенденций школьного сегмента канцелярского рынка — *выпуск лицензионных коллекций канцтоваров.* В остальном тенденции в сегменте ластиков схожи с ситуацией в сегменте точилок: *рост рынка, активный спрос на модели для младших школьников, отсутствие ситуации импортозамещения».*

## О ценовых сегментах

Обобщив данные участников обзора, в категориях «Точилки» и «Стирательные резинки» можно выделить 3 ценовых сегмента: эконом, средний и премиальный. В школьном сегменте премиальная ценовая категория по понятным причинам представлена минимально, поскольку родители все-таки считают точилки и стирательные резинки расходными материалами и не готовы платить за них дорого.

В сегменте эконом представлены точилки простой эргономичной формы с пластиковым или металлическим корпусом. Модели, как правило, имеют одно отверстие для заточки, здесь нет никаких особых изысков, часто нет контейнера для стружки. Преимущество сегмента эконом, главным образом, в невысокой цене. Нетребовательный к эргономическим и функциональным характеристикам потребитель отдаст предпочтение такому товару из-за ценового фактора. То же касается и качества абразивного компонента стирательных резинок: они довольно жесткие, сами резинки имеют простую форму без дизайнерских «излишеств».

Товар среднего сегмента характеризуется очевидно более высоким качеством. Характерным признаком точилок этой ценовой категории является практически обязательное наличие контейнера для стружки и надежный механизм фиксации карандаша. Резинки среднего ценового диапазона имеют более привлекательный дизайн и вполне приемлемое качество абразива, не оставляют разводов и хорошо стирают след грифеля.

Модели высокого ценового сегмента представлены, как правило, под ведущими европейскими брендами — главным образом, это товары немецких производителей. Точилки — в пластиковом или металлическом корпусе — имеют ножи из высокопрочной качественной стали, диаметр отверстия для заточки строго соответствует заявленному, отверстие плотно удерживает грифель. Иными словами, это качественный и поэтому дорогой товар.

Ручную механическую точилку для карандашей придумал в 1828 году французский математик Бернар Лассимон (Bernard Lassimone). Интересно, что устройство для затачивания карандашей было запатентовано, но никогда не выполнялось в металлическом корпусе. Впервые точилка, подобная современному, стал изготавливать в 1847 году француз Терри дез Эство (Therry des Estwaux).

специальной фактуры поверхности точилки. В следующем году наступит время точилок с вставками из мягкой резины в тех же ярких цветах».

Что же касается стирательных резинок, сегодня на рынке множество моделей из твердой и мягкой резины: от классических офисных (прямоугольной формы и скошенной) до оригинальных в виде цифр, сердечек, смайлов, грибов, животных, роботов, в форме зверюшек и т. д. Среди цветовых решений представлены различные варианты — от белого и бежевого до ярких расцветок и даже черного. Наиболее популярные виды стирательных резинок те, что обеспечивают легкое и чистое стирание без повреждения поверхности бумаги и без образования бумажной пыли. Внешний вид тоже играет немаловажную роль.

Руслан Томилин выделил такую заметную тенденцию сегмента стирательных резинок — «продолжающееся перетекание спроса с натуральных ластиков на пластиковые. MAPED выводит весь ассортимент в позиции без фталатов (смягчителей) и ПВХ, что делает продукт безопасным для детей».

10 лет в России в целом стало меньше школьников, однако количество первоклассников с 2008 года ежегодно увеличивается. Это значит, что перед началом каждого школьного сезона собирается еще больше новых «портфельщиков», в каждом из которых обязательно лежит точилка и стирательная резинка».

Третья тенденция — *рынок идет, как отметил Руслан Томилин, «к консолидации и пониманию, что есть элементарное решение, представленное собственной маркой, плюс ассортимент профессионала категории»* (например, такого, как Maped, Koh-i-Noor, Faber-Castell и др.). Важно понимать, что влияние марки на выбор той или иной точилки или стирательной резинки конечным потребителем крайне незначительно, учитывая, что российский потребитель в принципе не ориентируется в канцелярских брендах. Исключения составляют премиальные бренды или марки, известные в России еще с советских времен. Можно предположить, что, сознательно делая выбор в пользу проверенных не одним поколением карандашей Koh-i-



Для офиса и дома, для деловых переговоров  
и душевных бесед

# WALTZ



Красивая посуда в красивой упаковке прекрасно подойдет  
для личного или корпоративного подарка!



## О составлении ассортимента

Составляя ассортимент, реселлер должен учесть множество факторов, среди которых и потребительские предпочтения, и характер потребительской аудитории, и модные тенденции, и специфика товарной категории. Касаясь точилок и стирательных резинок, хотелось бы подробнее остановиться на специфике этой товарной категории.

**Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей»)** отмечает: «Специфика продаж любой школьной продукции в том, что здесь очень ощутим фактор сезонности. Пик продаж школьных товаров традиционно приходится на конец лета — начало осени. Покупая для ребенка карандаши, покупают точилки и стирательные резинки. Поэтому так важно готовить полное ассортиментное предложение к началу сезона активных продаж. Главный принцип при формировании ассортимента точилок и любых других канцелярских мелочей — разнообразие предложения, которое должно включать разные модели, дизайны и цвета». Очевидно, что в условиях постоянно растущего благосостояния граждан у потребителя всегда должен быть довольно широкий выбор.

**Руслан Томилин (компания**

**«MAPED RUS»**), говоря о специфике точилок, отмечает: «Очень трудно понять качество, даже подержав этот товар в руках. Ведь самую значимую часть — нож — потребитель «на глаз» не оценит. Потому нужно пробовать, сравнивать, чтобы понять разницу». В связи с этим основными факторами, влияющими на выбор точилок и стирательных резинок потребителями, становятся внешний вид изделий и их эргономичность.

При составлении школьного ассортимента стоит учесть, что наиболее

Со времени открытия способа вулканизации резины ластик предстает перед нами в том виде, который мы привыкли наблюдать сегодня. Для его изготовления используется мягкий кусок невулканизированной резины (каучука) с добавлением твердой крошки (абразивного материала). След грифеля удаляет именно абразивное вещество — оно соскабливает грифель с поверхности бумажного листа. Функция же резины — притянуть к себе частицы грифеля и порваться, собрав эти частицы в комок. Если резина не рвется или засохла, на бумаге остаются разводы и грязь.

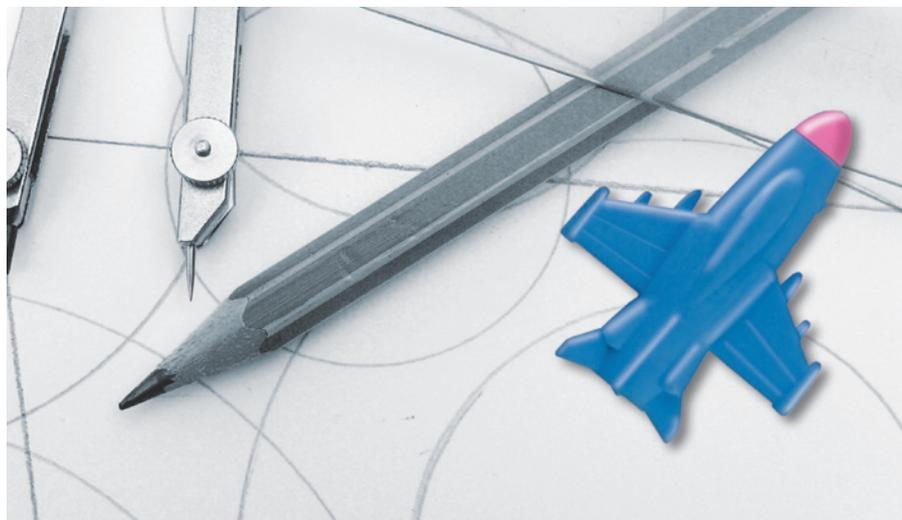
эффективно развивается категория ярких и фигурных точилок и ластиков для младших школьников. **Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)** указывает: «Наиболее востребованные модели: простые и недорогие точилки клиновидной формы, точилки с

контейнерами для стружки и рифленным или резиновым боковым упором под пальцы, точилки с несколькими отверстиями для карандашей разного диаметра, комбинированные модели с ластиками, яркие фигурные точилки для малышей. Что касается наиболее востребованных моделей стирательных резинок, то и девочки, и мальчики охотно пользуются ластиками с цветным изображением персонажа любимого мультфильма или яркими фигурными ластиками. Мальчики выбирают дизайны с монстрами, супергероями и автомобилями, девочки предпочитают дизайны с принцессами или забавными зверюшками. Кроме этого, у школьников любого возраста популярны стирательные резинки удобной формы: овальные, каплевидные, треугольные, со скошенными углами, изготовленные из мягкого натурального или синтетического каучука, в пластиковых чехлах или с пластиковыми держателями в центре».

**Олег Быков (группа компаний «Самсон»)** отмечает, что «сегодня большой упор производители делают на игровой элемент в конструкции точилок и стирательных резинок для школы, который весьма популярен у детей: точилка или стирательная резинка, помимо наличия в ней каче-

ственных функциональных и эргономических характеристик, должна быть для ребенка еще интересной, развивающей воображение и мелкую моторику рук игрушкой».

Маркетологи говорят, что потребителю необходимо предлагать сбалансированный ассортимент, который поможет максимизировать выручку. Как это понимать? Все очень просто. **Руслан Томилин (компания «MAPED RUS»)** приводит простую схему составления ассортимента точилок: «Минимальное предложение в нижнем ценовом сегменте (до 15 руб., буквально 3 артикула), далее разнообразие в более высоких ценовых категориях. 3-5 артикулов без «канистры», еще 10-12 с «канистрой»: 3-5 элементарного вида, остальное с игровыми функциями. Обычно хватает 15 позиций, чтобы закрыть весь спрос. Ваш покупатель, купив карандаши, не должен уйти без точилки! И главное: клиент пришел не для того, чтобы купить дешево, а для того, чтобы удовлетворить свою потребность. Ориентируйтесь на мотив».



# Карандаши и фломастеры

# BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY



- ГРИФЕЛЬ ЭКСТРА-МЯГКИЙ 3 ММ.
- Корпус из пластика, черного и белого дерева, трехгранной, шестигранной, круглой формы.
- Акварельные, металлик, неоновые, классические.

## НОВИНКА!



- Полипропиленовый корпус.
- Вентилируемые колпачки.
- Смываемые и нетоксичные чернила.
- Пластиковая и картонная упаковка.

Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)



А вот пример эффективной ассортиментной матрицы касающейся товарной группы «Стирательные резинки» от Руслана Томилина: «Минимальное предложение в нижнем ценовом сегменте (до 5 руб., буквально 3 артикула), далее разнообразие в более высоких ценовых категориях. 5-7 артикулов в диапазоне 5-15 руб., еще 5-7 за 15-30 руб., плюс пара позиций в сегменте 30+ с игровыми функциями. Обычно хватает 20 позиций, чтобы закрыть весь спрос. Из заметок на полях: продайте карандаш без ластика и ластик отдельно, а не карандаш с ластиком».

При этом следует помнить, что точилки — сопутствующая товарная категория, их ассортимент постоянно оптимизируется, периодически дополняется несколькими новыми моделями. Поэтому в этом сезоне, как и в предыдущие годы, популярны как «детские» фигурные модели точилок, так и более простые модели из цветного пластика с удобным контейнером или самые простые клиновидные точилки без накопителя. Не стоит совсем забывать о старой доброй «классике» — точилках и стирательных резинках самых простых и привычных форм. «Классика» — это основа ассортимента, дополняющаяся новыми необычными моделями.

А в заключение — несколько принципов эффективной выкладки точилок и стирательных резинок, которые рекомендуют учитывать участники обзора.

Покупатели ожидают увидеть точилки и ластик рядом с карандашами — именно здесь место этих товаров на витрине. Первый подход, который может иметь место, — «коллекционный». Он применим, если товары выполнены в едином дизайне.

Существует и другой подход — «гендерный»: располагать отдельно карандаши, точилки и стирательные резинки в дизайнах для мальчиков и для девочек. Хотя в большинстве случаев разделить дизайны по гендерному принципу весьма непросто.

### Brauberg

Группа компаний «Самсон» предлагает своим клиентам модные и функциональные новинки точилок и стирательных резинок. В соответствии с актуальными тенденциями, которые выражаются не просто в новых формах изделий, но в стремлении сделать из канцелярской мелочи интересную, функциональную и в то же время развивающую и полезную игрушку, ассортимент группы компаний «Самсон» пополнился рядом замечательных новинок.

Среди точилок стоит обратить внимание в первую очередь на модель «Delta» (223592)\*. Она заинтересует прежде всего учащихся средних и старших классов, но в плане функциональности будет очень полезна и для малышей и вот почему. Точилка представляет собой небольшой несколько приплюсну-

тый цилиндр. Простая форма весьма эргономична, удобна для детской руки и не отвлекает внимание ребенка от учебного процесса. Но главное — модель оснащена двумя отверстиями: одним для чернографитных, другим — для заточки цветных карандашей. Для чего такая конструкция — спросите вы. Все максимально функционально: дело в том, что чернографитный и цветной карандаш затачивают под разными углами — первый под более острым, второй — под менее. Ножи в разных отверстиях расположены соответственно. Кроме этого, отверстия удобно закрываются выдвигаемыми крышечками — одним движением пальца. Крышки имеют противоскользкий рельеф, не отсоединяются от общей конструкции — их невозможно потерять. Освободить контейнер от стружки также очень легко — точилка разбирается и собирается легким движением руки.

Еще одна модель — «Voyager» (223589) — своей формой напоминает космический челнок с прозрачной «кабиной пилотов» — отсеком, где расположены ножи и скапливается стружка. Особенностью этой модели является не только эргономичная форма — точилка очень удобно располагается в руке, но и два отверстия для заточки карандашей разного диаметра. Эта особенность делает указанную модель более универсальной. Отверстия имеют надежную пластиковую заглушку. Избавиться от стружки можно, легко открыв «кабину» «космического челнока». Прозрачность крышки позволяет видеть процесс затачивания и степень наполнения резервуара стружкой.

Упрощенным вариантом «Voyager» стала модель «UFO» (223590) также с двумя отверстиями для заточки карандашей разного диаметра. По форме точилка напоминает яркую «летающую тарелку». Единственным отличием от предыдущей модели является отсутствие закрытого резервуара для стружки и заглушек отверстий для заточки. В остальном модели идентичны.

Под стать «Voyager» точилка «Jet» (223591), которая по форме напоминает самолет. Его части придают модели хорошую эргономику.

Модель «Referee» (223588) — идеальный вариант для маленьких любителей спорта. Точилка интересно выполнена в форме судейского свистка. Модель отличается привлекательная форма, хорошая эргономика и наличие игрового компонента в концепции, связанного со спортивной тематикой. А главное — эта модель 2 в 1: точилка с контейнером для стружки и стирательная резинка. Цветной корпус изделия из яркого пластика имеет резиновые вставки для защиты от скольжения.

Обращает на себя внимание то, что марка Brauberg добавила к стирательным резинкам интересное пластиковое обрамление. В обновленном ас-

\* Коды, указанные в скобках, соответствуют кодам для заказа продукции в группе компаний «Самсон».

сортименте торговой марки особенно привлекательны две новые модели «Blaster» и «Momento».

Модель «Blaster» (223593) представляет собой весьма интересное конструктивное решение: выдвигающуюся наподобие лезвия канцелярского ножа «длинную» стирательную резинку, помещенную в эргономичный пластиковый корпус. Пользоваться такой резинкой очень удобно. На корпусе в зоне захвата располагаются прорезиненные выемки, которые не дают пальцам соскальзывать. Кроме этого, конструкция модели не позволяет руке соприкоснуться с поверхностью бумажного листа — как следствие, на нем остается меньше разводов. Пластиковый корпус надежно защищает резинку от возможных механических повреждений и загрязнений.

В модели «Momento» (223594) конструктивно реализован механизм выкидного ножичка: нажимаем на кнопку — и из прочного пластикового корпуса по принципу ножевого лезвия выскакивает стирательная резинка, которую вытаскивает пружина. Важно, что по форме резинка никоим образом не напоминает холодное оружие — форма модели прямоугольная. Бонусом является конструктивное отверстие для крепления шнурка, чтобы носить резинку на шее, что, несомненно, удобно и современно.

Необычная конструкция и форма реализованы в модели «Boomerang» (223603). Резинка в форме бумеранга помещена в подвижный удобный пластиковый корпус. Простота конструкции обуславливает хорошую эргономику и удобство в использовании.

Замечательной игрушкой стала модель «Game» (223605) — резинка-кубик для игры в «кости». На сторонах кубика разное количество точек — от 1 до 6. В концепции модели заложен соревновательный момент настольной игры, который может использоваться малышами.

Из более простых «классических» моделей привлекает внимание резинка черного цвета вытянутой треугольной формы «Black Jack» (223604) — она больше подойдет для средних и старших классов, а также для студентов — довольно-таки стильная вещица, привлекательный аксессуар.

Маркетологи особо указывают на высокое качество предлагаемых изделий: их корпуса выполнены из пластика, который нельзя просто так сломать или расколоть — он не крошится, на нем не появляется трещин. Ножи точилок также изготовлены из качественной стали, долго не тупятся, имеют надежные крепления. В стирательных резинках используется только качественная резина и абразивные элементы.

С этими и другими моделями школьных принадлежностей Brauberg можно ознакомиться и сделать их заказ на сайте [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru).

## ПИФАГОР

Торговая марка, известная товарами для самых маленьких, предлагает

стирательные резинки, которые представляют собой увлекательные яркие игрушки. Среди них модели «Осьминожек» (223609) и «Реактивный самолет» (223610). Все модели выполнены в привлекательных цветах. Некоторые, как например «Цыпленок в яйце» (223612) дают ребенку возможность разбирать и собирать стирательную резинку, как конструктор, снимая прозрачный колпачок и извлекая маленького цыпленка из яйца. Такие модели тренируют мелкую моторику рук, а через нее развивают мыслительные способности малыша.

Отдельно стоит сказать о наборах, которые предлагает торговая марка. Их преимущества в том, что они состоят из нескольких предметов. С набором в руках малыша оказывается не просто целых три стирательные резинки, но увлекательная, а главное, полезная игрушка, которая развивает воображение и мелкую моторику пальцев руки.

Набор «Футбол» (223608) представляет собой 3 стирательные резинки, выполненные в форме футбольных бутс и мяча, — прекрасный подарок для маленьких футболистов. Набор станет бестселлером, поскольку напоминает, что футбол — самая популярная игра в мире.

Для малышей, не увлеченных спортом, марка предлагает наборы «Зверята» (223611) с фигурными изображениями трех животных, которые помещены в удобный пластмассовый контейнер. Для удобства использования фигурки имеют отверстия для насадки на карандаш. Набор из нескольких смайлов, выполненных в резине — «Смайлы» (223615) — станет популярным среди средней возрастной группы и подростков.

Из простых моделей стоит отметить ярко раскрашенную черными и зелеными кругами резинку в форме треугольника «Дельта» (223616).

С этими и другими моделями школьных принадлежностей ПИФАГОР можно ознакомиться и сделать их заказ на сайте [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru).

## Maped

В ластиках Maped предлагает в этом году очередные новинки — это ластик X-pert, X-pert stick и Ergo. Основное направление развитие — это эргономика — удобство пользования. Ластиком очень удобно работать: Ergo полностью повторяет положение детских пальчиков, при этом это удобство «спрятано» в привлекательный детский дизайн. Ластик напоминает одновременно китенка и улитку. Ластик X-pert в сечении образует букву X, таким образом, в любой момент у пользователя есть острый край для точного стирания. Также ластик Maped X-pert сделан по новой формуле, которая гарантирует удаление до 92% грифеля с поверхности бумаги при первом же стирании. Ластик X-pert Stick помимо новой формулы, обладает оригинальным внешним видом — это



**ПИФАГОР®**



своеобразная маленькая треугольная палочка, которую очень удобно держать в руке и хранить в пенале.

Из самых популярных моделей следует отметить мягкий ластик Softy и ластик средней жесткости Technic. Сделанные во Франции, они представляют собой лучшее качество по очень разумной цене, ведь их цена в оптовом канале начинается с 4,79 руб. с НДС. А модели Zenoa и Spin с защитным поворотным пеналом уже давно стали классикой рынка.

Отдельно следует отметить, что все ластики Maped не содержат вредных для здоровья фталатов и ПВХ.

В точилках Maped предлагает наиболее полную коллекцию на рынке. Являясь одним из крупнейших производителей в мире, Maped расширяет ассортимент недорогих точилок тремя новыми моделями. Точилка Woogy с оригинальным дизайном является одной из самых дешевых точилок в ассортименте. Две версии — без контейнера и с контейнером, выполненная в пластике из двух цветов, позиционируются как обязательные для всех школьников. Безупречная и легкая заточка и дизайн — вот основные преимущества. Самая популярная точилка Maped — I-gloo меняет свой дизайн.

Из-за своей феноменальной популярности эту точилку начали подделывать огромное количество конкурентов. Новый полупрозрачный корпус и более обтекаемые формы сделали хит Maped более современным.

В сегменте точилок с добавленными свойствами выделяются точилка Galactic со специальной кнопкой выталкивания застрявшего грифеля, Stop Signal с индикатором.

## Hatber

Компания «Хатбер-М» является производителем канцтоваров под торговыми марками Hatber и Berlingo. В ассортименте представлены все востребованные виды стирательных резинок и точилок на современном канцелярском рынке. Лезвия точилок Berlingo™ изготовлены из высококачественной стали, обеспечивающей безупречную заточку карандашей.

На рынке точилок представлены следующие товары наших торговых марок:

- механические точилки (в том числе и точилка 2 в 1 с дополнительной точилкой для ручной заточки);
- пластиковые точилки (с контейнером и без);
- металлические точилки эргономичной формы.

Особо стоит отметить механическую точилку в форме яблока с ее механизмом фиксации карандаша и надежным креплением к столу. Удобно, практично и с идеальным результатом заточки на выходе.

Стирательные резинки Hatber™ и Berlingo™ изготовлены из высококачественного каучука с наполнителями (для большей эластичности). Ластики содержат минимум абразивных веществ, что говорит о безопасности при использовании.

Стирательные резинки в нашем ассортименте представлены следующими изделиями:

- ластик двухцветный;
- в футляре;
- ластик «SilkTouch»;
- ластик комбинированный;
- ластик «meGasoft» (в овальной и треугольной формах);
- ластик «softdrop».

Стирательные резинки торговых марок Hatber™ и Berlingo™ изготовлены из экологически безопасного материала. Они обеспечивают чистое и аккуратное стирание, не повреждая бумагу и не оставляя грязи и пыли.

Продукция наших торговых марок — экологически безопасная продукция для вашего комфорта!



Цветная бумага и картон

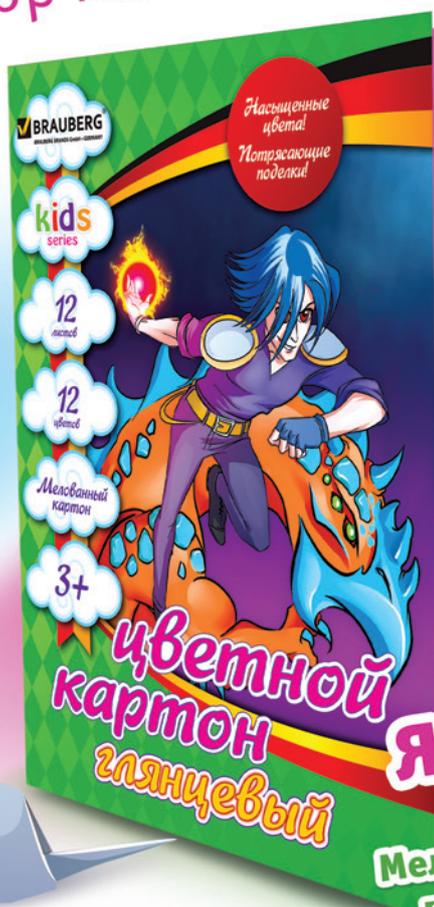


**BRAUBERG**®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

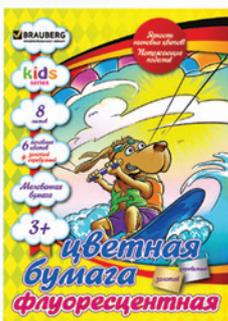
**kids**  
series

Для воплощения  
творческих фантазий



Форматы А3 и А4  
Яркие, сочные цвета

Мелованный, глянцевый, флуоресцентный,  
волшебный, двухсторонний - ЕСТЬ ВСЕ!



Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

# SEGMENT

ПЕРВЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ WWW.SEGMENT.RU



**Каждый лакомый кусочек**  
канцелярской отрасли  
на одном портале

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

Тел.: +7 (812) 335-59-15 E-mail: [segment@segment.ru](mailto:segment@segment.ru)

# Офисная планета®

Т О В А Р Ы   Д Л Я   О Ф И С А

700 городов

220 участников

400 автомобилей доставки

1500 торговых агентов

420 магазинов

100 000 м<sup>2</sup> складских площадей

11500 ежедневных доставок

Актуальный  
ассортимент

Ваш собственный  
Интернет-магазин  
[www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru)

Имиджевая продукция  
и корпоративный стиль

Единые стандарты обслуживания

Каталог  
ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА



## ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

[www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru)

e-mail: [dealer@samsonpost.ru](mailto:dealer@samsonpost.ru)

Подробности Вы можете уточнить у менеджеров сбытовых подразделений ГК «САМСОН»



# Cafissimo

100% TCHIBO ARABICA IN THE AROMA CAPSULE

# Натуральный кофе прямо в офисе - ЛЕГКО

как никогда!



## 5 причин, чтобы выбрать капсульную кофемашину Tchibo Cafissimo:

- Низкая стоимость кофемашины – всего 4200 руб\*.
- 8 видов капсул с разными вкусами кофе всегда в наличии.
- Привлекательная стоимость 1 капсулы – 14 руб\*.
- Быстрота и легкость приготовления натурального кофе.
- Постоянный запас на складе подменных кофемашин.

арт. 501043



**КОФЕМАШИНА ТЧИБО САФИССИМО В ОФИСЕ – ЭТО ВАШ СТАБИЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК ДОХОДА ОТ ПРОДАЖ КАПСУЛ КОФЕ!**



Федеральная сеть оптовых складов  
Регулярная доставка маршрутами по России



Группа компаний «Самсон» - лауреат  
премии «Золотая скрепка» в номинации  
«Национальная компания года»

Доступны для заказа  
в оптовом интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

\* - Цена действительна на 01.09.12 и указана с максимальной скидкой.