



GIFT REVIEW

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ О ПОДАРКАХ

№ 53 | 2025

www.gift-review.ru



ТЕМА НОМЕРА

Мерчшопы для бизнеса – больше, чем просто магазины

ТРЕНДЫ

О главном: тренды высокого сувенирного сезона 2025

ЛИКБЕЗ

Время в подарок: «часовой» ликбез



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ



ИМПЕРАТОРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»
КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЫ ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ДИЗАЙНАМ

WWW.RUSSAM.RU | 8 (812) 528-05-71 | 8 (960) 283-84-64

БОЛЬШОЙ ВЫБОР ПРЕМИАЛЬНЫХ ПОДАРКОВ ДЛЯ ВАС И ВАШЕГО БИЗНЕСА



ПЛЕДЫ iLUXEHOME - УЮТНЫЙ,
СТИЛЬНЫЙ И ЗАПОМИНАЮЩИЙСЯ
КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДАРОК.

ДИФФУЗОРЫ С ВУЛКАНИЧЕСКИМИ
КАМНЯМИ iLUXEHOME - НОВИНКА
В АРОМАТЕРАПИИ ДЛЯ ДОМА/ОФИСА.



АРОМАСВЕЧИ iLUXEHOME - БЕЗОПАСНЫЕ
СВЕЧИ ИЗ НАТУРАЛЬНОГО ВОСКА
С НАТУРАЛЬНЫМИ АРОМАТАМИ.

МЕНАЖНИЦА iLUXE - ИЗЫСКАННЫЙ
ПОДАРОК РУЧНОЙ РАБОТЫ.
ПОДХОДИТ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОДАЧИ
ЗАКУСОК, УКРАШАЕТ ИНТЕРЬЕР.



НАБОР iLUXE SPICE MILL -
СТИЛЬНАЯ МЕЛЬНИЦА
С ГРАВИТАЦИОННЫМ МЕХАНИЗМОМ
В РОСКОШНОЙ ПОДАРОЧНОЙ УПАКОВКЕ.



НАБОР СОМЕЛЬЕ iLUXE THE ONE -
КОМПАКТНЫЙ НАБОР
С ЛЁГКИМ ЭЛЕКТРОШТОПОРОМ
И РЕЗАКОМ
В СТИЛЬНОЙ КОРОБКЕ-ШКАТУЛКЕ.

НАБОР СОМЕЛЬЕ iLUXE THE FULL -
ИДЕАЛЬНЫЙ VIP-ПОДАРОК.
ЭЛЕКТРОШТОПОР, ПАРА БОКАЛОВ
ИЗ ИТАЛЬЯНСКОГО ХРУСТАЛЯ,
АЭРАТОР, РЕЗАК, ВАКУУМНАЯ ПРОБКА.



НАБОР СОМЕЛЬЕ iLUXE PRESTIGE -
СТАТУСНЫЙ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПОДАРОК.
ЭЛЕКТРОШТОПОР, АЭРАТОР,
РЕЗАК И ВАКУУМНАЯ ПРОБКА -
ВОПЛОЩЕНИЕ СТИЛЯ
И БЕЗУПРЕЧНОГО ИСПОЛНЕНИЯ.

КАЖДОЕ РЕШЕНИЕ iLUXE МОЖНО АДАПТИРОВАТЬ
ПОД ВАШ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ - С ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫМ
БРЕНДИРОВАНИЕМ, КОТОРОЕ РАБОТАЕТ
НА УЗНАВАЕМОСТЬ И СТАТУС.

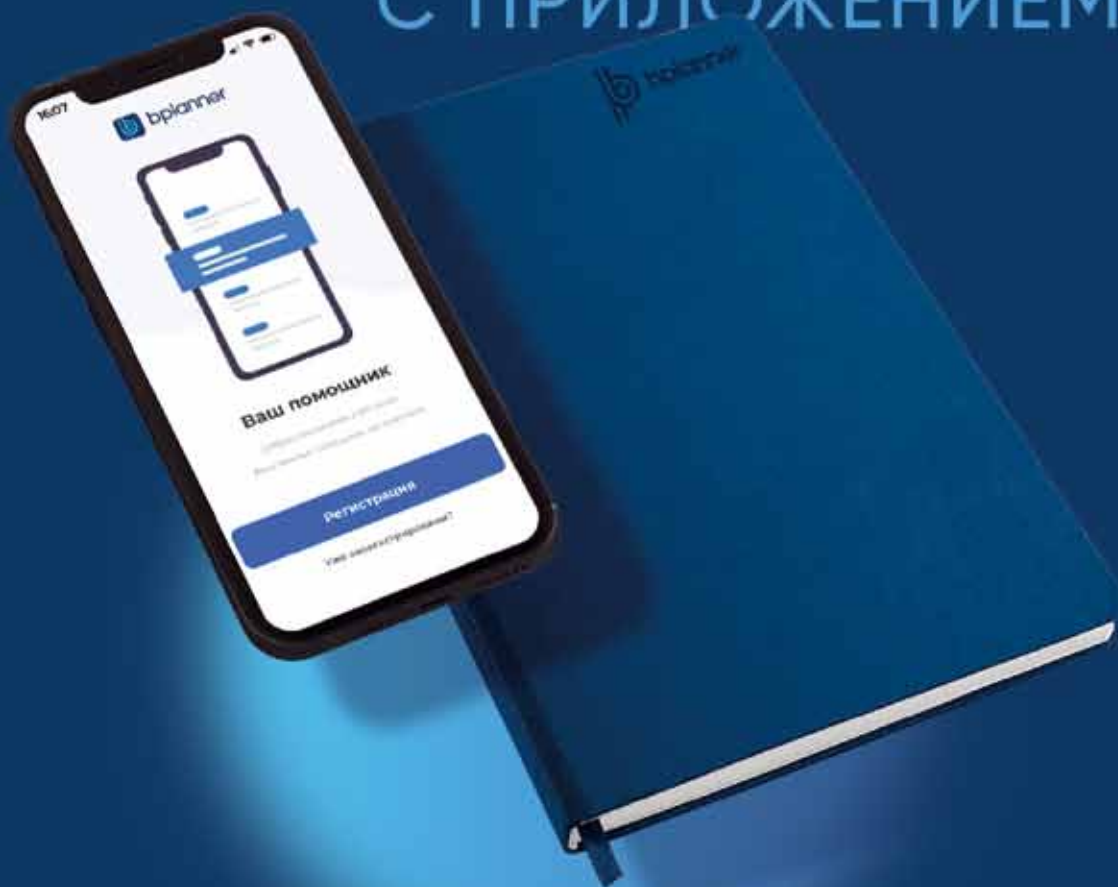


iLUXESHOP.RU
8 (800) 101-22-01

ВСЕ ПОДРОБНОСТИ ЧИТАЙТЕ НА СТР.16-17



ИННОВАЦИОННЫЙ ЕЖЕДНЕВНИК С ПРИЛОЖЕНИЕМ



КАСТОМИЗАЦИЯ
ПРИЛОЖЕНИЯ
BPLANNER APP



РАСПОЗНАВАНИЕ
РУКОПИСНОГО
ТЕКСТА ЧЕРЕЗ ИИ

12

месяцев
подписки

2000

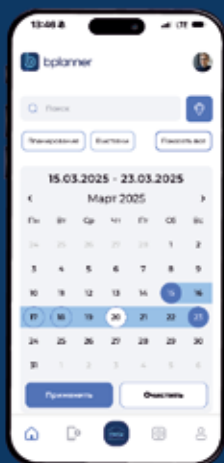
фотографий
и текстовых
заметок

∞

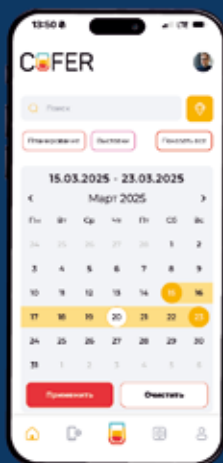
количество
распознаваний
текста заметок

КАСТОМИЗАЦИЯ ВPLANNER

УНИКАЛЬНАЯ ОПЦИЯ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ
КАСТОМИЗИРОВАТЬ ПРИЛОЖЕНИЕ
ПО БРЕНДБУКУ ЗАКАЗЧИКА



СТАНДАРТНАЯ ВЕРСИЯ



С КАСТОМИЗАЦИЕЙ

ЭЛЕМЕНТЫ КАСТОМИЗАЦИИ

- | | | | |
|---|----------------------------|---|----------------------------|
| 1 | ЛОГОТИП КОМПАНИИ | 5 | ОСНОВНОЙ ЦВЕТ ИКОНОК |
| 2 | ИКОНКА DIGI | 6 | ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЦВЕТ ИКОНОК |
| 3 | ОСНОВНОЙ ЦВЕТ ТЕКСТА | 7 | ОСНОВНОЙ ЦВЕТ КНОПОК |
| 4 | ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЦВЕТ ТЕКСТА | 8 | ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЦВЕТ КНОПОК |



ГДЕ КУПИТЬ
ВPLANNER



ПОДРОБНЕЕ
О КАСТОМИЗАЦИИ
ВPLANNER

Vivere Gifts



www.v-gifts.ru

8 (925) 760-02-09

contact@v-gifts.ru

Если вы не успели
заказать в прошлом году -
сделайте это сейчас!

Корпоративные ёлочные шары с ручной росписью.
Качество частных мастеров, заводские тиражи.

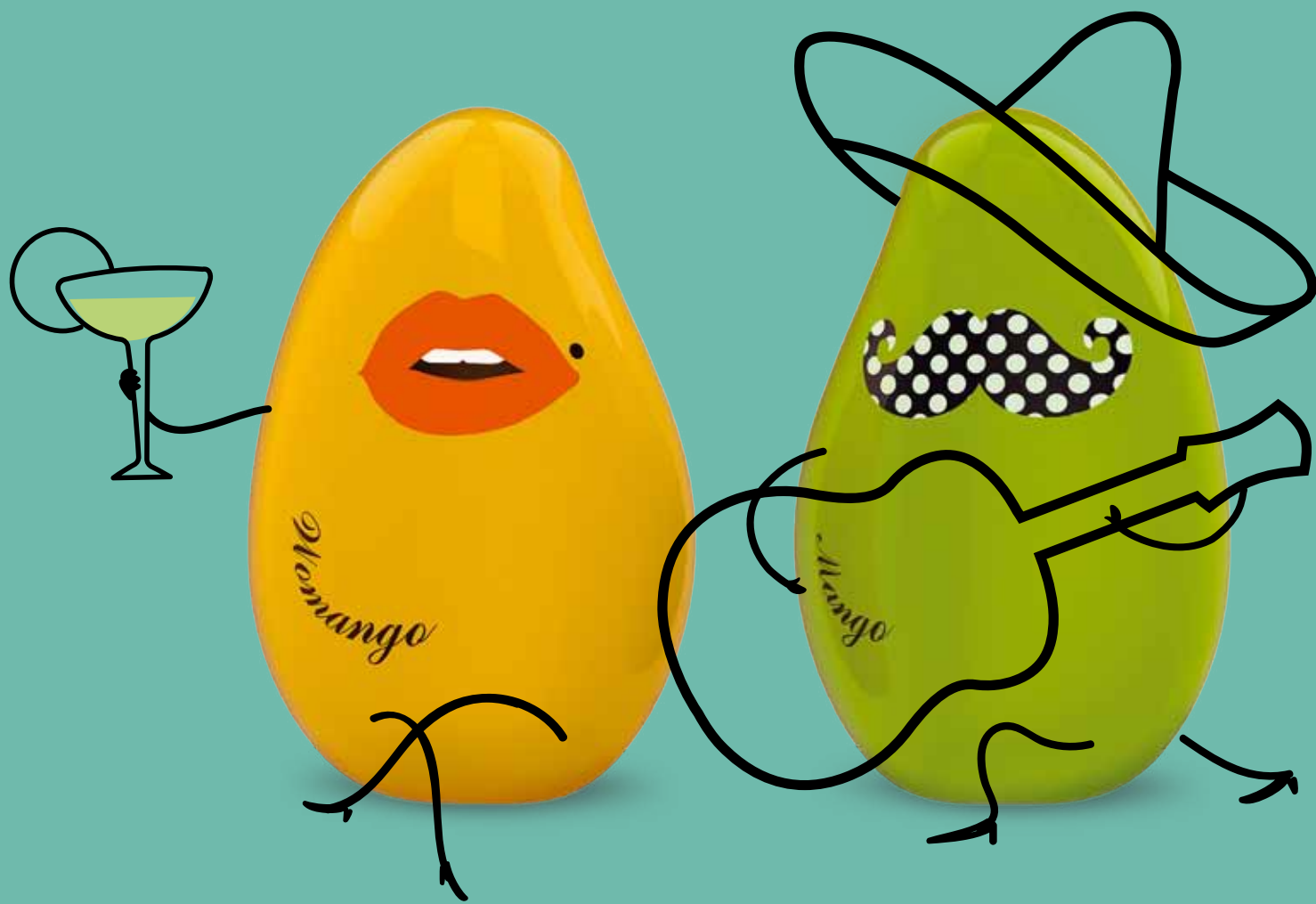


БОЛЬШОЙ СКЛАД НАЛИЧИЯ
с возможностью брендирования

Vivere Gifts

KORNY JOKES

Коллекция аксессуаров из фарфора



Компания FineDesignGroup — производитель дизайнерских товаров для дома, акцентной мебели, освещения, текстиля и декора, а также эксклюзивный дистрибьютор ряда европейских брендов.

+7 (495) 540-48-60 / для регионов 8 (800) 550-72-98 / www.finedesigngroup.ru

АВТОРСКАЯ МАЙОЛИКА АЛЕКСАНДРЫ КАМЕНСКОЙ:
«КЕРАМИКА, КОТОРУЮ ПРИЯТНО ДАРИТЬ И ПОЛУЧАТЬ В ПОДАРОК»

- Коллекционная подарочная и интерьерная керамика, созданная вручную в технике майолика – роспись по сырой эмали – от российского мастера международного уровня, чьи изделия находятся в музейных и частных коллекциях по всему миру.
- Свой стиль, характерное сочетание выразительных скульптурных форм и красочной росписи с тонкой графической проработкой деталей.
- Полностью авторские работы, приоритетными свойствами которых являются художественная ценность, высокий профессиональный уровень и безупречное качество.
- Исключительно эксклюзивные подарки с индивидуальным подходом к каждому заказчику.
- Обширный ассортимент изделий: от интерьерной и кабинетной скульптуры до елочных игрушек.
- Отсутствие тиражности – каждое новое изделие выпускается лимитированной коллекционной серией в несколько экземпляров и исключает наличие повторов. Таким образом, вы можете быть уверены, что приобретаемое вами изделие – единственное.

Есть возможность заказа корпоративных подарков ограниченной партией не более 10-15 штук.



+7(903)612-49-45 alexsacha@mail.ru

+7 926 653-70-66

зачарованные.рф

holidayorbs@gmail.com

с теплыми пожеланиями

Зачарованные Ёлочные Шары

Подарки из семейной мастерской,
которые запомнят



каталог

Тираж от 1 до 1000 штук
Изготовим заказ за неделю
Брендирование и кастомизация
Праздничная упаковка
Принимаем заказы до конца декабря

Реклама

- 12** ЮВЕЛИРНЫЕ ПОДАРКИ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: РОСКОШЬ ИСТОРИИ
- 16** ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ
ILUXE: ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ С ХАРАКТЕРОМ
- 18** АРОМАМАРКЕТИНГ
FANRENHEIT 183 – АРОМАТ КАК ЯЗЫК КОРПОРАТИВНОЙ ЭСТЕТИКИ
- 24** ИНТЕРЬЕР
МАСТЕРСКАЯ КЛИМЕНКО – АВТОРСКИЕ ПОДАРКИ ИЗ ДЕРЕВА
- 26** КЕРАМИКА
WKRUGE: ИСКУССТВО ФАРФОРА В НОВОМ ПРОЧТЕНИИ
- 28** НОВЫЙ ГОД
VIVERE GIFTS: КОРПОРАТИВНЫЕ ЕЛОЧНЫЕ ШАРЫ В НАЛИЧИИ!
- 30** ТРАДИЦИЯ
С НОВЫМ, 1826 ГОДОМ!
- 32** ТРАДИЦИЯ
«ТРАДИЦИИ КНЯЗЕЙ МЕЩЕРСКИХ»: ВКУС И ПОЛЬЗА
- 34** ТЕМА НОМЕРА
МЕРЧШОПЫ ДЛЯ БИЗНЕСА – БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО МАГАЗИНЫ
- 47** МЕРЧ
YOIMERSH – НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА МЕРЧ
- 48** ТЕКСТИЛЬ
STAN: ПОДАРОК 2.0 – КАК ЗАВОЕВАТЬ СЕРДЦА РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ
- 52** ИННОВАЦИИ
VPLANNER – РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И КАСТОМИЗАЦИИ
- 58** БИЗНЕС-ПОДАРКИ
ТМ «АДЪЮТАНТ»: 30 ЛЕТ ЕЖЕДНЕВНЫХ ПОБЕД И УВЕРЕННОГО ЛИДЕРСТВА НА РЫНКЕ ДЕЛОВОЙ ПРОДУКЦИИ!
- 62** БИЗНЕС-ПОЛИГРАФИЯ
«НОРГИС ПРЕСС»: ПРЕМИУМ-ПОЛИГРАФИЯ ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ
- 63** МЕРЧ
НОВЫЙ ГОД 2026: МЕРЧ КАК КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ
- 64** ЛИКБЕЗ
ВРЕМЯ В ПОДАРОК: «ЧАСОВОЙ» ЛИКБЕЗ
- 69** ЮВЕЛИРНЫЕ ПОДАРКИ
«МОСКОВИТ»: ВАШ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР В ПРОИЗВОДСТВЕ СУВЕНИРОВ ЮВЕЛИРНОГО КАЧЕСТВА
- 70** АКСЕССУАРЫ
PORTMAN: КОЖА КАК ПРИЗВАНИЕ
- 72** АКСЕССУАРЫ
LIVAELA – СТАТУСНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ КАШЕМИРА
- 74** АКСЕССУАРЫ
ВОЛЧКИ WOLFSPIN – НОВИНКИ, ДОСТИЖЕНИЯ. ПЛАНЫ.
- 76** НОВИНКА
«ЧУМОВЫЕ БУБНЫ»: ЖИВОЙ РИТМ ТУНДРЫ
- 77** ИВЕНТ
STUDIO ANNA LIVER: КРЕАТИВНЫЕ НОВОГОДНИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ
- 78** ТРЕНДЫ
О ГЛАВНОМ: ТРЕНДЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2025
- 84** СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
MIDAS GROUP: ШОКОЛАДНЫЕ НАБОРЫ – СЛАДКИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ БИЗНЕСА
- 86** СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
«КРИОЛЛО»: СЛАДКИЕ ПОДАРКИ С ВАУ-ЭФФЕКТОМ
- 87** ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
ВКУСНАЯ ЭКЗОТИКА ОТ DISHSHOP.RU
- 88** СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
ВСТРЕЧАЙТЕ НОВЫЙ 2026 ГОД С «КОНФАЭЛЬ»!
- 90** НОВЫЙ ГОД
ФАБРИКА «ЭВИС»: СОЗДАЕМ НОВОГОДНЕЕ НАСТРОЕНИЕ
- 92** ВЫСТАВКИ
«РЕКЛАМА-2025» – МЕСТО ВСТРЕЧИ ПРОФЕССИОНАЛОВ РЕКЛАМНОГО РЫНКА
- 94** ВЫСТАВКИ
НАШИ В АЗИИ: ТРЕНДЫ, НОВИНКИ, ПРОГНОЗЫ
- 104** ВЫСТАВКИ
«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»: ЭКОНОМИМ ВАШЕ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ!

Оформить подписку на журнал GIFT REVIEW:

- на сайте www.gift-review.ru в разделе «Подписка»
- или по телефону: +7 (495) 587-15-69

Журнал GIFT REVIEW

№ 53 | 2025

Главный редактор: Анна Пасечник

editor@gift-review.ru

Выпускающий редактор: Анна Михайлова

Отдел рекламы: Анна Михайлова

Дизайн и верстка: Марина Еськина

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-45036 от 12.05.2011

Тел.: +7 (495) 587-15-69

info@gift-review.ru

www.gift-review.ru

Тираж: 3000 экз.

Переписка материалов журнала и использование их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции. Редакция не несет ответственности за содержание авторских и рекламных материалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Разработка и изготовление галантерейных и сувенирных изделий из натуральной кожи.

- Индивидуальный подход к каждому клиенту
- Тираж от 10 штук до нескольких тысяч
- Нанесение логотипа



AKSO

+7-83171-52400

+7-909-289-51-99

info@akso.su

www.akso.su



QBRIX

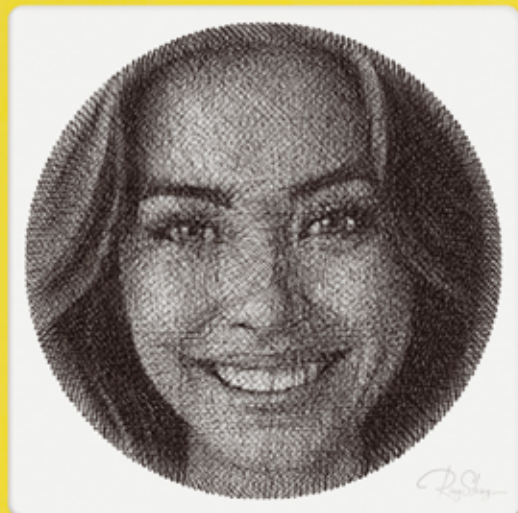
MOZABRICK

RingString

8+

ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ

превращайте любые фото в картины



Картина нитью



Бесконечный
фотоконструктор



Картонные 3D-пазлы



Алмазная
мозаика



Полноцветная картина
по номерам



1 300 000 единиц
товара продано
за 2024 год



Посмотреть
всю продукцию

✉ opt@mozabrick.ru
✉ dirsale@mozabrick.ru



Напишите
нам

☎ +7 985 850-03-40

«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: РОСКОШЬ ИСТОРИИ

Существуют бренды, чье имя само по себе является гарантией безупречного качества и изысканного вкуса. К таким относится Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы» – предприятие с вековой историей, берущей свое начало в далеком 1912 году. Впереди высокий бизнес-сезон и всеми любимые новогодние праздники – и, конечно, мастера «Русских Самоцветов» подготовили множество премиальных подарков специально к этим поводам. Вас ждут уникальные изделия, созданные по спецзаказам, утонченный декор и аксессуары, роскошная посуда и столовые приборы. Любой из этих предметов, без сомнения, станет памятным деловым подарком к Новому году и другим праздникам, а также настоящей семейной реликвией.

НОВЫЙ ГОД

«Русские Самоцветы» рекомендуют корпоративным клиентам продумать новогодние заказы заранее и разместить их уже сейчас.

ЕЛОЧНЫЕ ИГРУШКИ-ПОДВЕСКИ

К Новому году «Русские Самоцветы» предлагают множество праздничных аксессуаров, которые наполнят ваш дом духом волшебства. Например, новогоднее украшение «Лошадка» из серебра с ювелирным стеклом является символом наступающего 2026 года, а «Щелкунчик» приглашает окунуться в атмосферу знаменитой сказки Гофмана. Изделия этой серии продолжают линейку хитов от «Русских Самоцветов» – подвесок, выполненных в технике гильоширования из серебра 925 пробы с золочением. Каждый аксессуар может стать как елочной игрушкой, так и украшением интерьера, талисманом, памятным сувениром, элементом декора. По желанию заказчика на все предметы можно нанести фирменную гравировку.



НОВОГОДНИЕ ШАРЫ

Елочные шары от «Русских Самоцветов» – безусловный хит продаж новогоднего сезона, обычно их приобретают крупными партиями от 500 штук. Украшения разных цветов и размеров выполнены из меди с использованием технологии электроформинга и эмали с золочением.



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

«Русские Самоцветы» работают по двум основным направлениям: складская программа и изделия по индивидуальному проекту с определенной минимальной суммой заказа. Для VIP-получателей ювелирный дом предлагает премиальные подарки: предметы интерьера, столовое серебро, изделия с государственной символикой и многое другое. Все они могут быть украшены логотипом или монограммой – объемными или с гравировкой.

ДЕКОР И АКСЕССУАРЫ

ЯЙЦА-ШКАТУЛКИ В ТРАДИЦИЯХ КАРЛА ФАБЕРЖЕ

Эти произведения ювелирного искусства выполнены в изящном дизайне и созданы из драгоценных материалов. Их украшают гильошированная эмаль, которая создает неповторимые переливы и глубину цвета; тончайшая кружевная филигрань; декор с применением технологий чернения и золочения. При создании сувениров применяются как традиционные техники обработки металлов, так и нестандартные художественные решения. Изделия изготавливаются мастерами вручную, каждый предмет уникален.



Один из шедевров «Русских Самоцветов» – **шкатулка-яйцо «Санкт-Петербург»**, созданная специально для **Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ)**. Сложная композиция выстроена на массивной подставке из природного нефрита, увенчанной литой фигурной опорой в виде античных атлантов. Яйцо изготовлено из серебра с чернением, вручную декорировано эмалью, позолотой и рельефными миниатюрами знаковых архитектурных ансамблей Петербурга – от Исаакиевского собора до Александрийской колонны. Верхнюю часть украшает скульптура Медного всадника, отлитая в мельчайших деталях. Этот ларец гармонично впишется в антикварные кабинеты, парадные залы и частные коллекции, подчеркивая утонченность вкуса владельца и любовь к великой культуре.



ДЕНЬ ПОБЕДЫ

Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы» уже принимал участие в чествовании ветеранов Великой Отечественной войны в 1985 году, когда в честь 40-летия Победы было принято решение вознаградить их всех орденами Отечественной войны II степени в виде ярко-красной пятиконечной звезды на серебряном медальоне.

В 2025 году «Русские Самоцветы» продолжают прославлять великую Победу в ее 80-ю годовщину в своих новинках, вдохновленных ленточкой ленинградской Победы и монументом «Мать-Родина». Знаменитые образы мастера предприятия воплотили в технике гильошированной эмали, в знакомых каждому ленинградцу и петербуржцу цветах – зеленом и оливковом – ставших знаками борьбы, стойкости и несгибаемой воли советского народа. Также ювелиры не оставили без внимания и общенациональные символы: на ярко-красном фоне цвета Победы разместили знаменитую волгоградскую скульптуру «Родина-мать зовёт!» и юбилейные цифры. Помимо памятных значков, в коллекции к 80-летию Великой Победы вы найдете подстаканники, стопки и кружки.

Эти изделия «Русских Самоцветов» – дань уважения Великой Победе и той истории, которую должен помнить каждый и которая не должна повториться.



МАТРЕШКИ

Традиционные куклы в русском стиле давно стали одним из символов нашей страны. «Русские Самоцветы» представили драгоценную версию этого сувенира: в ассортименте компании вы найдете множество матрешек из серебра 925 пробы, украшенных позолотой и эмалью.

Любую модель можно изготовить по индивидуальному проекту. Один из примеров – матрешка «Олимпиада 1980», созданная по специальному заказу ограниченным тиражом, которая отражает историю страны и одновременно сохраняет традиции отечественной ювелирной школы.



ИЗДЕЛИЯ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ И ГИЛЬОШИРОВАННОЙ ЭМАЛЬЮ

Большой популярностью среди корпоративных заказчиков пользуются изделия из особой линейки «Русских Самоцветов», декорированные символикой Российской Федерации – гербом или флагом. Ассортимент здесь поистине огромен: предметы интерьера, посуда и аксессуары (от бюджетных до премиальных) – запонки, значки, монеты и зажимы для галстуков. Гильошированная эмаль – одна из самых эффектных ювелирных техник, которая стала известна благодаря Карлу Фаберже. «Русские Самоцветы» возродили эту технологию: полупрозрачное покрытие на узоре металла создает эффект объема и глубокие переливы оттенков. Изделия с двуглавым золотым орлом или красочным эмалевым триколором представляют интерес с художественной точки зрения и деликатно подчеркивают статус и вкус своего владельца.



Линейки Императорского ювелирного дома «Русские Самоцветы»:

- ювелирные украшения,
- столовое серебро,
- эмалево-филигранная посуда,
- яйца-шкатулки и яйца-подвески в традициях великого Карла Фаберже,
- стопки-перевертыши,
- эксклюзивные изделия,
- корпоративная продукция,
- камнерезная пластика,
- изделия религиозной тематики.

ПОСУДА И СТОЛОВЫЕ ПРИБОРЫ

СЕРВИЗЫ ЧАЙНЫЕ И КОФЕЙНЫЕ

Мы уже не раз писали о серебряных сервизах от «Русских Самоцветов», таких как «Маки», «Хризантемы», L'EAU, «Медовый» и многих других. Они способны преобразить любую трапезу, добавив к интерьеру и настроению ярких красок. Сегодня представляем вам очередной драгоценный шедевр – сервиз «Ромашки». Каждый предмет выполнен из серебра 925 пробы. Тонкий растительный орнамент в эмалево-филигранной технике, используемый для украшения чашек, блюдец, сахарницы и чайника, обладает утонченным стилем и неповторимым шармом, который непременно порадует гурманов и ценителей прекрасного.



ЧАЙНЫЕ И КОФЕЙНЫЕ ПАРЫ, БАРНЫЕ АКСЕССУАРЫ

Чайные и кофейные пары, бокалы и стопки изготовлены из серебра 925 пробы. Картины на изделиях выложены мастерами вручную в технике филигрании и покрыты горячей эмалью.



Преимущества корпоративных заказов в «Русских Самоцветах»:

- гарантия качества производителя,
- тиражи: от единичных экземпляров до больших партий,
- широкая ассортиментная и ценовая линейки,
- разработка новой продукции с нуля или выпуск изделий по эскизам заказчика,
- подарочная упаковка с нанесением символики заказчика для всех типов изделий.

СТОПКИ-ПЕРЕВЕРТЫШИ

Одна из визитных карточек «Русских Самоцветов» – знаменитые стопки-перевертыши, которые появились в России благодаря Петру I и его ассамблеям. Такую стопку можно поставить на стол, только полностью осушив и перевернув.

Эти удивительные аксессуары можно заказать по индивидуальному эскизу. Ювелирный дом уже создал множество вариаций стопок-перевертышей: среди них изделия, посвященные темам шахмат, русских охоты и рыбалки, африканского сафари и др. Например, тематическая коллекция аксессуаров, представленных на фото, была создана в коллаборации «Русских Самоцветов» и Иркутского национального исследовательского технического университета (ИРНИТУ). В рамках этой серии стопки-перевертыши были дополнены фигурками байкальской нерпы и рыси, обитающих в Иркутской области. Образы животных выполнены в технике художественного литья. Мастера вручную проработали каждую деталь, искусно соблюдая гармонию пропорций и сохраняя утонченность форм.



«Русские Самоцветы» могут изготовить любые изделия по вашему индивидуальному дизайну.

Ювелирный дом предлагает множество способов персонализации подарков: лазерную и ручную гравировку, филигрань, гальванопластику (электроформинг) и другие. Огромный опыт работы, большой штат мастеров-ювелиров, художников, специалистов по 3D-моделированию и собственное отлаженное производство позволяют выполнять любые виды работ быстро и качественно. Ждем ваших заказов!

Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы»

Санкт-Петербург, пл. Карла Фаберже, 8

+7 (960) 283-84-64 +7 (812) 528-05-71 AYakovlev@russam.ru <https://russam.ru>

ДМП

МОСКОВСКИЙ ДОМ ПОДАРКОВ



www.mospresents.ru

КОЛЛЕКЦИЯ 2025-2026



iLUXE: ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ С ХАРАКТЕРОМ

Корпоративный подарок – не просто знак внимания, а визуальный язык бренда, продолжение стиля общения с клиентами, партнерами и командой. В iLUXE это понимают с особой точностью: с 2019 года компания создает подарочные решения, в которых содержание, исполнение и упаковка работают на впечатление.

Коллекция 2025 года расширяет границы привычного: к флагманским наборам сомелье добавлены подарки для дома, интерьера и атмосферы. Каждый сет – результат ручной сборки, строгого отбора материалов и продуманного дизайна. В них сочетаются эстетика, функциональность и уважение к получателю.

КОЛЛЕКЦИЯ iLUXE HOME: СТАТУС С ЗАБОТОЙ



Свечи

Свечи из натурального растительного воска с маслом ши, французскими ароматами и премиальной подачей. Элегантное стекло или минималистичный бетон, хлопковый или деревянный фитиль с потрескиванием – каждый вариант выглядит и звучит по-своему. А после прогорания свечи вы получаете стильное кашпо. Упаковка без использования пластика, доступно брендирование.

Диффузоры и спреи

Ароматы, которые подчеркивают статус. Два типа камней (вулканические и кварцевые), матовое стекло, формула без спирта и фталатов – все для безопасного и стильного применения дома, в офисе или автомобиле. Запоминающийся и тонкий подарок, говорящий на языке атмосферы.

ПРЕИМУЩЕСТВА iLUXE ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

- Элегантная упаковка и персонализация
- Заказ от 30 штук на гибких условиях
- Устойчивый тренд на стильные и практичные подарки
- Возможность брендирования упаковки и самих предметов
- Бережная доставка с гарантией сохранности

Пледы

Мягкие уютные пледы с возможностью вышивки, тиснения и персонализации упаковки – это подарок, который не отправится в шкаф. Особенно актуальны для HR-боксов, праздничных кампаний и выражения корпоративной благодарности. Минимальный заказ – от 30 штук.

Менажница ручной работы

Деревянная менажница с ювелирными вставками – не просто сервировочный аксессуар, а яркий интерьерный акцент. Она превращает подачу сыров, канапе и закусок в гастрономический ритуал. Пропитка маслом с воском делает изделие устойчивым к влаге. Менажница упакована в дизайнерскую шкатулку с магнитами. Возможна персональная гравировка – для особого жеста.





КЛАССИКА iLUXE: ПРЕМИАЛЬНЫЕ НАБОРЫ СОМЕЛЬЕ

Подарочный набор сомелье iLUXE THE ONE

Компактный, стильный и практичный. Легкий электроштопор, резак для фольги, USB-кабель – в элегантной коробке-шкатулке. Универсальный подарок для деловых встреч, закрытия сделок и благодарностей. Возможность брендирования делает его индивидуальным и запоминающимся.



Подарочный набор сомелье iLUXE THE FULL

Флагманский набор для ценителей безупречного качества. Внутри – электроштопор, аэратор, резак, вакуумная пробка и пара хрустальных бокалов. Изысканная упаковка, несколько вариантов исполнения, богатая визуальная палитра – и все это в индивидуальном стиле вашего бренда. Набор iLUXE THE FULL – это эстетика, функциональность и эмоция, объединенные в одном знаковом решении.

Подарочный набор сомелье iLUXE PRESTIGE

Лаконичный, выразительный и эффектный. Электроштопор, аэратор, резак, вакуумная пробка собраны вместе в стильной упаковке с фирменным шубером. Итальянский дизайн, трехлетняя гарантия и безупречное исполнение делают этот набор одним из самых востребованных в b2b-сегменте.

iLUXE – КОГДА ПОДАРОК ГОВОРИТ ЗА ВАШ БРЕНД.

Он остается в пространстве, работает на впечатление и напоминает о вас без слов. Это стильный, точный и функциональный инструмент деловой коммуникации. Он отражает ваш уровень, внимание к деталям и уважение к партнеру. И говорит от вашего имени – безупречно.

iLUXE

8 (800) 101-22-01 sale@iluxeshop.ru <https://iluxeshop.ru>

ФАХРЕНHEIT 183 – АРОМАТ КАК ЯЗЫК КОРПОРАТИВНОЙ ЭСТЕТИКИ

В мире деловой коммуникации мелочей не существует. Особенно когда речь идет о бизнес-подарках – тех самых жестах, которые формируют первое впечатление, подчеркивают статус бренда и помогают выстроить устойчивые эмоциональные связи с партнерами. Именно поэтому все больше компаний обращают внимание не только на ценность подарка, но и на его смысловую и эстетическую наполненность.

ФАХРЕНHEIT 183 предлагает корпоративному сегменту не просто подарки, а полноценный инструмент эмоционального маркетинга. Мы производим **ароматические свечи, интерьерные диффузоры и автопарфюм**, превращая их в персонализированные ароматы бренда. Это не тиражная продукция – это предметный язык делового внимания, где каждая деталь отражает философию вашей компании.



Мы предлагаем **индивидуальный подбор ароматов**, тщательно избегая избитых сочетаний. Вместо тривиальной лаванды или цитрусовых аккордов – глубокие, многослойные композиции, соответствующие настроению события, ДНК бренда и даже архитектуре вашего офиса. В этом наша сила: мы создаем атмосферу, которую хочется запомнить.





Особое внимание мы уделяем **кастомизации**. Стекло ароматических свечей может быть окрашено в любые оттенки в соответствии с цветами вашего брендбука – от лаконичного графита до фирменного бордо или глубокого изумрудного. Логотип компании наносится методом лазерной гравировки, которая позволяет добиться максимальной точности и благородного визуального эффекта. Таким образом, каждая свеча или диффузор становится и стильным подарком, и частью вашей корпоративной айдентики.



В основе подхода FAHRENHEIT 183 лежит концепция сенсорного маркетинга – направления, которое использует воздействие на органы чувств как инструмент повышения лояльности. Запахи – одни из самых сильных эмоциональных триггеров. Они формируют ассоциации, вызывают воспоминания, усиливают доверие. Именно поэтому грамотная ароматизация – это органичное продолжение визуального брендинга.

Наша коллекция **подарочной упаковки** создана для того, чтобы соответствовать любым целям и бюджету. Мы предлагаем варианты от минималистичных тубусов и стильных картонных коробок до премиальных кейсов ручной работы.



Сервис FAHRENHEIT 183 – это внимание к каждой детали. Мы сопровождаем клиента на всех этапах: от первого запроса и выбора аромата до финальной отгрузки. Наши процессы построены с соблюдением жестких сроков – мы понимаем, насколько критичны дедлайны в корпоративной среде. При этом гибкость, оперативность и прозрачная коммуникация остаются для нас стандартом качества.

Корпоративный подарок от FAHRENHEIT 183 – это знак уважения, стиля и вкуса. Аромат, который останется в памяти дольше слов. Эстетика, которая работает на ваш имидж.

FAHRENHEIT 183 – когда атмосфера становится частью бренда.

FAHRENHEIT 183

+7 (915) 476-59-06 fahrenheit183@mail.ru <https://f183opt.ru>

ФАБРИКА „РОСТОВСКАЯ ФИНИФТЬ“

Крупнейшая фабрика по производству подарков и сувениров с финифтью с 1918 года

ВЕКОВЫЕ ТРАДИЦИИ ПРОМЫСЛА

Фабрика «Ростовская финифть» - это предприятие народного художественного промысла, которое уже более 100 лет бережно сохраняет традиции создания украшений, икон и предметов интерьера в старинной технике эмаливой миниатюры.

Каждое изделие фабрики - тонкая ручная работа, в которой сочетаются ювелирное искусство и живопись.

ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Познакомьтесь с коллекциями ювелирных украшений от фабрики «Ростовская финифть»! Серьги, кольца, браслеты, броши и подвесы из серебра со вставками из эмали ручной росписи в классическом и современном дизайне дополняют и подчеркивают любой образ.



ДЕКОРАТИВНЫЕ ПАННО

Изысканные настенные композиции в технике финифти, обрамленные в элегантные багеты, выполнены руками наших мастеров. Слои за слоем наносится специальная эмаль, которую затем обжигают в печи при температуре выше 800 градусов, чтобы создать почти вечную красоту, которая не поблекнет с годами. Художники фабрики, словно алхимики цвета, воплощают на эмали многообразие живописных жанров: нежные цветочные натюрморты, природные и архитектурные пейзажи, анималистику и завораживающие абстракции.



НОВОГОДНИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ



FINIFT.NET



На фото кофейная пара ручной работы «Зелёное яблочко»

Что может быть прекраснее, чем ёлочные украшения, созданные руками талантливых мастеров? Приглашаем вас окунуться в мир изящных новогодних игрушек, каждая из которых является настоящим произведением искусства.



ФАБРИКА
**Ростовская
Финифть**
ОСНОВАНА В
1918

ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ / ПРЕДМЕТЫ ПРАВОСЛАВИЯ
КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ / ДЕКОРАТИВНЫЕ ПАННО
ПОСУДА ИЗ СЕРЕБРА / СУВЕНИРЫ, ЧАСЫ



СЕРЕБРЯНАЯ ПОСУДА С ГОРЯЧИМИ ЭМАЛЯМИ

Уникальные предметы посуды из серебра, украшенные горячими перегородчатыми эмалями и миниатюрной живописью, каждый из которых может стать вашей семейной реликвией. Созданная вручную посуда из серебра высшей пробы подчёркивает утонченный вкус и статус своего владельца. В наличии и под заказ посуда самого разного назначения: от чайных ложечек до больших столовых наборов и сервизов, которые украсят любое торжественное мероприятие или праздничное семейное событие.



СЕРЕБРЯНЫЕ ИКОНЫ

Город Ростов Великий многие годы славится уникальными серебряными иконами с горячей эмалью производства фабрики «Ростовская финифть». Миниатюрный образ, выполненный в классическом стиле живописи по эмали, в оправе из серебра с горячими перегородчатыми эмалями станет особенным подарком верующему человеку.

В нашем ассортименте представлено большое количество икон с образами Богородицы, Иисуса Христа, великомучеников и святых.

Наши покупатели могут воспользоваться услугой изготовления иконы по индивидуальному заказу.



КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ ПРЕМИУМ-КЛАССА

ЗАО «Фабрика «Ростовская финифть» приглашает к партнерству в области приобретения сувениров, деловых презентов и подарочных комплектов, приуроченных к конкретным корпоративным событиям или торжествам. Нашу продукцию отличают уникальный дизайн, ручная работа, мастерство исполнения и высокая художественная ценность. Особым спросом пользуются значки и запонки, декоративные панно, кубки и наградная атрибутика для спортивных или общественных мероприятий.

КОНТАКТЫ

ЗАО «Фабрика «Ростовская Финифть»
Ярославская обл., г. Ростов Великий,
ул. Борисоглебское шоссе, д. 3
e-mail: td@podarok-finift.ru



МЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

МУЗЕЙ ФАБРИКИ

В коллекции музейного фонда нашей фабрики представлены эксклюзивные работы, созданные талантливыми мастерами и ювелирами на протяжении всей истории предприятия.

Возраст отдельных экспонатов превышает два столетия, однако они до сих пор восхищают посетителей насыщенностью эмалевых красок.

МАСТЕР-КЛАССЫ

Возможны как индивидуальные, так и групповые экскурсии на производство, а также увлекательные мастер-классы по финифти.

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА



- Каждое изделие выполняется профессиональными художниками и ювелирами, что значительно повышает его художественную ценность
- Широкий ассортимент сюжетов благодаря ручной росписи вставок из финифти под индивидуальные заказы
- Собственное дизайн-бюро и штат профильных специалистов
- Специальные условия сотрудничества для оптовых клиентов
- Многолетний успешный опыт работы

+7-980-740-09-67 Оптовые и корпоративные продажи
+7-980-701-20-43 Интернет-магазин, розничная торговля,
индивидуальные заказы



ARTVIA
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФАРФОР



Компания Арт-Виа уже 13 лет создает авторские подарки из высококачественного фарфора с применением современных технологий. Как по мановению волшебной палочки, художественные рисунки на фарфоре оживают и получают продолжение в дополненной реальности.

Мы создаем не фарфор, и даже не предмет искусства — мы создаем эмоции для вас и ваших одаряемых. Это комплексный подарок, в котором каждый элемент продуман до мелочей и наполнен смыслом — а это самое ценное для того, чтобы ваше поздравление запомнилось.

Мы поможем выразить ваши корпоративные ценности, показать знаковые объекты и предметы гордости вашей компании, донести послание вашей аудитории на языке искусства.

ARTVIA

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФАРФОР

Корпоративные подарки со смыслом!



Фарфор с дополненной реальностью



Корпоративные сервизы из фарфора



Светильники



Новогодние подарки



Шары и медальоны



Предметы интерьера

МАСТЕРСКАЯ КЛИМЕНКО – АВТОРСКИЕ ПОДАРКИ ИЗ ДЕРЕВА

Мы уже рассказывали о Мастерской Клименко, предлагающей эксклюзивные изделия из натурального дерева с уникальным декором. Продукция компании отличается премиум-качеством, эстетикой и функциональностью. Редакция GIFT Review выбрала из впечатляющего ассортимента мастерской несколько подарочных решений, которые понравятся самым требовательным заказчикам.

Стол «Блэквуд»

Элегантный черный стол из массива грецкого ореха с инкрустацией в виде латунных бабочек станет центром любого интерьера. Подстолье из ясеня обеспечивает надежность и устойчивость стола, рассчитанного на восемь персон.

Различные обеденные столы и журнальные столики доступны в Мастерской Клименко в наличии и под заказ.



Вращающийся сервировочный столик «Орбита»

Круглый сервировочный столик диаметром 40 см выполнен из массива дерева и эпоксидной смолы. Особый механизм позволяет столу плавно вращаться на 360 градусов, обеспечивая дополнительный комфорт и эргономику при использовании. Этот компактный предмет мебели удачно впишется в ваш интерьер, став функциональным элементом декора.



Комплект разделочных досок «Ольха»

Комплекты кухонных досок создаются мастерами с особым вниманием к деталям. Массив дерева в сочетании с эпоксидной смолой и наполнением из натуральных шишек ольхи создает неповторимый узор. Доски представлены в трех размерах, каждую модель можно приобрести отдельно или купить весь комплект сразу, создав гармоничную коллекцию.



Тарелка «Таганай»

Изделие из натурального дерева, украшенное сосновыми шишками, застывшими в прозрачной эпоксидной смоле. Каждая тарелка – уникальное произведение искусства, вдохновленное красотой уральских гор и лесов. Подходит для подачи закусок, десертов или может выступать как самостоятельный дизайнерский аксессуар.



Мастерская Клименко

+7 (909) 363-37-33 mk-danb@yandex.ru <https://mklimenko.ru>



ИЗГОТОВИМ КРАФТОВЫЕ СТАКАНЫ С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ



noonhome.ru

WKRUGE: ИСКУССТВО ФАРФОРА В НОВОМ ПРОЧТЕНИИ

Мы продолжаем знакомить читателей с самобытными российскими компаниями, создающими уникальные изделия с глубоким смыслом. На этот раз в фокусе нашего внимания нижегородская творческая мастерская Wkruge. Фарфоровые шедевры компании – это гармоничное сочетание вековых традиций и современных идей, где наука встречается с искусством, а мастерство – с вдохновением.

Проект **Wkruge** – креативная коллаборация талантливых людей: художников, архитекторов и мастеров фарфорового дела, неустанно работающих над созданием уникальных серий фарфоровых изделий.

Наше производство – это не просто бизнес-идея, а настоящая миссия по сохранению творческого наследия и созданию новых культурных ценностей.

Слоган «Создаем новое, сохраняя традиции» очень точно отражает суть и ценность любого изделия мастерской.



Мы выбрали фарфор как главный материал для работы, хорошо понимая, что наш с ним путь будет непрост и даже тернист. Однако итоговый результат стоит всех усилий!

Фарфоровое изделие – это синтез большого труда и искусства, скульптуры, живописи и огромного количества точных наук. Фарфор не только хранит тепло рук и души автора, но и несет в себе настоящие культурные ценности любого периода и эпохи.





Мы создаем вещи с душой – открытой и щедрой, тонкой и пронизательной, как сам фарфор.

В нашей производственной линейке широкий ассортимент фарфоровых елочных игрушек и их небольших серий, а также великолепные фарфоровые елки – оригинальный новогодний декор и одновременно прекрасный, поражающий идеей и формой исполнения подарок. Вот почему наши изделия востребованы как в сегменте уникальных индивидуальных подарков, так и корпоративных заказов.



Весь цикл создания продукции осуществляется исключительно вручную, с применением самых разных техник производства и декорирования. Специально подобранные качественные материалы – высокотемпературные каменные массы, фарфор и глазури – обеспечивают изделиям долговечность и безопасность.



Для корпоративных клиентов мы всегда с радостью подберем баланс между персонализацией, следованием бренду и органичным авторским решением.

Подарок от **Wkrugе** – знак особого внимания, и для нас действительно важно, чтобы каждое изделие стало предметом восхищения, радости и эстетического удовольствия. Наша дружная команда трудится именно для того, чтобы каждый сезон радовать покупателей новинками и яркими идеями.

Wkrugе

+7 (903) 602-73-54 wkrugenn@gmail.com <https://wkrugе.ru> [wkrugеfarfor](#)

VIVERE GIFTS: КОРПОРАТИВНЫЕ ЕЛОЧНЫЕ ШАРЫ В НАЛИЧИИ!

Высокий сувенирный сезон набирает обороты: спрос на новогодние бизнес-подарки стремительно растет, а вместе с ним увеличиваются сроки производства и доставки. Казалось бы, если вы не позаботились о заказе заранее, то шансов получить оригинальный и стильный подарок к празднику практически нет. Однако не спешите отчаиваться! Творческая мастерская Vivere Gifts готова предложить решение даже в самых сложных ситуациях, когда время работает против вас.

Если вы еще не оформили заказ на индивидуальную разработку елочных шаров, то есть шанс купить необходимое количество по **складской программе**. Пока в наличии имеются украшения на любой вкус.



Широко представлены шары с лошадьми – символом 2026 года. Ценителей всего необычного порадуют красочные композиции, выполненные спиртовыми чернилами, а также изображения знаковых архитектурных объектов. Также имеются модели с зимними птицами и заснеженными домиками, которые очень полюбили корпоративным заказчикам.

Ажурный рисунок глиттером, зимние пейзажи, сюжеты в советском стиле, сказочные образы – выбрать действительно есть из чего.



Практически на каждый шар можно нанести **логотип методом ручной росписи**, что сделает подарок еще более личным и напомнит о компании в атмосферной праздничной обстановке. А дополняют композицию **брендированная лента** на шар и **крафтовая упаковка**.

Vivere Gifts

<https://v-gifts.ru> contact@v-gifts.ru 8 (925) 760-02-09

CHRISTMASBOX ПОДАРКИ

21-я международная специализированная выставка подарков, сувениров, новогодней, рождественской и праздничной продукции

17-19 марта 2026

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



100 000+ SKU
в одном месте в одно время

Организатор:

MAYER J.
company

Место проведения:

КРОКУС ЭКСПО
Международный выставочный центр

С НОВЫМ, 1826 ГОДОМ!

Придается все, даже черная икра. Что уж говорить о предметах обихода и даже о подарках. Особенно новогодних. Все дело в том, что они в некотором смысле стереотипны, так как опираются на устоявшиеся символы: Новый год – елка, свитер, мандарины, плед, оливье, шампанское, свечи, шелкунчик... Именно поэтому компании каждый раз сталкиваются с проблемой: что бы такое подарить партнерам и сотрудникам, чтобы запомниться и не повторяться? Сегодня мы предлагаем вам яркий пример именно такого презента – очень новогоднего и при этом оригинального.



Итак... Вперед, в прошлое! Хотите погрузить получателя подарка даже не в детство, а в позапрошлый век? Сделать так, чтобы ваш сюрприз рассматривали, восхищались, показывали другим? Подарить незабываемые и настоящие эмоции – радость, удивление, восторг?

Чайный дом «Сугревъ» и Мануфактура «Московская игрушка» вам помогут: совместный проект посвящен более чем двухвековой истории празднования Нового года в России и, в частности, эволюции новогодней игрушки с 1800 до 1917 гг.



Почему такой неожиданный союз? Все просто: наши компании объединяют творческое и уважительное отношение к традициям, их вдумчивое переосмысление и оформление в виде уникального подарка для ценителей русской культуры и истории.





ИСТОРИЯ РОССИЙСКОЙ НОВОГОДНЕЙ ИГРУШКИ
ВЪ 1800-1900 ГОДАХЪ

Эксклюзивный подарочный набор состоит из четырех авторских ватных игрушек (фигурок девочки в варежках и мальчика с баранками, лошадки и пряника), деревянной елочки, матрешки – все ручной работы – и трех жестяных упаковок с чаем и леденцами, которые уже стали бестселлерами «Сугрева». Жестяные баночки жизнерадостных цветов – реплика чайниц XIX века.



Примечательно, что ватные игрушки изготовлены художниками-мастерами полностью вручную по старинным технологиям – из ваты и крахмального клейстера. Личики сделаны точь-в-точь, как у антикварных кукол XIX века. Фигурки расписаны акриловыми красками и покрыты слюдой, как делалось в дореволюционное время.

По желанию заказчика в набор вкладывается богато иллюстрированная книга, погружающая в историю празднования Нового года.

Набор впервые был продемонстрирован заказчикам на выставке подарков ChristmasBox и уже представлен в монобрендовом бутике Чайного дома «Сугревъ» в подмосковном отеле «Измурдный лес».

Удивлять, радовать, находить нестандартные решения, дарить полезные и со смыслом подарки с погружением в историю – наша работа!

Чайный дом «Сугревъ»
eduard@sugreff.ru <https://sugreff.ru>

«ТРАДИЦИИ КНЯЗЕЙ МЕЩЕРСКИХ»: ВКУС И ПОЛЬЗА



Сергей Самыгин

До начала XX в. имение князей Мещерских было известно как передовое, использовавшее новейшие методы ведения сельского хозяйства. В 2021 году их потомок, **Сергей Михайлович Самыгин**, взялся за восстановление усадьбы предков, чтобы возродить былую славу своей малой родины и дух предпринимательства, царивший в селе Лотошино в течение нескольких веков. Сейчас площадь имения составляет 23 гектара с огромным фруктовым садом, огородом и собственной пасекой.

Основными направлениями деятельности бренда «Традиции князей Мещерских» являются производство **элитного шоколада и мармелада ручной работы, сушеных и сублимированных ягод, салатного цикория, пасты из артишоков**. Вся продукция является экологически чистой.

ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ:

- широкие возможности брендинга,
- сжатые сроки изготовления,
- доставка: по Москве в пределах МКАД, по всей России курьерской или транспортной компанией,
- экскурсии по имению и производству.



ПАСТА ИЗ АРТИШОКА

Это не просто блюдо, а кулинарное произведение искусства, способное перенести вас в самые солнечные уголки Средиземноморья.

НАТУРАЛЬНЫЙ МАРМЕЛАД

Создан из собственных экологически чистых ягод (малина, вишня, облепиха, черная смородина). Продукт без добавления химических веществ и консервантов, что делает его особенно полезным для здоровья.

Экологическая осознанность становится ключевым трендом в современном бизнесе, и сфера деловых подарков не остается в стороне. **Натуральные гастрономические презенты – это не просто угощение, а настоящее заявление о социальной ответственности компании.** В этой статье мы расскажем об удивительном бренде «Традиции князей Мещерских», который возрождает наследие предков, предлагая корпоративным клиентам изысканные деликатесы ручной работы, которые сочетают премиальное качество с ответственным отношением к природе.



ШОКОЛАД РУЧНОЙ РАБОТЫ

Плитки, конфеты, шоколад с различными начинками изготавливаются из высококачественного бельгийского сырья, без использования консервантов и пальмового масла.

СУБЛИМИРОВАННЫЕ ЯГОДЫ

В ассортименте ежевика, малина, вишня, смородина красная и черная, черника, жимолость, облепиха, клюква, брусника, виноград, клубника, лесная земляника. Сублимация позволяет сохранять ягоды в течение длительного времени без потери вкуса, полезных свойств и витаминов.

ВИТЛУФ (САЛАТ ЦИКОРИЯ)

Один из самых популярных в мире видов зимних листовых салатов, который славится своим неповторимым вкусом и множеством полезных микроэлементов. Листья цикория можно употреблять в пищу как в свежем, так и в приготовленном виде. Салат рекомендуется диетологами для всех возрастных групп.

ООО «ДИСПАК»

+7 (495) 137-77-47

sady.mescherskih@gmail.com

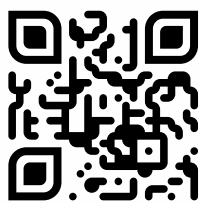


IFSA

27-28 августа 2026

Москва, Крокус Экспо

**41-я Международная
выставка промопродукции,
мерча, оборудования
и технологий для рекламы**



Принять
участие
со стендом

Организатор:



ООО «ЭВР» · РЕКЛАМА



МЕРЧШОПЫ ДЛЯ БИЗНЕСА – БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО МАГАЗИНЫ



Анна Михайлова

В эпоху цифровой трансформации и растущей конкуренции компании ищут инновационные способы привлечения и удержания клиентов. Одним из наиболее эффективных инструментов становятся корпоративные мерчшопы – специализированные площадки для продажи брендированной продукции. Представители крупных игроков российской промоиндустрии рассказали выпускающему редактору GIFT Review Анне Михайловой о том, как создать мерчшоп и правильно организовать его работу, какие задачи он помогает решать бизнесу и какие тренды определяют развитие этого направления. А заказчики поделились примерами реализации проектов, их интеграции в общую маркетинговую стратегию компании, а также яркими продуктами из собственных коллекций и звездных коллабораций.

Нашими экспертами стали:

- **Ольга Фокина**, директор агентства креативных концепций Arnika gifts design, <https://arnika-gifts.com>;
- **Марина Бычкова**, директор по маркетингу компании Admos, <https://admos-gifts.ru>;
- **Кристина Осадчая**, руководитель направления маркетинга компании vertcomm, <https://vertcomm.ru>;
- **Ольга Первая**, основатель и генеральный директор компании «Первая», <https://1souvenir.ru>;
- **Елена Варганова**, руководитель отдела маркетинга и рекламы фабрики Kunjut, <https://kunjut.com>;
- **Марина Чистова**, директор компании Dream Denim, https://vk.com/dream_denim;
- **Любовь Козырева**, член Союза Дизайнеров России, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций РГУ им. А.Н. Косыгина, <https://rguk.ru>;
- **Константин Фришберг**, директор направления СТМ компании «Союзмультфильм», <https://souzmult.ru>;
- **Мария Артюх**, руководитель IU Store университета «Иннополис», <https://innopolis.university>.

Фото: vertcomm, <https://vertcomm.ru>



ДЛЯ ЧЕГО БИЗНЕСУ МЕРЧШОПЫ

Корпоративные мерчшопы позволяют одновременно решить несколько стратегических задач: укрепить узнаваемость бренда через постоянное присутствие его атрибутики в публичном пространстве, повысить лояльность сотрудников и клиентов, создать активное комьюнити вокруг компании, а также использовать площадку как эффективный маркетинговый канал для тестирования новых идей, проведения акций и формирования особого имиджа организации. Давайте разберемся во всем этом более подробно.

Ольга Фокина (Arnika gifts design), считает, что «польза мерчшопов не в дополнительном источнике дохода для бизнеса. Это инструмент маркетинга, а не продаж. Возможность для компании раскрыть свои ценности, атмосферу, найти единомышленников. Что особенно важно для цифровых брендов, у которых все сервисы находятся в онлайн-среде: например, для банков и приложений, которым нужны точки соприкосновения с аудиторией в материальном мире. А если речь идет о внутреннем мерчшопе для сотрудников, то он может стать прекрасным инструментом вовлечения. Например, если раз в полгода выпускать коллекцию с локальными шутками разных отделов – это «плюс миллион» к лояльности, которая отражается и на работоспособности, и на взаимопонимании между коллегами».

С ней согласна **Кристина Осадчая (vertcomm)**: «Собственный мерчшоп – шаг к повышению узнаваемости бренда, эмоциональная связь с аудиторией, рост лояльности и оптимизация маркетинга». Поддерживает коллегу и **Марина Чистова (Dream Denim)**, говоря о «формировании положительных ассоциаций с брендом – таких как «стиль», «теплота», «качество», «надежность», «юмор», «инновации»,

«Ольга Фокина, Arnika gifts design: «С практической точки зрения, мерчшопы – это реклама, за которую платит не бренд, а лояльная аудитория. Мечта любого рекламодателя, согласитесь? Позволить себе такое может только та компания, которая годами вкладывалась в отношения с клиентами, сотрудниками, партнерами».



Марина Бычкова, Admos: «Корпоративный мерч-шоп под ключ решает сразу несколько глобальных задач.

Работает на HR:

- развивает HR-бренд внутри компании: мерч становится частью корпоративной культуры, усиливая чувство принадлежности к коллективу.
- Поддерживает репутацию компании как привлекательного работодателя, что важно для найма новых сотрудников.
- Интегрируется в геймификацию. Например, члены команды зарабатывают баллы за KPI, спортивные или инновационные достижения и обменивают их на мерч, это усиливает мотивацию.

Помогает маркетингу и закупкам:

- снижать нагрузку на внутренние отделы: исполнитель может взять на себя администрирование мерчшопа, фулфилмент (хранение, обработку и доставку заказов) и аналитику.
- Автоматизировать планирование закупок: на основе данных о популярных товарах клиенты избегают перекупок или дефицита.
- Обеспечивать доступность заказа мерча 24/7 из любой точки страны.

Приносит прибыль компании:

- мерчшопы превращают поклонников бренда в покупателей: например, фанаты приобретают сувениры с логотипом компании, что создает дополнительный доход».

а также об интеграции фирменного мерча в акции и программы лояльности, когда он используется в качестве бонусов, призов или подарков за покупки, участие в конкурсах, подписку на рассылки. Все это стимулирует повторные визиты клиентов и увеличивает вероятность совершения покупки».

Ольга Первая («Первая») отмечает еще несколько плюсов корпоративных мерчшопов, среди которых «гибкость и вариативность. Удобно иметь собственную платформу, куда можно добавлять не только мерч, но и нематериальные бонусы: сертификаты на ужин с директором, участие в топовых бизнес-играх, индивидуальные сессии с коучами. Кроме того, собственный мерчшоп – это отличная альтернатива стандартным деловым подаркам: выбор всегда ценится».

Фото: vertcomm, <https://vertcomm.ru>



Корпоративные **ОТКРЫТКИ** на **ВСЕ** праздники

Новогодние открытки



8 марта



23 февраля



С Днём Победы



Реклама

www.unita-cards.ru

+7 (495) 663-71-88

РОЖДЕНИЕ ЗВЕЗДЫ

Как же создаются корпоративные магазины мерча? Есть ли какие-то универсальные инструменты или все сугубо индивидуально? Мы попросили наших экспертов описать весь процесс максимально подробно – от согласования технического задания до выбора рекламных носителей, разработки дизайна, IT-закулисья.

Например, в **Arnika gifts design** не занимаются IT-проектированием мерчшопов, но берут на себя разработку ассортиментной сетки, визуала, индивидуального текстиля, брендирования. Как рассказывает **Ольга Фокина**, «обычно к нам приходят клиенты с референсами на руках. Мы подробно обсуждаем целевую аудиторию и то, каким образом мерч будет попадать к ней. Будут ли это геймифицированные программы с обменом на баллы или покупка за «живые» деньги. От этого зависит, например, ценовая сегментация. По умолчанию мы советуем добавлять в ассортимент и недорогие компактные вещи, и средние, и достаточно весомые. Но даже если это будет безделушка типа обвеса на сумку или шариковой ручки, связь данной вещи с брендом должна быть очень крепкой. После согласования начинается производство и приемка по качеству. И, наконец, комплектация и упаковка. Для мерчшопов мы часто делаем дополнительные навесные бирки, как в ритейле, печатаем коды «Честного знака», в общем, проводим все необходимые предпродажные процедуры».

«**Ольга Фокина, Arnika gifts design:** «Критически важный этап – производство сигнальных образцов. Ведь товары в мерчшопе – это не просто материальные представители бренда, а его амбассадоры. Кстати, именно на данном этапе рабочая группа на стороне клиента по-настоящему вовлекается в проект. Когда пощупал вещь со своим логотипом, уже сложно от нее отказаться».



Фото: Admos, <https://admos-gifts.ru>

«**Ольга Фокина, Arnika gifts design:** «Мы советуем сразу после выхода первой коллекции начинать работу над следующей. Правила фэшн-сферы никто не отменял: выпуск обновлений два раза в год – это то, чего ждут покупатели».

Admos предлагает клиентам два формата. Первый – «коробочный» продукт – мерчшоп с быстрым запуском и базовым функционалом: каталогом товаров, личным кабинетом администратора, блоком логистики и эквайринга, адаптивной версией под мобильный формат. И второй – «индивидуальный» продукт – адаптация под специфику и задачи клиента: интеграция с CRM-системами, кастомные интерфейсы, персонализированные скидки; или создание мерчшопа с индивидуальным дизайном и программными возможностями. Причем клиент может заказать разработку дополнительных модулей, которые будут решать его «точечные», специфические задачи.

«**Марина Бычкова, Admos:** «После запуска мерчшопа мы никогда не оставляем клиента один на один с новым проектом. Ежедневно администрируем заказы, регулярно предоставляем аналитические отчеты, обучаем команду заказчика работе в мерчшопе и обеспечиваем бесперебойную техподдержку».

А в компании «**Первой**» рассказали об опыте создания собственного мерчшопа изнутри – с нуля, под ключ. «Мы не только разрабатываем такие решения для клиентов – мы сами прошли этот путь: привлекли стилиста, технолога, разработчиков, проджект-менеджера, логистов, дизайнеров, фотографов, видеографов. Затем мы отшили коллекцию из 20 позиций – от худи и свитшотов до шоперов и аксессуаров, причем 99% одежды изготавливали с чистого листа».



ЭКСКЛЮЗИВНАЯ АВТОРСКАЯ КОСМЕТИКА ДЛЯ БИЗНЕСА ПОЛНАЯ КАСТОМИЗАЦИЯ ПОД ВАШ БРЕНД

Bubble Beauty создает премиальные подарки ручной работы

- Мыло с натуральным составом и яркими ароматами
- Масла для тела, скрабы и кремы
- Целебная фитосоль для ванны

АКЦИЯ:
До 30.09.2025 –
бесплатный дизайн-макет
+ 3 пробных образца
+ доставка!

«**Ольга Первая, «Первая»:** «Что добавить в ассортимент вашего мерчшопа? Популярные категории: одежда и аксессуары, гаджеты, шопперы, термосуда. Концепции мерча могут быть разнообразными, все зависит от целей компании. Например, можно сделать коллаборацию с известным брендом или выпустить коллекцию с социальной направленностью и привлечь внимание к благотворительности».

по своим лекалам. Далее запустили в производство тиражи по 50-70 штук. В партнерстве с IT-компанией разработали сайт, подключили платежную систему, возможность доставки по всей стране. И, конечно, мы много работали над визуальным сопровождением: сделали три съемки – предметную, для каталога, лайфстайл, а также записали видео по 30 секунд для карточек товаров. Весь процесс занял около полугода и потребовал вложений размером 2 млн рублей. Этот опыт стал основой нашей экспертизы и доказал, что мерчшоп создать реально, но совсем не просто», – комментирует **Ольга Первая**.

«**Ольга Фокина, Arnika gifts design:** «Чем крупнее бренд, чем безупречнее его репутация, тем шире у него аудитория. Так что и продукция мерчшопа такого бренда должна соответствовать вкусам разных людей. Например, «Яндекс» для своих офлайн-магазинов в Москве и Петербурге выпускает и яркие «мемные» капсулы, и базовые коллекции с почти незаметным брендингом. Это серьезная работа фэшн-команды, а не одного продакт-менеджера».

ТРУДНОСТИ И ПОДВОДНЫЕ КАМНИ

Как и любой масштабный проект, создание корпоративного мерчшопа сопряжено с рядом существенных вызовов: необходимо грамотно рассчитать финансовые вложения и спрогнозировать спрос, контролировать качество продукции, решать логистические вопросы при работе с разными поставщиками, учитывать юридические аспекты защиты бренда. Не говоря уже о чисто маркетинговых ошибках – в определении целевой аудитории, ценовой политике, дизайне продукции и игнорировании обратной связи от покупателей, что может привести к снижению эффективности всего проекта. Вот что об этом говорят профессионалы.

Марина Чистова (Dream Denim) выделяет несколько фатальных ошибок при создании мерчшопа, среди которых невнимание к деталям, слишком большие тиражи с первого дня работы, непродуманная упаковка и, конечно, выбор неподходящего исполнителя.

Марина Бычкова (Admos) также относит к сложностям создания мерчшопа «сроки разработки – индивидуальные проекты требуют 3-4 месяцев. Если клиенту нужен быстрый результат, мы предлагаем «коробочный» продукт или такой же вариант с дополнительными программируемыми блоками. И интеграцию: сложности могут возникнуть при подключении к корпоративным системам – здесь мы работаем в плотной связке с командами программистов клиента и находим работающее решение».

Ольга Первая («Первая») среди основных трудностей называет «непонимание целей, недооценку IT-составляющей и сложности с кастомным производством: создать классную вещь несложно, а вот произвести ее массово, в нужных размерах и с точной посадкой – уже вызов». Ее мнение разделяет **Елена Варганова (Kunjut)**: «Бывает непросто найти баланс между оригинальностью и практичностью – сделать что-то яркое и запоминающееся, но при этом удобное и качественное, чтобы люди действительно носили и пользовались, а не оставляли в шкафу. Во-вторых, подводных камней много в технической части: выбор тканей, технологий печати, конструкций изделий – все должно идеально сочетаться. Не меньше вызовов в коммуникации с клиентом: надо согласовать все детали, учесть пожелания и сделать так, чтобы мерч работал на бренд, а не просто был красивой вещью. И, конечно, сроки и логистика: ведь фирменная атрибутика – это часть маркетинга, поэтому важно все успеть вовремя и без потери качества».

А вот в **Arnika gifts design** посмотрели на проблему глазами клиента и пришли к выводу, что «основная сложность – стоимость, крупные вложения без гарантии успеха. Свой мерчшоп – это выход в фэшн-сферу для брендов, которые не являются экспертами в ритейле. Поэтому неочевидно, обретет ли проект коммерческий успех. Например, прекраснейший «Универмаг» от банка «Точка»: полгода назад они сообщали, что лишь «очень близки к окупаемости», хотя мерчшопу уже почти пять лет».

Фото: «Первая», <https://1souvenir.ru>



КЕЙСЫ

Ольга Фокина (Arnika gifts design) называет самой яркой последнюю коллекцию «со стальным характером и силой воли» для внутреннего мерчшоп «Петровича». «Мы поработали над типографикой, взяли шрифт, имитирующий металлические профили. Весь текстиль изготовлен с нуля, тут множество интересных деталей: от бирок, которые похожи на технические наклейки на коробках, до нанесения — где-то в цвет, а где-то, наоборот, контрастного. Рассматривать и рассматривать!»



Фото: Arnika gifts design, <https://arnika-gifts.com>

Другой пример – серия детского текстиля для QIWI. Довольно нетипичный опыт, когда компания не ограничивается новогодними подарками для детей сотрудников, а делает для них целую линейку в мерчшопе.

Ну и, конечно, нам хорошо запомнилась дебютная коллекция для внутреннего мерчшопа Avito, когда перед запуском тиража пришлось отшить двенадцать образцов для выбора эталона, и особенно сложно было найти материалы и фурнитуру нужного оттенка, чтобы все безупречно сочеталось».

Фото: Arnika gifts design, <https://arnika-gifts.com>



А **Крестину Осадчую (vertcomm)** больше всего впечатлил «внешний мерчшоп девелоперской компании «Самолет» – проект с глубокой концепцией и копирайтингом, который связывал воедино все предметы в коллекции. А также внутренний мерч компании X5 Tech: все позиции были выполнены в трех фирменных цветах компании, включали в себя аксессуары и много текстиля – от костюмов с худи до самых необычных панам и шоперов».



Фото: vertcomm, <https://vertcomm.ru>

Марина Чистова (Dream Denim) среди особенно ярких реализованных проектов отметила мерч для первого в России Открытого благотворительного костюмированного чемпионата по ночному сбору грибов в поддержку благотворительного фонда «Река детства»: «Для этого мероприятия мы сшили замечательные призы для победителей и ярмарки – панамки, сумки, баффы и шевроны со светонакопительной вышивкой».

Фото: Dream Denim, https://vk.com/dream_denim





ВЕЩИ СТАНЕТ РЕАЛЬНОСТЬЮ

СУМАСШЕДШИЕ КАЛЕНДАРИ

В последние годы наблюдается настоящий бум на необычные и креативные календари, которые привлекают внимание своим дизайном и функциональностью.



Календари «Золотое сложение» и «Пластинка» – лауреаты конкурса «Корпоративный календарь 2025»



Трио «Лестница». Вырубные шпигели образуют единую картинку



Вырубной трио



Календарь моно магнитный с накладными элементами



Календарь «Цветок» с часами



Магнитные бегунки с полноцветной печатью

Вечный календарь

Открытка вырубная с календарем «Саночки»



Настольный домик-офис



«Елочка» со съемными стикерами

РЕКЛАМНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ «ЛАБИРИНТ»
☎ +7 (812) 350-74-43 ✉ info@labirint.spb.ru 🌐 labirint.spb.ru



«**Марина Бычкова, Admos:** «На сегодняшний день у нас семь активных корпоративных мерчшопов, и еще пять находятся на разных этапах разработки и запуска. Цифры говорят сами за себя: только за первый квартал 2025 года через платформу корпоративных мерчшопов Admos было оформлено более 8 000 заказов. Это не просто статистика – это реальные сотрудники и партнеры компаний-клиентов, которые выбирают формат мерчшопов вместо онлайн-таблиц или писем с запросами на выдачу сувениров».

Елена Варганова (Kunjut) особенно гордится созданием мерчшопа для Русского музея и Летнего сада в Санкт-Петербурге. «Мы взяли за основу реальные экспонаты: скульптуры, архивные ботанические эскизы, детали садовой архитектуры – и превратили их в принты. Получилось тонко, сдержанно и атмосферно. Особенно ценны были отклики от хранителей музея: как бережно мы отнеслись к культурному наследию, художественно выполнили непростую задачу», – комментирует она. Еще один яркий кейс фабрики – разработка дизайна мерч-коллекции для крупнейшего в России отраслевого чемпионата в атомной отрасли AtomSkills. Специалисты Kunjut продумали графику, композицию и цвета таким образом, чтобы они говорили о профессии без слов.



Фото: Kunjut, <https://kunjut.com>

«**Елена Варганова, Kunjut:** «Для нас мерч – это единение культурной, современной и прикладной составляющих, с большим тяготением к ритейлу и модной индустрии. В планах – масштабировать мерчшопы как экосистему: с маркетинговой поддержкой, онбордингом для компаний, витринами для разных сегментов».

СЛОВО ЗАКАЗЧИКАМ

А что же клиентские компании, которые заказывают разработку мерчшопов для своего бизнеса? Как они пришли к этой идее, определялись с концепцией, находили поставщиков и подрядчиков, разрабатывали дизайны, решали вопросы с ценообразованием и логистикой? Каковы их достижения и планы? Давайте разбираться.

Как говорит **Мария Артюх, руководитель IU Store университета «Иннополис»**, «наш мерч создавался для талантливых людей – наших перспективных студентов, сотрудников и ученых с высокими целями и смелыми идеями. Мы разделили ассортимент на две категории: яркие, смелые дизайны – для студентов и абитуриентов; сдержанные, универсальные модели, которые легко сочетаются с офисным стилем, – для коллег».

А вот в компании «Союзмультфильм» был актуален вопрос наполнения собственной розницы. «Возникло желание пополнить ассортимент не только товарами лицензиатов, но и чем-то новым, интересным и уникальным. Мы исходили из того, какие товары доступны на рынке и в то же время пользуются спросом в форматах торговли, подобных нашему. Бывали случаи, когда поставщики сами приходили с какими-то идеями. Кроме того, были запросы от партнеров по конкретным позициям, которые мы отработывали. Некоторые дизайны создавали поставщики, другие разрабатывались собственными силами. На данный момент нашего фирменного мерча вполне достаточно, чтобы полноценно наполнить сувенирный магазин «Союзмультфильма», кроме того, активно ведется работа по расширению ассортимента и развитию продуктовой линейки», – комментирует **Константин Фришберг, директор направления СТМ компании.**



Фото: «Союзмультфильм», <https://souzmult.ru>

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДИРОВАНИЯ



ИЗГОТАВЛИВАЕМ ЛЕНТЫ

для медалей, бейджей, ремувок, подарочных наборов, шоперов, сумок, спортивной и корпоративной одежды.



Ширина от 10 мм.
СМУК + флуоресцент
Виды лент: репс, нейлон, атлас,
стропа сумочная, эластичная тесьма.
Различные виды фурнитуры.
Возможность печати лент на метраж.
Соединение лент ультразвуком.

Компания «Плюмар»
Великий Новгород,
ул. Орловская, 44А
email: info@plumar.ru
8 800 222 52 06

**ЗАКАЗАТЬ
ОБРАЗЦЫ**





Мария Артюх, университет «Иннополис»: «Первый месяц работы офлайн-магазина мерча принес нам первый миллион выручки. Судя по аналитике, мы продолжаем уверенный рост – графики идут вверх, и у нас уже появились постоянные клиенты. Наша следующая цель: создать линейку «умной» одежды, которая будет одинаково уместна и в городской среде, и в горах, и на сплаве, и даже на марафоне».



Фото: Университет «Иннополис», <https://innopolis.university>



Фото: Университет «Иннополис», <https://innopolis.university>

заклучалась в многозадачности: нужно было разработать концепт и выпустить мерч, набрать команду, оформить витрину и уладить все юридические вопросы. Так, за неделю до открытия офлайн-магазина у нас еще не было продавцов-консультантов». Но в итоге все усилия окупились сторицей: «уже за первые два дня мы заработали столько же, сколько за три месяца онлайн-продаж», – делится Мария.

В РГУ им. А.Н. Косыгина мерчшоп сейчас в процессе разработки: специалисты просчитывают стоимость изготовления продукции, консультируются с бизнес-партнерами, а также активно занимаются правовыми аспектами: в уставе вуза должны быть прописаны особые положения, разрешающие ведение хозяйственной деятельности, в том числе торговлю сувенирной продукцией.

Для **РГУ им. А.Н. Косыгина** 2025 год – юбилейный, вузу исполнилось 105 лет. Эта знаменательная дата и стала поводом пересмотреть подходы к позиционированию фирменного мерча. «Мы провели специализированный дизайнерский внутривузовский конкурс «Платформа» под эгидой «Центра развития карьеры и молодежного предпринимательства» РГУ им. А.Н. Косыгина, при участии рекламно-производственной компании «Медиа Гифт Продакшн», – рассказывает **Любовь Козырева**, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций университета. – В задачи конкурса входили разработка маскота и концепции молодежной линейки брендированной сувенирной продукции для наших студентов и абитуриентов. Конкурс прошел в гибридном формате – очно и онлайн. В течение нескольких дней под руководством опытных трекеров из числа молодых преподавателей нашего университета, при поддержке менторов от производственной компании были созданы шесть концепций нового мерча. Далее проходило голосование экспертов из числа наших бизнес-партнеров и представителей профессионального сообщества – Союза дизайнеров России, совещание руководителей структурных подразделений, проректоров и ректора университета. Победила самая креативная и яркая идея – маскотом университета стал игрушечный гусь по имени «РГУсь». Заключительный этап включал доработку концепции и представление выбранных идей в форме путеводителя по стилю».

Конечно, и заказчиков не обошли стороной некоторые трудности при воплощении в жизнь своих смелых идей. Например, **Мария Артюх** вспоминает, что «основная сложность



Фото: РГУ им. А.Н. Косыгина, <https://rguk.ru>

ВИТРИНА

В этом разделе мы собрали несколько примеров ярких корпоративных мерчшопов*. Давайте посмотрим, чем уникален каждый из них.

КЕЙС №1. МЕРЧШОП TASTY COFFEE

Tasty Coffee на рынке уже более 15 лет и на данный момент является крупнейшей обжарочной компанией в сегменте HoReCa в России. Команда бренда – люди действительно увлеченные: они участвуют в профессиональных чемпионатах, популяризируют культуру потребления кофе, проводят обучение и экскурсии по производству для всех желающих, а еще заботятся об экологии. И их мерчшоп это очень ярко показывает.

Сумка-шопер

Фирменный шопер с принтом Expanding the coffee culture (англ.: «Развитие кофейной культуры». – Прим. ред.). Сшит из прочного нетканого материала – спанбонда. Выдерживает нагрузку до 7 кг, сохраняет форму, хорошо отталкивает воду, пыль и любые другие загрязнения.



Кофейное мыло

Мыло ручной работы с кофейными частицами, обладающее скрабирующим эффектом. Для его производства используются квакеры – зерна незрелых ягод кофе, которые портят вкус напитка. Специалисты Tasty Coffee убирают квакеры из каждой партии, а потом перемалывают их и используют для мыла. Так что этот продукт – результат апсайклинга, то есть вторичного использования кофейных зерен. Мыло изготавливает компания «Уральская мануфактура», которая занимается производством косметики из натурального сырья и также заботится об окружающей среде.



Сумка поясная

Еще один классный пример апсайклинга – эта сумка сделана из использованных голографических упаковок от кофе. В сумке можно хранить телефон, ключи, наушники, канцтовары, документы и другие необходимые мелочи.



* Все фотографии, использованные в разделе «Витрина», взяты из открытых источников и не являются рекламой.

Конструктор Tasty Coffee Roastery

Конструктор из 600 деталей, прототипом для которого стал цех обжарки кофе (точнее, его малая часть). Разработать набор помог постоянный гость кофейни Егор, который всю жизнь увлекался конструкторами, поэтому создал собственную компанию, одно из направлений деятельности которой – создание кастомных конструкторов на основе реальных помещений.

Покупателю предстоит собрать систему газоснабжения и вентиляции, ростер с циклоном, барабаном, охладителем и рабочим местом, а еще тележку с зеленым зерном и баки с обжаренным кофе. Все как в реальной жизни, даже обжарщик есть!



КЕЙС №2. МЕРЧШОП ТРЕТЬЯКОВСКОЙ ГАЛЕРЕИ

Здесь, без преувеличения, можно найти практически все – от книг по искусству, интерьерной продукции и канцелярии до одежды, гастрономических подарков и небольших сувениров. И все это – с принтами работ легендарных художников. Многие коллекции разрабатывались совместно с крупнейшими российскими брендами – например, «ТВОЕ».

Наволочка декоративная

Изделие украшено принтом по мотивам картины Коровина «В саду Гурзуф». Такая наволочка внесет яркие краски и нотки актуального стиля в любой интерьер – рабочий или домашний.



Вишневый мармелад в темном шоколаде

Лакомство оформлено на основе шедевров Брюллова из собрания Третьяковской галереи. Сочетание искусства и сладости.

Аромадиффузор

Безопасный, экологически чистый и натуральный аксессуар для дома с ароматом табака и пачулей. Рассчитан на помещение до 15 кв.м, время работы – до двух месяцев.



Термобутылка

Термобутылка, выполненная по мотивам картины Куинджи «Березовая роща». Сохраняет температуру напитка. Надежная закручивающаяся крышка с защитой от проливания обеспечивает дополнительную безопасность. Может использоваться во время отдыха, на работе, в путешествии.



КЕЙС №3. SBERSHOP

Иногда выпуск брендованных вещей перестает быть формальностью и становится чем-то большим. Например, в Сбере это переросло сначала в создание магазина корпоративной продукции, а потом – в масштабный проект «Среда мерча».

В 2023 году Сбер совместно со СберМаркетингом запустил проект для сотрудников, связанный с модой. Им предложили каждую среду приходить на работу в мерче бренда. Так они могли демонстрировать лояльность к работодателю и способствовать популяризации Сбера. Сотрудники смогли попробовать создать собственный мерч от Сбера и примерить одежду с помощью AR-технологий в виртуальной примерочной. В корпоративных приложениях Сбера появился канал о стиле, где можно найти идеи для образов с фирменным мерчем.

Кроме того, в рамках «Среды мерча» Сбер проводил модные показы с участием звезд отечественного дизайна Виктории Газинской и Артема Кривды. Желающих обучали искусству дефиле. Приглашенные эксперты, например, редакторы модных журналов, проводили лекции о стиле.



Ну а онлайн-мерчшоп Сбера SberShop изобилует различными категориями – от электроники до детской одежды. Интересно, что у Сбера очень много как собственных коллекций («Классика», «Граффити», «СберТех» и др.), так и коллабораций с различными брендами, такими как «Союзмультфильм», «Роскосмос», «Золотая маска», Окко.

Термокружка и футболка из совместной коллекции Сбера и «Союзмультфильма»



Футболка жаккардовая Sber Premium

Худи под патчи из коллекции «РОСКОСМОС»



«Умная» колонка Салют SberBoom Home



КЕЙС №4. МЕРЧШОП ТЕАТРА МАЯКОВСКОГО

Этот мерч отражает эстетику спектаклей театра и произведений великого поэта – все вещи в коллекции яркие, самобытные, в чем-то немного агрессивные, но уж точно необычные и запоминающиеся.



Свеча с эксклюзивным ароматом спектакля «Лес»



Кружки из лимитированной коллекции к премьерным спектаклям



Браслет «Циклоп-хранитель сокровищ». Сувенир к музыкальному спектаклю «Багдадский вор»



Стикерпак с цитатами из спектакля «Другая сказка»

ИТОГИ

Итак, подведем итоги. Корпоративный мерчшоп – это не просто модный тренд, а эффективный инструмент для укрепления позиций бренда на рынке, повышения лояльности аудитории, создания уникального профессионального или фанатского сообщества, а также дополнительных продаж. Главное – правильно рассчитать бюджет, продумать концепцию и ассортимент и, конечно, выбрать надежных и опытных разработчиков и поставщиков. А вы бы открыли свой мерчшоп? ✨GR

Анна Михайлова

Благодарим за помощь в подготовке материала:

Arnika gifts design, <https://arnika-gifts.com>

Admos, <https://admos-gifts.ru>

vertcomm, <https://vertcomm.ru>

«Первая», <https://1souvenir.ru>

Kunjut, <https://kunjut.com>

Dream Denim, https://vk.com/dream_denim

РГУ им. А.Н. Косыгина, <https://rguk.ru>

«Союзмультфильм», <https://souzmult.ru>

Университет «Иннополис», <https://innopolis.university>



Худи и футболка из коллаборации Театра Маяковского и бренда «МЕЧ»

YO!merch – НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА МЕРЧ

Мы знаем, как часто подарки становятся чем-то формальным – поэтому хотим предложить каталог с новым взглядом, который станет эффективным маркетинговым инструментом. У нас вы найдете уникальные вещи, которые действительно работают на бренд и радуют получателя.

Благодаря лимитированным партиям вы никогда не встретите на улице человека с таким же корпоративным подарком, но другим логотипом.

Мы стараемся ориентироваться на мировой ритейл, поэтому наша товарная матрица постоянно обновляется и всегда соответствует трендам отрасли.



CEO YO!merch Аркадий Алышев: «Мы переосмыслили язык сувенирной продукции и создали для вас новый каталог мерча с таким ассортиментом, которым сами хотели бы пользоваться».

Если ваш запрос в поисковике звучит как «тренды в мерче», «трендовый мерч 2025» или «кастомизация бизнес-подарков», тогда вам к нам.

**Шоурум YO!merch: г. Москва, Огородный пр-д,
16/1 с4, 10 этаж, офис 1005.**

Обсудить сотрудничество:

info@yomerch.ru +7 (495) 161-41-00 <https://yomerch.ru> [yomerch_ru](https://www.instagram.com/yomerch_ru)

СТАН: ПОДАРОК 2.0 – КАК ЗАВОЕВАТЬ СЕРДЦА РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ



Корпоративный подарок – это мощный инструмент для укрепления деловых и эмоциональных связей и создания позитивного имиджа компании. Как сделать так, чтобы мерч действительно «зацепил»? Секрет в том, чтобы учитывать вкусы и ценности того, кому он предназначен, а они напрямую зависят от поколения. Эксперты STAN, лидера российского рынка брендированного текстиля, рассказали об этом подробнее.

БЭБИ-БУМЕРЫ (1946-1964)

Поколение, рожденное в послевоенные годы, отличается решительностью, патриотизмом и стремлением к построению карьеры. Они рано заводили семью и хотели стабильности. Для них важны традиции, уважение к старшим и признание их заслуг.

Что подарить?

Этим людям понравятся подарки, подчеркивающие их профессиональные достижения и любовь к Родине.

Бейсболка с персонализацией: модель с брендингом по канту или лаконичным шевроном с символами предприятия станет отличным презентом для тех, кто гордится своей профессией и вкладывает в свою работу душу.



Рубашка-поло с триколором: элегантное и патриотичное изделие с аккуратным триколором по краю воротника и рукавам – стильный способ выразить любовь к своей стране.

ПОКОЛЕНИЕ X (1965-1980)

Поколение X – прагматики, которые во всем ищут практическую пользу. Они индивидуалисты и ценят свободу выбора. Для них важна функциональность подарка и его соответствие их образу жизни.

Что подарить?

Представителям этой возрастной категории подойдет практичный и стильный мерч, который можно использовать в повседневной жизни.

Шопер из поплина: аксессуар из износостойкого поплина, способный выдержать нагрузку до 6 кг. Добавьте запоминающийся принт – и идеальный подарок для тех, кто любит удобство и заботится об окружающей среде, готов.



Элегантный жилет: модель, оснащенная ветрозащитными элементами и обработанная водоотталкивающей пропиткой, станет незаменимым вторым слоем одежды. А сумка-чехол для удобного хранения – приятным бонусом для ценителей порядка.



ПОКОЛЕНИЕ Y (1981-1996)

Миллениалы – это технически подкованные люди, ценящие самореализацию и стремящиеся продлить свою молодость. Они не спешат заводить семью и много внимания уделяют карьере, а также непрерывному обучению.

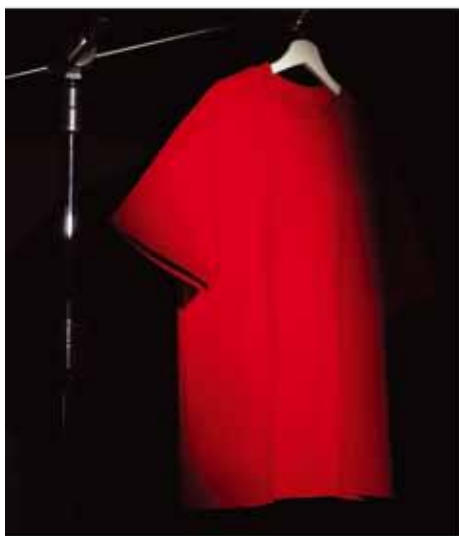
Что подарить?

Им придется по душе подарки, сочетающие в себе стиль, функциональность и технологичность.

Бомбер в стиле 90-х: модная отсылка к эстетике 90-х, позволяющая миллениалам снова почувствовать себя молодыми и свободными.



Городской рюкзак: современный и эргономичный рюкзак с удобным отделением для ноутбука – незаменимый аксессуар для тех, кто работает удаленно или ведет активный образ жизни.



Футболка оверсайз-кроя: базовая вещь в гардеробе, олицетворяющая свободу и небрежную элегантность.

ПОКОЛЕНИЕ Z (1997-2010)

Зумеры – поколение, которое не представляет свою жизнь без интернета. Они креативны, толерантны и внимательны к своему психологическому состоянию. Для них важны свобода самовыражения, комфорт и возможность быть собой.



Что подарить?

Зумеры оценят подарки, подчеркивающие их индивидуальность и гарантирующие повседневное удобство.

Уютная толстовка с карманом-кенгуру: модель с широкой зоной персонализации, символизирующая ценность комфорта и самовыражения для нового поколения.

Текстиль с нанесением – это создание истории, которая будет жить вместе с человеком, укрепляя связь с вашим брендом и оставляя теплые воспоминания. Учитывая ценности и предпочтения разных поколений, вы можете сделать такой подарок более осмысленным и эффективным!

Важно помнить, что истинная ценность подарка – не в стоимости, а в осмысленности. Грамотный подход к персонализации способен превратить даже самый бюджетный мерч в неповторимый артефакт. Недорогое, но продуманное нанесение логотипа, уникальный дизайн или даже личное послание, воплощенное в текстиле, сделают подарок незабываемым.

STANь ярче! Выбирай STAN!

STAN

Вся Россия: 8 (800) 555-53-05
Екатеринбург: 8 (343) 226-00-72
Москва: 8 (499) 705-705-6
<https://stan.su>

PRO
JEC
TOR PRINT

📍 Офис продаж: Москва, ул. Зорге, 28к1
Производство: Москва, ул. 2-я Магистральная, 14Вс1А

РАБОТАЕМ С ЛЮБОЙ ЗАДАЧЕЙ!

ПОД КЛЮЧ

Брендинг работает не только снаружи, но и внутри. И именно оно превращает «просто предмет» в «ооо, как круто».



↻
НАВЕДИ
КАМЕРУ

projectorprint.ru

+7 (495) 532-44-33

ТИПОГРАФИЯ ПОЛНОГО ЦИКЛА

ПОЛИГРАФИЯ

МЕРЧ

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



современное оборудование
для решения даже самых
сложных задач

1000+

ДОВОЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ



800м²

производство
в центре Москвы

16

лет опыта в печати,
мерче и ивентах

ВPLANNER – РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И КАСТОМИЗАЦИИ



Александр Байбулов

Инновационный ежедневник Vplanner объединяет бумагу и технологии: его приложение мгновенно оцифровывает рукописные заметки благодаря системе распознавания текста. Важное преимущество продукта – возможность адаптировать интерфейс под корпоративный стиль компании, превращая его в эффективный маркетинговый инструмент. Александр Байбулов, создатель и CEO проекта, рассказал нам о том, как этот уникальный деловой подарок помогает оптимизировать бизнес-процессы и работает на бренд.

GIFT Review: Расскажите, пожалуйста, что такое Vplanner? Как и почему появилась идея продукта?

Александр Байбулов: Vplanner вышел на рынок в 2022 году как первый в России бумажный ежедневник с цифровым приложением. В его основе лежит простая история: однажды я потерял свой блокнот, в котором хранились все текущие рабочие заметки. Именно тогда родилась идея Vplanner – планировщика, который оцифровывает записи.

GR: Что нового происходит с Vplanner сегодня? Какие технологические обновления вы выпустили или готовите?

А.Б.: С момента выхода «умных» ежедневников Vplanner в 2022 году мы практически сразу стали искать решение для распознавания текста – оцифровки рукописных записей. Это была не просто наша внутренняя гипотеза: обратная связь от пользователей и корпоративных клиентов прямо указывала на потребность в такой функции.

На поиск решения у нас ушло почти три года. И вот в 2025 году мы его нашли – **OCR-модуль на базе нейросетей** (англ.: Optical Character Recognition – технология оптического распознавания символов, которая позволяет извлекать текст из изображений. – Прим. ред). Сейчас эта функция уже доступна всем пользователям. Она работает стабильно, интегрирована в приложение и доступна как в тестовом режиме (10 бесплатных распознаваний), так и без ограничений – при активации промокода с годовой подпиской, идущей в комплекте с ежедневником.

Второе большое обновление – это возможность **кастомизации приложения под брендбук заказчика**. Мы шли к этому с самого начала: хотелось, чтобы Vplanner был не просто носителем логотипа, а действительно отражал фирменный стиль компании – и в физическом, и в цифровом формате. Сейчас такая настройка доступна через конфигуратор, и мы считаем ее серьезным шагом в сторону глубокой персонализации продукта.

В этом году наша задача – не только развивать эти функции, но и обучать пользователей, партнеров, дистрибьюторов: как использовать OCR и кастомизацию в своей работе, чтобы Vplanner раскрылся как полноценный цифровой инструмент.



Vplanner – это ежедневник, имеющий доступ к приложению с функцией распознавания текста. В 2025 году была добавлена опция кастомизации, то есть изменения элементов дизайна приложения под брендбук заказчика.

GR: Вы называете OCR центральной функцией продукта. Почему именно она?

А.Б.: Изначально Vplanner задумывался как вещь «два в одном» – бумажный ежедневник, который умеет оцифровывать ваши записи. Именно функция OCR отвечает этой идее. Она позволяет превратить рукописный текст в электронный: скопировать его, отредактировать, отправить в мессенджер или CRM, добавить в задачу или письмо. Именно поэтому





Мы добились высокой точности: в большинстве сценариев **OCR распознает от 85% до 95% текста корректно**. Это серьезный результат, особенно с учетом того, что речь идет о рукописи, написанной обычной ручкой, без стилуса или планшета.

GR: Какие сценарии использования OCR вы считаете самыми «живыми» или близкими лично вам? Где, на ваш взгляд, эта функция особенно помогает?

А.Б.: Сценариев действительно много, и они напрямую зависят от того, кто и как работает. У каждого пользователя свой ритм, свои задачи, и именно в этом уникальность OCR. Он подстраивается под человека, а не наоборот.

Лично я чаще всего использую распознавание тогда, когда нужно быстро сформировать задачи в CRM. Например, мы проводим совещание, фиксируем ключевые договоренности, и я тут же от руки записываю, кому и что поручено. После – просто фотографирую эти записи и через Vplanner отправляю их в Bitrix. Это действительно занимает секунды: выделил текст, распознал, скопировал в «Заметки» Bitrix и с помощью одной кнопки превратил в полноценную задачу.



Для корпоративных клиентов OCR особенно ценен: благодаря множеству сценариев – от задач и заметок до оцифровки анкет и фиксации идей – Vplanner становится универсальным помощником в самых разных бизнес-процессах. Один инструмент – десятки способов применения.

сегодня мы фокусируем весь пользовательский опыт вокруг OCR. Это уже не дополнительная функция – это **ядро продукта**.

Распознавание реализовано с помощью нейросетей и искусственного интеллекта. Мы видим в этом не просто решение задачи, а направление для развития. Ведь ИИ позволяет как распознавать текст, так и работать с ним: переводить, адаптировать, переформатировать, упрощать, подстраивать под задачи.

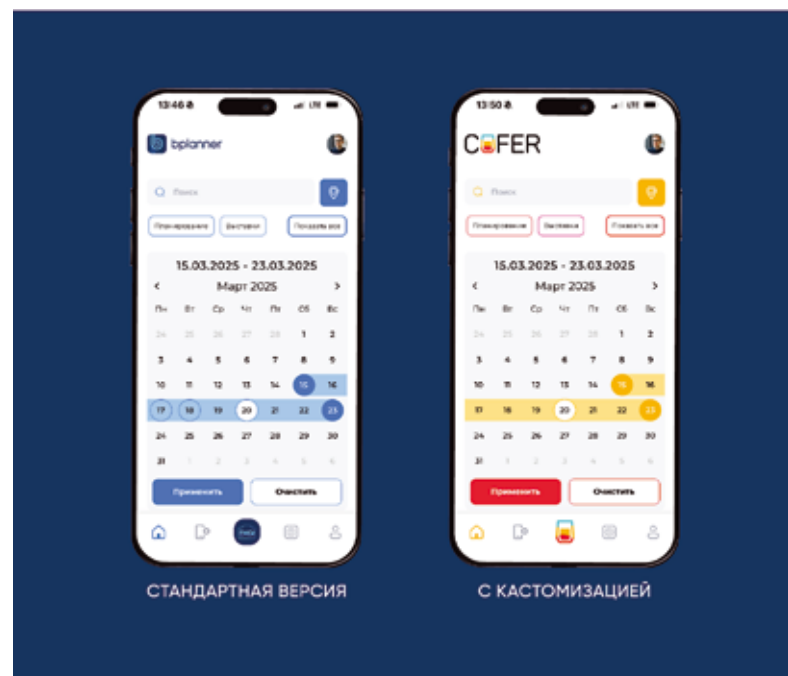
Пока мы ограничились распознаванием, но в следующем году, получив обратную связь от пользователей, мы планируем расширить инструментарий.

GR: Расскажите, как работает OCR в Vplanner?

А.Б.: Все максимально просто: пользователь фотографирует написанное. После съемки он определяет область, которую необходимо распознать, и через несколько секунд получает готовый текст. Его можно отредактировать, скопировать, отправить в мессенджеры, почту, CRM или просто сохранить как заметку прямо в приложении Vplanner.

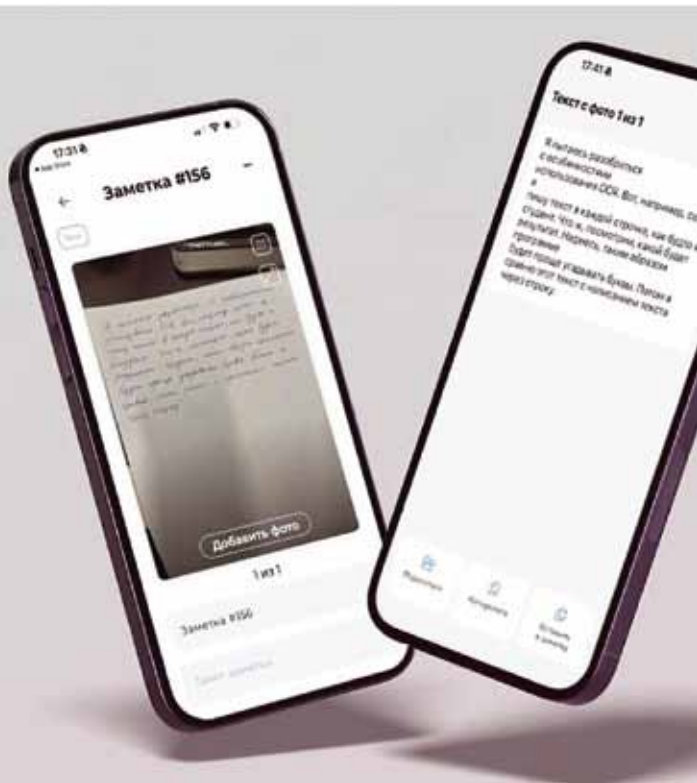
На текущем этапе приложение работает только **онлайн**. Среднее время распознавания текста объемом около 100 слов составляет **3–5 секунд**.

Второй сценарий, который лежит на поверхности, – это быстрые поручения от руководителя. Ассистенты, офис-менеджеры, менеджеры по работе с клиентами часто сталкиваются



СТАНДАРТНАЯ ВЕРСИЯ

С КСТОМИЗАЦИЕЙ



Мы выделили 9 базовых сценариев использования OCR, но, честно говоря, их больше. Самое главное: Vplanner – корпоративный продукт, и чем больше компания, тем больше сценариев, подходящих ее сотрудникам. Это и делает OCR в Vplanner по-настоящему универсальным и полезным в b2b-сегменте рынка.

с тем, что нужно поймать устную задачу на лету. Они записывают ее в ежедневник, а потом с помощью OCR превращают в готовый текст, который можно переслать или сохранить.

GR: Что нужно понимать о точности распознавания? Может ли OCR быть ошибочным? Как пользователю относиться к результату?

А.Б.: На самом деле, OCR работает примерно так же, как человек, который смотрит на чужой почерк. Система поэтапно распознает каждую букву, сравнивает ее с миллионами уже известных образцов, определяет, что это может быть, потом «собирает» слово и анализирует контекст. То есть текст распознается не только по форме, но и по смыслу. Это почти как человеческое чтение – только за доли секунды.

Как и у нас с вами, результат может зависеть от почерка. У кого-то он стабильный, у кого-то наклонный, кто-то пишет «через строчку», кто-то впритык, а у кого-то вообще непредсказуемый стиль письма. Все это влияет на результат. Сегодня OCR в Vplanner распознает текст с точностью от **85% до 90%**, а в оптимальных условиях – **до 93–95%**.

Что это значит на практике? Из 100 слов в заметке 85-90 будут распознаны правильно, и в большинстве случаев этого уже достаточно для использования. Иногда потребуется незначительная корректировка, которая занимает не больше 10-15 секунд.

Важно понимать: 100% распознавание рукописного текста невозможно в принципе. Потому что почерк – это личное, это отражение человека. И он не стандартизирован. Поэтому OCR нужно воспринимать как **инструмент ускорения и помощи**, а не как волшебную кнопку. А если пользователь понимает, что будет распознавать текст, достаточно писать немного аккуратнее, через строку и без помарок. Тогда точность заметно возрастает.

GR: Ранее вы упомянули, что второе крупное обновление 2025 года – кастомизация приложения под брендбук заказчика. В чем суть? Как клиент может изменить приложение Vplanner под себя?

А.Б.: Vplanner всегда был продуктом «из двух частей»: бумажный ежедневник и цифровое приложение. Раньше можно было нанести логотип на сам ежедневник, но приложение оставалось в стандартном оформлении. Теперь все изменилось.

В конфигураторе заказчик может изменить цвет кнопок и текста, добавить логотип или его графический элемент, и самое главное – **заменить кнопку DIGI** (главную функциональную кнопку) на уникальный символ бренда. Часто именно туда ставят ключевую иконку или визуальный элемент айдентики.

В результате ежедневник и приложение становятся единым целым. Это уже не «подарок с логотипом», а настоящий **дизайн-концепт**, который выглядит как часть цифровой среды компании. Такое решение воспринимается совершенно иначе – оно усиливает эффект, вовлекает и остается в памяти.



Мы дали возможность **полноценно кастомизировать интерфейс приложения под брендбук заказчика**. Это не просто логотип в углу экрана – это визуальное переосмысление всего продукта под фирменный стиль компании.

GR: А чем кастомизация отличается от простого нанесения логотипа?

А.Б.: Проще говоря, кастомизация – это **нанесение логотипа на цифровой носитель**. Только, в отличие от физических продуктов, это носитель с изменяемыми параметрами. И в этом смысле разница с традиционной брендированной продукцией колоссальна. Во-первых, кастомизация делается один раз – и работает всегда. Во-вторых, если компания провела ребрендинг, поменяла фирменные цвета или обновила логотип – мы легко меняем оформление приложения без каких-либо дополнительных затрат. Это **бесплатный**



Мы считаем кастомизацию Vplanner первым кейсом в России, адаптированным под корпоративный рынок, где **бренд не просто размещается, а встраивается в цифровой продукт**. И тогда не просто логотип, а вся цифровая среда приложения начинает говорить на языке компании.

сервис, который мы оказываем пользователям Vplanner.

Ну и третье: если при изготовлении физической продукции была допущена ошибка, тираж нужно переделывать, утилизировать и нести затраты. В Vplanner же все решается за пару кликов. Исправление отображается в приложении сразу – и пользователь видит уже обновленную версию.

GR: Расскажите, пожалуйста, о процессе настройки приложения. Кто участвует, сколько занимает времени, насколько это просто?

А.Б.: Процесс кастомизации максимально упрощен. Все делается через специальный онлайн-конфигуратор, который доступен прямо на сайте <https://topcatalog.ru>.

Кастомизацию может инициировать как конечный заказчик, так и наш партнер – дилер. Внутри конфигуратора пользователь настраивает проект: выбирает цвета текста, кнопок, иконок, загружает логотип и изображение для главной функциональной кнопки DIGI. Все изменения сразу отображаются прямо в конфигураторе на превью – клиент в реальном времени видит, как будет выглядеть приложение.

Инструкция встроена в конфигуратор, интерфейс интуитивно понятный, дополнительных знаний не требуется. По сути, любой сотрудник компании может самостоятельно подготовить кастомизацию.

Если у заказчика есть брендбук, то весь процесс занимает не больше 5–7 минут.

После этого формируется PDF-макет, который отправляется агентству. Если же файл формирует дилер, то у него есть возможность «положить» кастомизацию в корзину вместе с ежедневниками и оформить резерв. Кастомизация появляется у нас в базе, мы выпускаем доступ с тестовым логином и паролем, чтобы все участники сделки могли увидеть живой результат до печати. Проект готов!

GR: Что происходит, когда объединяются OCR и кастомизация? Как эти два элемента усиливают друг друга?

А.Б.: Именно в сочетании двух функций – OCR и кастомизации – Vplanner становится по-настоящему уникальным продуктом на российском рынке. Это не просто ежедневник и не просто приложение, а **единая дизайн-концепция**, в которой сочетаются функциональность и идентичность.



OCR дает **практическую пользу** – помогает сотруднику справляться с рутинными задачами, переводить рукописные записи в цифровой формат, работать быстрее и гибче. Кастомизация, в свою очередь, **дает визуальную и смысловую привязку к компании**. Причем именно в цифровой среде, где большинство мерча вообще не работает. А здесь бренд «продолжается» внутри экрана, в интерфейсе и элементах управления.

Все это реализовано слаженно и технологично. Именно поэтому я считаю, что сегодня Vplanner – один из **самых интересных и впечатляющих продуктов в сегменте корпоративной сувенирной продукции в России**.

GR: И в завершение нашей беседы: если коротко – зачем сегодня компаниям «умный» ежедневник?

А.Б.: Есть фраза, которую приписывают Стиву Джобсу: **«Инновации – это то, что отличает лидера от последователя»**. Vplanner в 2022 году был ежедневником будущего, но с приходом в нашу жизнь искусственного интеллекта это уже ежедневник настоящего — продукт с широким функционалом, развивающийся и меняющийся. Он соединяет то, как человек думает (рукопись), и то, как бизнес действует (цифровой результат).

Мерч сегодня — это объединение эмоции и функции, то есть он должен быть классным и полезным. В Vplanner есть и то, и другое. ✨GR

8 (800) 201-55-01, +7 (812) 336-35-60, info@topcatalog.ru, <https://topcatalog.ru>



MAGSSORY

Безупречные аксессуары для комфорта в цифровой среде

Magssory — российский бренд со статусом "Сделано в Москве".
Собственное производство позволяет провести глубокую
кастомизацию вплоть до замены логотипа и упаковки.
Доступны уникальные штучные тиражи. Преподнесите ваш логотип
на персонализированном бизнес-подарке уровня люкс,
которым точно будут пользоваться.

Выбирайте правильно, на чем разместить свой логотип



Точность сборки — 0.01 мм.
Визуально вы это
не заметите. Вы ощутите.
И в этом суть.



Полировка корпуса —
вручную, в 7 этапов.
Потому что один уровень
блеска — для нас
недостаточно.



86 ступеней контроля.
Даже если 85-я ничего
не нашла.

Зарядная станция Magssory Disc
Signature Edition 3 в 1 для Apple



ТМ «Адъютант»: 30 лет Ежедневных побед и уверенного лидерства на рынке деловой продукции!



Андрей Иванов

В 2025 году ТМ «Адъютант» отмечает впечатляющий юбилей – 30 лет успешной работы на рынке мерча! Этот солидный возраст – доказательство зрелости и надежности компании, которая с самого начала специализируется на одном, но важном для любого бизнеса направлении – производстве индивидуальных ежедневников и деловой галантереи. Как же за три десятилетия удалось превратиться из небольшой сборочной мастерской в мощное предприятие с собственным производством площадью 7500 м²? Об этом нам рассказывает генеральный директор компании Андрей Юрьевич Иванов.

Сегодня «Адъютант» – это более 200 тысяч производимых ежемесячно блоков ежедневников, передовое оборудование и четко отлаженные производственные процессы, которые позволяют изготавливать 2 млн изделий в год.

Путь к успеху: от импорта до собственного производства, отвечающего мировым стандартам.

«Мы начинали с импорта крышек (обложек для ежедневников) из Италии и сотрудничества с местными типографиями, где печатали блоки, – вспоминает Андрей Юрьевич. – Но очень быстро поняли: чтобы развиваться, нужно создавать собственное производство. Постепенно расширяли мощности, закупили современное оборудование и в 2008 году открыли

свой печатный цех, запустили автоматизацию. Начиная с 2012 года производство стремительно росло и модернизировалось. Когда существующие площади перестали отвечать нашим требованиям, мы приступили к строительству нового производственного комплекса. Так в 2019 году произошел переезд в наше собственное здание площадью 7500 м²».

Инновации и гибкость – залог успеха в меняющемся мире.

Для эффективной работы необходима четкая система, позволяющая управлять всеми процессами, оценивать загрузку мощностей. Компания с самого начала сделала ставку на автоматизацию и внедрение эффективных систем управления. Это позволило не только повысить производительность, но и обеспечить максимальную гибкость, чтобы точно отвечать на постоянно меняющиеся высокие требования корпоративных клиентов. Внедрение принципов бережливого производства и постоянное совершенствование управления позволяют компании уверенно двигаться вперед.

Корпоративная культура, основанная на доверии и традициях.

ТМ «Адъютант» – это команда профессионалов, многие из которых работают здесь более 25 лет. Компания заботится о своих сотрудниках: поддерживает корпоративные традиции, создает дружелюбную и мотивирующую атмосферу в коллективе.





Как «Адьютанту» удается сохранять лидерство в своей нише?

«Я бы не стал утверждать, что мы безусловные лидеры, но ТМ «Адьютант», бесспорно, занимает одно из ведущих мест на рынке. Наше главное преимущество – уникальность!»

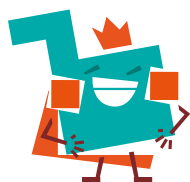
Все больше компаний стремятся к самовыражению, желают, чтобы их корпоративный мерч был не обычным сувениром, а чем-то особенным, запоминающимся, полезным и выгодно отличался от других.

В наше время заказчики хотят не просто ежедневники – они ищут индивидуальность, качество, трендовый дизайн и все это в оптимальном сочетании с ценой и сроками исполнения. Именно поэтому клиенты выбирают нас», – отмечает Андрей Юрьевич.



30 лет – это только начало!

«Этот юбилей – результат упорной работы, зрелости и опыта. Мы гордимся тем, что делаем не просто полезный продукт, а важный корпоративный инструмент для бизнеса и стильный акцент на индивидуальности каждого клиента. И, конечно, у нас грандиозные планы на будущее!»



Адьютант®

+7 (812) 324-71-31

www.adjutant.ru

[adjutantclub](#)

[tmadjutant](#)



2026 КОЛЛЕКЦИЯ
ADJUTANT.RU

Эксклюзивные новинки
ежедневников
и деловой галантереи



ИГА

ТОЧКА
АВТОЦЕНТР

ТОЧКА
АВТОЦЕНТР

ТРЕНДЫ КОРПОРАТИВНОГО МЕРЧА В 2026 ГОДУ



MOSCOW
PRINT
STUDIO

Корпоративный мерч в 2026 году – это гораздо больше, чем просто сувенирная продукция. Это мощный инструмент стратегического маркетинга, HR-брендинга и формирования корпоративной культуры, способный создать глубокие эмоциональные связи и укрепить лояльность. Эксперты компании «Московская Студия Печати» подготовили для вас ключевые тренды, которые будут определять развитие индустрии, выявили антитренды, от которых стоит решительно отказаться, и разработали рекомендации по созданию эффективного мерча.

Основные тренды:

1. Создание продуманных, тематических комплектов, объединенных общей идеей или концепцией.
2. Глубокая кастомизация и персонализация.
3. Многослойность в одежде: создание комплектов, состоящих из нескольких предметов одежды, которые можно носить как по отдельности, так и в различных комбинациях.
4. Бескомпромиссный фокус на высоком качестве и комфорте.
5. Технологичность и инновации: все большую роль играют такие технологии, как QR-коды, AR-метки и NFC-чипы.
6. Экологичность и устойчивое развитие становятся обязательным условием для демонстрации социальной ответственности бренда.
7. Корпоративный фольклор и юмор помогают создать уникальную атмосферу.

Мерч все чаще становится частью продукта, а коллаборации с блогерами, инфлюенсерами, художниками и другими брендами открывают новые горизонты. Возвращение к ностальгии, использование нейросетей и маскотов также формируют облик современного мерча и в 2026 году.

Компания «Московская Студия Печати» – ваш надёжный партнёр:

- ✓ 10+ лет на рынке корпоративного мерча
- ✓ собственное производство, склад, шоурум и офис в Москве
- ✓ срочная печать за 9 часов: заказы от 30 до 1000 шт.
- ✓ 100% гарантия качества
- ✓ делаем заказы «под ключ» от макета до упаковки и доставки



В то же время **важно избегать антитрендов**: низкокачественной массовой продукции, безликости и шаблонности, игнорирования экологических аспектов, отсутствия практической пользы, перегруженности дизайна, копирования идей конкурентов и непрактичности. Эти подходы не только неэффективны, но и могут нанести серьезный ущерб репутации бренда.

Мерч будет становиться все более интегрированным в цифровую среду, предлагая интерактивные возможности и уникальный пользовательский опыт. Компании, которые смогут адаптироваться к этим изменениям, будут в выигрыше.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ МЕРЧА В 2026 ГОДУ

- **Инвестируйте в качество:** отдавайте предпочтение долговечным, функциональным и приятным в использовании предметам. Качество мерча – это отражение качества вашего бренда.
- **Мыслите комплексно:** создавайте тематические наборы, которые решают конкретные задачи или соответствуют определенным сценариям использования.
- **Будьте практичными:** убедитесь, что ваш мерч действительно полезен и удобен в повседневной жизни.
- **Будьте оригинальными:** развивайте собственный стиль, используйте корпоративный фольклор, ищите уникальные идеи, избегайте копирования.
- **Будьте технологичными:** интегрируйте умные гаджеты, QR-коды, AR-метки для создания интерактивного опыта.
- **Будьте ответственными:** используйте экологичные материалы, минимизируйте отходы, поддерживайте устойчивое производство.
- **Персонализируйте:** предлагайте возможности для кастомизации, чтобы получатель мог сделать мерч по-настоящему своим.



СОЗДАЁМ МЕРЧ С ВЫГОДОЙ

- ✓ **СКИДКА 15%*** на первый заказ для читателей журнала
- ✓ **В ПОДАРОК** дизайн макета и образец
- ✓ **БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА** при заказе от 50 000 ₽

*скидка действует по 31.08.2026 г.

Успешный корпоративный мерч в 2026 году – это не просто предмет с логотипом, а продуманный, качественный и ценный инструмент, который работает на укрепление бренда, повышение лояльности и создание сильной, позитивной связи с вашей аудиторией. Это инвестиция в будущее, которая окупается многократно.



Есть вопросы или нужен совет?

Просто отсканируйте QR-код и спросите напрямую у наших экспертов!

«НОРГИС ПРЕСС»: ПРЕМИУМ-ПОЛИГРАФИЯ ПО РАЗУМНОЙ ЦЕНЕ



«Норгис Пресс» – это 25-летний опыт создания сувенирной полиграфической продукции. Собственное производство полного цикла и гибкий подход позволяют изготавливать огромный ассортимент товаров – уникальные ежедневники, планинги, блокноты и многое другое. А недавно компания запустила новое направление премиум-упаковки: теперь к заказу доступны коробки из различных материалов, а также подарочные пакеты.

В 2025 году «Норгис Пресс» представила **новые изделия**: ежедневники с металлической пряжкой на хлястике, подарочные наборы в коробках, и, собственно, сами **коробки любого формата**: модели «крышка-дно», с бортом и ложементом, коробки-шкатулки на магнитах и самосборные конструкции. Продукция доступна как оптом, так и в розницу на маркетплейсах.

В производстве используются **передовые технологии**: УФ-печать на обложках, печать различных изображений

по срезу блока, лазерная гравировка, классическое золочение или серебрение, блинтовое тиснение и тиснение фольгой.

Компания изготавливает **блоки ежедневников по индивидуальным макетам с различными видами скрепления**, среди которых ниткошвейное, клеевое, а также на пружине и разъемных кольцах. Возможно производство **малотиражной упаковки** при помощи плоттерной резки и биговки.



Плюсы «Норгис Пресс» для корпоративных клиентов:

- большой опыт в изготовлении нестандартной продукции,
- огромный выбор материалов,
- помощь в подборе оптимальной технологической реализации идеи,
- решения, полностью соответствующие задачам клиента.

Результат – абсолютно уникальные изделия премиального качества по конкурентной цене.

ООО «Норгис Пресс»

г. Москва, ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 5

sale1@norgis.ru wood@norgispress.ru 8 (495) 380-22-67 <https://norgis.ru>

НОВЫЙ ГОД 2026: МЕРЧ КАК КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ

Подарок перестал быть просто красивой коробкой с сюрпризом внутри. Сегодня он – полноценный бизнес-сценарий. В корпоративной культуре мерч все чаще работает не как сувенир с логотипом, а как язык заботы и вовлеченности. Новый год – тот самый момент, когда бренды могут сказать не «Вот подарок», а «Вот история, частью которой ты становишься».

В компании «Промосувенир» это называют «осмысленный мерч». Он продолжает жить и после праздников, в нем каждая деталь – от формы упаковки до цифрового слоя – отвечает на вопросы, зачем бренду это делать и что почувствует получатель.

ПОДБОРКА ИДЕЙ ДЛЯ НОВОГОДНИХ НАБОРОВ, ОСНОВАННЫХ НА ТРЕНДАХ 2026

«ПАУЗА ПО УСТАВУ»

Новый год как разрешение замедлиться, чтобы вернуться более сильным.

Внутри: таймер, мягкий плед, травяной чай и карточки «ритуалов фокуса».

Фишка: коробка-книга превращается в органайзер, QR-код ведет на гид по микропаузам.

Тренд 2026: ценность баланса и энергии.



«СИЛА ЛОКАЛЬНОГО»

География вкуса. Истории внутри.

Внутри: мини-ассорти локальных продуктов (чай, мед, керамика) с карточками «Люди и места».

Фишка: упаковка-конверт используется как архив для документов, QR-код ведет на интерактивную карту происхождения продуктов.

Тренд 2026: Локальность + устойчивость = доверие и ценность.



«SPARK – ИСКРЫ НАЧАЛА»

Маленькие искры – большой год.

Внутри: 10 мини-боксов на январь с подарками и челленджами.

Фишка: геймификация – каждый день «открывается» новый символ заботы.

Тренд 2026: микропривычки и вовлеченность через игру.

«СОЗДАЕМ ИСТОРИЮ ВМЕСТЕ»

Творчество вместо обычной брендированной вещи.

Внутри: базовый предмет одежды (худи/шопер) и набор патчей, пинов, стикеров.

Фишка: получатель сам кастомизирует мерч – так рождается UGC-галерея (англ.: User Generated Content – пользовательский контент. – Прим. ред.).

Тренд 2026: гиперперсонализация и бренд как платформа для соавторства.



Упаковка должна жить на столе, а не в архиве. **Функциональность, цифровая интеграция, персонализация и устойчивость** – четыре пункта, которые превращают сувенир в культурный капитал бренда.

БОЛЬШЕ НОВОГОДНИХ ИДЕЙ – ПО QR-КОДУ. ОТПРАВЬ «ПОЛУЧИТЬ ПОДБОРКУ» И ВДОХНОВЛЯЙСЯ!

«Промосувенир»

Москва: +7 (495) 414-13-17 Россия: +7 (977) 411-13-17
sale@promosouvenir.ru <https://promosouvenir.ru>



ВРЕМЯ В ПОДАРОК: «ЧАСОВОЙ» ЛИКБЕЗ

Часы занимают особую нишу среди корпоративных сувениров: благодаря разнообразию видов и моделей они могут быть как промотоваром, так и статусным VIP-подарком. Кроме того, это не просто эффектный аксессуар, а знак внимания с глубоким смыслом, ведь часы говорят о главном – о времени. О том, как вы цените время совместной работы с коллегами или бизнес-партнерство, проверенное годами. Наручные, настенные, настольные или даже песочные – любые из них могут стать выразительным символом уважения и доверия. Наша постоянная рубрика «Ликбез» поможет разобраться в видах, деталях и механизмах часов, расскажет о классическом и креативном брендинге этих изделий, а также поделится с заказчиками полезными советами и лайфхаками.

Нашими экспертами стали:

- начальник бюро управления оптовых продаж «Минского часового завода» **Петр Афанасьев**,
- руководитель компании «Нью-Тон» **Ольга Колтунчик**,
- продакт-менеджер группы компаний «Оазис» **Ольга Купченко**,
- руководитель компании «Тайм-Лого» **Артем Сабитов**.

«Ольга Колтунчик, «Нью-Тон»: «На рынке появляются нестандартные модели часов, которые сочетают в себе технологичность и экологичность. Например, электронные часы с бамбуковым корпусом, питающиеся от соленой воды. Без батареек и проводов – «зеленый», автономный и запоминающийся подарок. Такие решения идеально подходят брендам, ориентированным на устойчивое развитие, инновации и эффектные детали. Логотип можно нанести на рамку или корпус – и у вас в руках не просто сувенир, а предмет, который вызывает интерес и остается с получателем надолго».



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

«Песочные часы – нестандартный вариант, ориентированный на впечатление. Они не столько «про точность», сколько «про образ». Такой жест помогает выделиться, задать тон, создать нужные ассоциации – с вниманием к деталям, с особым ритмом работы, с уважением ко времени. Бывают и практичные модели песочных часов: например, рассчитанные на три минуты и снабженные присосками. Часто их используют в ваннных комнатах: три минуты – рекомендованное время чистки зубов. Небольшой, но запоминающийся подарок с полезным применением».

ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ

«Наручные часы – статусный и персонализированный подарок, уместный в сегменте VIP. Важно учитывать, что размер запястья, стиль, предпочтения у всех адресатов разные, поэтому и заказывать часы стоит заранее, минимум за полтора-два месяца».

«Настенные часы – практичное и надежное решение для корпоративных офисных подарков. Их удобно дарить филиалам, корпоративным клиентам, дилерам или региональным партнерам. Такие часы функциональны, заметны и долговечны – они размещаются в рабочих зонах и ежедневно напоминают о вашем бренде».



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>




Фото: «Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>

«Настольные часы – еще один отличный вариант делового подарка, который органично впишется в рабочее пространство. Часто встречаются комбинированные модели: с визитницами, подставками под ручки или метеостанциями. Подходят для размещения в кабинетах, переговорных, клиентских зонах – везде, где важны детали и презентабельность».

«Ольга Колтунчик, «Нью-Тон»: «Добавьте на часы вдохновляющую фразу – и вы подарите не просто измеритель времени, а концептуальный подарок с идеей. Надписи вроде «Время действовать», «Настройся на результат» или «Каждая минута важна» на циферблате работают не менее эффективно, чем логотип. Такой подход делает подарок значимым и мотивирующим. Например, стоит нанести на обычный ретробудильник слоган «Разбуди креатив» – и предмет приобретает особый характер и настроение».

МЕХАНИЗМЫ

 Все часы делятся на три типа: **механические, кварцевые и электронные**. Главное отличие – в принципе работы механизма.



 **Кварцевые часы** работают от батарейки. Электрический импульс проходит через кварцевый кристалл, обеспечивая точный ход. Такой тип часов имеет прерывистый ход стрелки, маркировку Quartz или Autoquartz. Кварцевые модели неприхотливы, подходят для ежедневного ношения. Если важна точность – выбирайте кварц. Эти часы не нужно корректировать, даже если они месяц лежали без дела. Погрешность минимальна – до 20 секунд в месяц.





Фото: «Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>




Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>

 **Механические часы** заводятся вручную или автоматически. Их «двигатель» – спиральная пружина, которая приводит в движение шестеренки и стрелки. Среди механики есть модели с **автоподзаводом**, где ротор заряжает пружину при движении руки, а есть с **ручным заводом** через головку. Механические часы отличаются плавным ходом секундной стрелки, необходимостью подзавода, иногда – звуком ротора (в моделях с автоподзаводом).

 **По надежности** обе системы заслуживают доверия: кварц чуть более устойчив к внешним факторам, механика – «капризнее», боится ударов и магнитных полей, но при аккуратном обращении прослужит десятилетиями. В эксплуатации кварцевые модели проще: достаточно иногда менять батарейку. Механика требует регулярного «технического обслуживания» – чистки, смазки, настройки.

 Отдельная категория – **смарт-часы**. Это уже не просто аксессуар, а полноценный гаджет: они измеряют пульс и давление, отслеживают GPS, получают уведомления. Идеальны для тех, кто живет в ритме современных технологий.

ДЕТАЛИ И МАТЕРИАЛЫ

 **КОРПУС** – «тело» часов, в котором размещены все ключевые элементы. Он должен быть прочным и долговечным, поэтому важно обращать внимание на материалы.


Нержавеющая сталь – классика, устойчива к износу и внешним воздействиям.


Сплавы – легкие, гипоаллергенные, часто применяются в бюджетных и промомоделах.


ABS-пластик – доступный по цене и легкий по весу материал, особенно популярен в фитнес-браслетах и смарт-часах.


Алюминий – легкий и прочный, используется как в классических, так и в цифровых моделях.


Напыление золотом / PVD (толщина слоя от 5 мкм) – используется в премиальных моделях часов, бюджетная альтернатива драгоценным металлам.

 **БЕЗЕЛЬ** – внешнее кольцо корпуса.

 **ЛЮНЕТ** – шкала на безеле (минутная, тахиметрическая).

 **Петр Афанасьев, «Минский часовой завод»:**
«Тахиметрическая шкала – это неподвижная шкала, которая нанесена на безель или циферблат некоторых часов и предназначена для расчета средней скорости. Чаще всего ее можно встретить на хронографах. Она позволяет определить скорость, с которой пройдено определенное расстояние. Для этого необходимо запустить хронограф, пройти заданный отрезок пути и затем определить значение на тахиметрической шкале. Это полезная функция для тех, кто занимается спортом или просто интересуется скоростью движения».

 **ЦИФЕРБЛАТ** – передняя панель часов, на которой отображаются время, логотип, дополнительные функции. Бывают различных форм: классические (круглые, квадратные, овальные, прямоугольные); дизайнерские (треугольные, асимметричные). По типу отображения циферблаты делятся на аналоговые (со стрелками), цифровые, комбинированные, а также существуют открытые механизмы – часы-скелетоны.

 **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ЦИФЕРБЛАТ** – представляет собой маленький циферблат, который размещен внутри основного и отображает хронограф, второй часовой пояс, запас хода и прочие функции.

РЕМЕШОК – элемент, с помощью которого часы закрепляются на запястье. Может быть в виде браслета или классического ремня. Выполняется из различных материалов, из наиболее популярных отметим следующие варианты.

Металлический браслет

Плюсы: прочный, универсальный, подходит и для повседневной носки, и для деловых событий.

Минусы: может быть тяжелым и холодным на ощупь.

Кожаный ремень

Плюсы: легкий, мягкий, классический, универсальный – подходит к разным стилям одежды.

Минусы: требует ухода, не любит влагу, со временем изнашивается.

Силиконовый ремешок

Плюсы: удобный, гибкий и влагостойкий – идеален для спорта и активной жизни.

Минусы: не всегда уместен в официальной обстановке.

Быстросъемные крепления – часто используются в smart-часах, удобны для замены и кастомизации.

МЕТКИ (ИНДЕКСЫ) – обозначения на циферблате: арабские или римские цифры, риски, точки, инкрустации. Иногда могут располагаться на безеле или полностью отсутствовать – в минималистичных моделях.

СТРЕЛКИ – указывают часы, минуты и секунды. И у них даже есть свои названия:

Alpha – сужающиеся к концу,

Baton – узкие и вытянутые,

Dauphine – широкие, клиновидные и др.

АПЕРТУРА – небольшое «окошко» на циферблате, через которое отображается дополнительная информация: дата, день недели и т.д. Не путать с дополнительными циферблатами.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>



Фото: «Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>

ЗАВОДНАЯ ГОЛОВКА – элемент сбоку корпуса, с помощью которого настраиваются время и дата.

СТЕКЛО – то, что защищает циферблат от внешних повреждений. Здесь чаще всего встречаются следующие материалы.

Пластик – легкий и недорогой, но быстро изнашивается.

Минеральное стекло – широко используется в часовой индустрии, прочнее пластика, гибкое.

Сапфировое стекло – материал премиум-класса, устойчиво к царапинам.

В smart-часах используются **экраны (LCD, OLED, e-ink)**.

ПЛАНКА, УШКИ (РОГА) – выступы на корпусе, к которым крепится ремешок или браслет. Формы могут быть разными: прямые, закругленные, закрытые.

ЗАДНЯЯ КРЫШКА – завершает конструкцию корпуса, скрывая механизм. Чаще всего производится из того же материала, что и корпус, и является сплошной. В классических моделях изготавливается из металла или пластика, часто используется для гравировки. В премиальных – может быть прозрачной (из сапфирового стекла), чтобы наблюдать работу механизма.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЧАСОВ

Хронограф – встроенный секундомер, позволяющий отслеживать короткие интервалы времени параллельно с текущим.

Сплит-хронограф – позволяет фиксировать сразу несколько временных промежутков.

Вечный календарь – автоматически учитывает количество дней в месяце и високосные годы.

Также в отдельных моделях могут быть: **будильник, барометр, термометр, компас, шагомер и др.**

БРЕНДИРОВАНИЕ



НАРУЧНЫЕ ЧАСЫ

- Для брендирования наручных часов лучше всего подходят деликатные решения – гравировка на задней крышке (лучше лазерная, чем механическая) или тиснение на ремешке. Помните: чем мельче поверхность, тем меньше деталей должно быть в макете. Кроме того, лучше не использовать яркий, крупный принт – он может испортить общее впечатление и выглядеть неуместно.
- Методы нанесения логотипа на циферблат: шелкография, тампопечать (идеальна для сложных цветных изображений), аппликация, PVD-напыление (цветное покрытие с логотипом).
- Хорошее решение для персонализации – упаковка часов: это может быть индивидуальный кейс или картонная коробка в фирменных цветах компании.
- Креативные решения для кастомизации наручных часов:
 - **сменные ремешки** с фирменной расцветкой,
 - **именная гравировка** (не только логотип, но и номерные знаки или даты),
 - **эксклюзивные циферблаты** – например, с картой региона клиента.



Фото: «Тайм-Лого», <https://time-logo.ru>



ИНТЕРЬЕРНЫЕ ЧАСЫ

- **Лазерная гравировка** – универсальный способ брендирования интерьерных часов. «Тихое» изображение на металле, дереве, стекле и камне адаптируется к любому дизайну, часы впишутся в современные офисы и лофт-интерьеры.
- Для более яркого оформления используют **смоляные стикеры** – они дают эффектное глянцевое покрытие, превращая логотип во «встроенную» деталь дизайна. Также популярны **лаконичные шильды**.
- Для **полной кастомизации** интерьерных часов подходят нейтральные модели с минималистичным ободом из пластика или металла. Они позволяют либо полностью запечатать циферблат (как правило, изготовленный из картона), либо нанести логотип только на обод.



Ольга Купченко, ГК «Оазис»: «Красивые настенные часы – база для офисного и интерьерного подарка. Причем пластиковые модели с полной запечаткой постепенно уходят из ассортимента, им на смену пришли благородные модели из дерева, стекла, бетона с минималистичным нанесением».



Фото: «Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>

- На обратную сторону циферблата **стеклянных** интерьерных часов можно заводским способом нанести специальную пленку – с помощью **цифрового термотрансфера**.
- **Тампопечать** позволяет наносить логотипы даже на неровные поверхности часов (стрелки и обод), но требует изготовления отдельных клише для каждого цвета, что увеличивает окончательную стоимость тиража. Для точного расчета стоимости учитывайте количество цветов (рекомендуем не больше трех), сложность поверхности и объем заказа.



Фото: «Нью-Тон», <https://new-ton.org>



НАСТОЛЬНЫЕ ЧАСЫ

Если в комплект входит подставка для ручек, визитница или органайзер, логотип чаще наносят именно на эти поверхности – например, в виде **гравировки по дереву или металлической шильды**.



ПЕСОЧНЫЕ ЧАСЫ

Здесь лучший вариант брендинга – логотип на стеклянной колбе с помощью **тампопечати** или **лазерная гравировка** на подставке.

СОВЕТЫ И ЛАЙФХАКИ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

⚠ Заказывайте 3D-визуализацию или макет перед запуском тиража. Профессионалы прислушаются к вашим пожеланиям, учтут все технические требования и нюансы, о которых вы можете даже не подозревать. Это позволит избежать брака и ненужных трат времени и финансов.

«**Артем Сабитов, «Тайм-Лого»:** «Не стоит пытаться разместить максимум рекламной информации на циферблате, особенно если речь идет о классических часах. Достаточно логотипа в одном цвете – это будет выглядеть стильно и красиво. Не наносите мелкий логотип на текстурированный циферблат – это приведет к потере читаемости. Для более широкого формата брендирования (надписи, слоганы и т.д.) существуют задняя крышка часов, футляр или фирменный пакет».

⚠ Избегайте гравировки на тонких деталях (например, браслете) – возможны деформации.



Фото: «Тайм-Лого», <https://time-logo.ru>

⚠ Учитывайте «глубину» брендирования. Гравировка на металлическом корпусе – это один срок и бюджет. Тампопечать на циферблате – совсем другой. А вот нанесение под стекло или на стрелки может и вовсе потребовать customной сборки. Перед выбором модели уточняйте, какие виды брендирования технически возможны на ней.

⚠ Если хотите сэкономить без потери качества, выбирайте готовые модели часов с возможностью доработки «под заказ» – это дешевле индивидуального дизайна.

⚠ При выборе интерьерных часов, помимо дизайна, стоит обратить внимание на плавный и тихий ход стрелок: когда минутная и секундная стрелки движутся без характерных «засечек» или прерывистых движений, а сам механизм работает практически бесшумно. Это качество особенно важно для офисных помещений, спален или других пространств, где тишина имеет принципиальное значение.

⚠ Не игнорируйте вопрос о водонепроницаемости часов. Наручные часы с брендингом часто используются в повседневной жизни, и отсутствие влагозащиты может грозить поломкой от попадания влаги или даже пота, что приведет к короткому сроку эксплуатации вашего рекламного носителя.



Фото: ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

⚠ Не заводите механические часы «до упора» – может лопнуть пружина.

⚠ Поинтересуйтесь, есть ли у вашего поставщика отдел технического контроля (ОТК), который осуществляет многоступенчатую проверку качества продукции перед отправкой заказчику. Тестируются точность хода, герметичность, работа механизма, качество нанесения логотипа и гравировки, а также общее состояние корпуса и браслета.

⚠ При заказе смарт-часов (особенно для большого количества адресатов) учитывайте их совместимость с различными операционными системами. Например, часть функций может работать только с Android или только с iOS.


⚠ Заказывайте часы заранее. Даже простая модель с логотипом потребует минимум 2-3 недели. Интерьерные часы – еще дольше, особенно если предполагается индивидуальный дизайн. Процесс брендирования, упаковки и логистики часто занимает больше времени, чем кажется, поэтому лишняя неделя в запасе поможет избежать неприятных неожиданностей. 



Фото: «Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>

Благодарим за помощь в подготовке материала:

«Минский часовой завод», <https://spec.luch.by>

ГК «Оазис», <https://oasiscatalog.com>

«Нью-Тон», <https://new-ton.org>

«Тайм-Лого», <https://time-logo.ru>

Одной из важных традиций, способствующих укреплению отношений с клиентами, партнерами и сотрудниками, является вручение корпоративных подарков. Они повышают узнаваемость бренда, укрепляют деловые связи, выражают благодарность за продуктивное сотрудничество и решают ряд PR-задач. Компания «МОСКОВИТ», чей опыт работы насчитывает более 20 лет, – не просто производство, а ваш надежный подрядчик в изготовлении наградной и сувенирной продукции из цветных металлов.

Воплощение ваших идей без границ

Сочетая современные технологии и ручной ювелирный труд, наша компания создает высококлассную сувенирную и наградную продукцию. Команда профессионалов разрабатывает 3D-модели по эскизам, наброскам, описаниям клиентов для дальнейшего согласования и производства.

Вы можете заказать яркую и запоминающуюся награду, а мы поможем претворить в жизнь все ваши, даже самые смелые, идеи.



Мы гордимся своей мобильностью

Несмотря на, казалось бы, невыполнимые масштабы поставленных задач, нам удается изготавливать продукцию даже в самые сжатые сроки. При этом мы не ограничиваем вас в тиражах. Вы можете заказать от одной единицы товара до нескольких тысяч изделий.



Реализация нестандартных проектов – наша визитная карточка

Один из таких заказов – изготовление сувенирных копий звезд со Спасской башни Кремля с системой внутренней подсветки. Команда успешно справилась с задачей, воссоздав инженерную конструкцию звезды и инкрустировав копии рубиновыми стеклами. Внутри каждого изделия была встроена система диодной подсветки на дистанционном управлении.



Чем мы можем быть полезны?

**Фирменные аксессуары / Медали и сувенирные монеты / Премии и наградные статуэтки /
Функциональные сувениры / Подарки для VIP-персон / Новогодние коллекции /
Масштабные копии реальных объектов / Бижутерия**



PORTMAN: КОЖА КАК ПРИЗВАНИЕ

Корпоративный подарок – это не просто дежурный жест, а своего рода визитная карточка компании, отражающая ее ценности, внимание к деталям, отношение к партнерам и сотрудникам. Именно такую философию воплощает в жизнь Portman – семейное петербургское производство, специализирующееся на кожаных изделиях, где качество, лаконичный дизайн и безупречный профессионализм – краеугольные камни.

Мы создаем подарки, которые хочется держать в руках и использовать ежедневно. За пять лет существования бренд разработал десятки аксессуаров для российских и международных компаний: обложки, визитницы, чехлы для ноутбуков, папки, футляры для канцелярии. Все из натуральной кожи, подобранной технологами вручную.



Portman работает под ключ. В одном заказе собрано все, чтобы порадовать сотрудников, партнеров или клиентов:

- **кожаное изделие** – из каталога или по индивидуальному эскизу;
- **персонализация** – гравировка, тиснение фольгой (логотип или имя);
- **подарочная упаковка** – классическая, пенал, слайдер или деревянная;
- **полиграфия** – открытка, обертка, наклейки, обечайки, буклеты.





Мы контролируем каждую деталь: от подбора кожи до мельчайшего стежка и упаковки. Это исключает компромиссы – клиент получает готовое подарочное решение без необходимости доработок. Наши изделия служат годами, вызывают восторг при вручении и формируют представление о бренде через тактильный и визуальный опыт.

Почему нас выбирают?

Portman – часть группы компаний ZINGER (на рынке с 1996 года). Мы объединили производственные мощности, дизайнерскую экспертизу и сервис, чтобы подарки стали не просто пунктом в списке задач, а настоящим инструментом HR- и PR-коммуникаций.



Мы умеем работать в срок, внимательно слушаем клиента, предлагаем гибкие условия и предоставляем скидки на корпоративные заказы. Если вы ищете подарок, которым можно по-настоящему гордиться, вспомните о Portman.

Portman. Изделие. Упаковка. Только лучшее для лучших!

Portman

+7 (911) 098-87-62 portman812@yandex.ru <https://pmpproject.ru>

LIVAELA – СТАТУСНЫЕ ПОДАРКИ ИЗ КАШЕМИРА

Кашемировые шали, шарфы и пледы от LIVAELA – это премиальные подарки для ваших бизнес-партнеров, клиентов и коллег к Новому году, 23 Февраля, 8 Марта и другим особым событиям. Представители компании подробно рассказали об ассортименте, возможностях и философии бренда.

Высочайшее качество, оцененное по достоинству французскими экспертами по люксовым продуктам, эффектная цветовая палитра и ограниченное предложение – таковы основные принципы LIVAELA.

Мы используем сырье лучших сортов и производим свою продукцию на семейных мануфактурах в Непале и Внутренней Монголии, где мастерство работы с кашемиром передается из поколения в поколение.

Нам крайне важно, чтобы каждый человек, соприкоснувшийся с продукцией LIVAELA, чувствовал, с какой любовью мы отбираем натуральные материалы, формируем коллекции, делимся опытом и экспертностью, помогая вам сделать лучший выбор.



В мире LIVAELA кашемир, позволяющий создать вокруг себя нежнейший кокон, – это целая философия. Она подразумевает, что все окружающие нас вещи должны радовать, нести положительную энергетику и соответствовать мироощущению своего владельца.

Согласитесь, подарок, сделанный от чистого сердца, должен быть именно таким!





Вы можете выбрать подарки из имеющихся в наличии
либо изготовить их под заказ в соответствии с вашим
фирменным стилем.
Предоставим каталог по запросу.



LIVAELA

г. Москва, ул. Большая Якиманка, 35, стр.1. +7 (964) 796-89-68 info@livaela.com www.livaela.com

ВОЛЧКИ WOLFSPIN – НОВИНКИ. ДОСТИЖЕНИЯ. ПЛАНЫ.

Выбор подарка для VIP-персоны или топ-менеджера – задача не из легких. Ведь, как правило, в кабинете уже есть все: от роскошных аксессуаров до изысканных предметов интерьера. Стильные волчки Wolfspin – это именно то, что нужно! Элегантная вещица не только украсит рабочий стол, но и поможет владельцу сосредоточиться в важные моменты или снять напряжение после трудного дня. Давайте познакомимся с этим необычным подарком поближе.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Волчки Wolfspin – сувениры из высококачественного металла или сплава, которые станут украшением рабочего места руководителя, партнера, клиентов. А еще волчок поможет сконцентрироваться или расслабиться – просто наблюдайте за тем, как он крутится.

Каждый корпоративный заказ начинается с обсуждения задач клиента:

- для кого подарок;
- предпочтительные способы брендинга;
- нужно ли соблюдать корпоративный стиль при разработке упаковки и выборе цвета волчка;
- адрес доставки.

Наши дизайнеры создают концепцию и готовят тестовый образец, при необходимости корректируют макет. После этого мы изготавливаем полный тираж, полируем волчки, проверяем их на кручение, наносим гравировку и упаковываем.



НОВИНКА WOLFSPIN – КЕЙС MATRĚSHKA

В этом году мы разработали аксессуар к волчкам – кейс Matrëshka из дерева черного ореха. В качестве подкладки выступает мягкая кожа, а замок сделан на магнитах.

Matrëshka – это отсылка к русской культуре, поэтому кейс отлично подойдет в качестве подарка зарубежным партнерам. Узнаваемый символ нашей страны выполнен в минималистичном стиле, который впишется в любой интерьер.

В 2025 году кейс Matrëshka стал хитом. Один из недавних заказов – алюминиевый волчок и Matrëshka в упаковке Business Box Mini. Мы нанесли на черную упаковку логотип и сделали гравировку на обоих предметах. Процесс занял 35 рабочих дней: изготовили 120 волчков и кейсов.



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Волчок можно брендировать с помощью гравировки – на грани или «юбке». А также сделать персонализацию подставки, кейса для волчка, упаковки.

Кроме того, доступно **брендирование в новогодней тематике**. Один из примеров: корпоративный клиент заказал к празднику волчки и хотел, чтобы упаковка была белой, но отражающей новогоднее настроение. Мы создали белые коробки с золотыми элементами в виде оленей, новогодних елок и звезд. А также подготовили два подарочных набора:

- волчок из нержавеющей стали и кейс Matrëshka с гравировкой логотипа в упаковке Business Box Mini;
- волчок из нержавеющей стали и белая мраморная арена в упаковке Business Box.

А **цветная гравировка на волчке** появилась в нашем арсенале после того, как заказчик захотел использовать корпоративный оранжевый цвет не только на упаковке, но и в гравировке. Для нас это было новым опытом. В отличие от обычной гравировки, которая просто оставляет углубления, лазерная позволяет получить различные цвета. Но корректно настроить лазер – сложная задача. Несколько дней мы тестировали оборудование, чтобы получить идеальный цвет.



ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

Wolfspin активно развивается. Мы участвуем в крупных выставках, пишем статьи, привлекаем в команду новых специалистов. И останавливаться на достигнутом не планируем.

Над чем мы работаем сейчас:

- новые материалы для волчков;
- новые арены для максимальной длительности кручения;
- коллекция цветных волчков для юных клиентов;
- развитие направления цветной гравировки.



Wolfspin

+7 (495) 774-78-00 top@wolfspin.ru
<https://wolfspin.ru>

«ЧУМОВЫЕ БУБНЫ»: ЖИВОЙ РИТМ ТУНДРЫ

В северном российском городе Нарьян-Маре Валерий Гудырев и Татьяна Белых создают не просто бубны – они дают жизнь древней магии. Их мастерская «Чумовые бубны» известна далеко за пределами Заполярья уникальными инструментами из оленьей кожи, которые могут стать по-настоящему «чумовым» корпоративным подарком. Заинтригованы? Тогда эта статья – для вас!

Началось все скромно: в 2009 году Валерий починил бубен местному шаману, а год спустя уже сделал своей первый собственный. Так родилось ремесло. В чем же секрет успеха? Каждый бубен здесь – живое существо. «Он работает вместе с человеком, – говорят мастера. – Чутко реагирует на настроение, место, атмосферу. Это не просто музыкальный инструмент, а проводник в мир традиций и чувств, созданный руками влюбленных в свое дело».

КОМУ ПРЕПОДНЕСТИ СТОЛЬ НЕОБЫЧНЫЙ ПОДАРОК

Тому, кого сложно удивить. Тому, у кого, казалось бы, есть все... кроме этого магического инструмента. Бубен – больше чем артефакт. Это и **интерьерная изюминка**: оживляет пространство, притягивая взгляды и рождая вопросы. И **анти-стресс-инструмент**: его звуки и вибрации растворяют напряжение тяжелого дня, погружая в глубокое расслабление. И **символ интуитивного знания**: подарок «для тех, кто понимает». Особенно его ценят в сферах, где нужны ясность ума и умение снимать стресс: таких как политика, государственные структуры, крупный бизнес, инновации, IT.

КАК РОЖДАЕТСЯ БУБЕН

Изготовление настоящего бубна – искусство, требующее времени и терпения. Мастер создает каждый инструмент полностью вручную: от выделки оленьей шкуры до последнего резонатора. Работа с кожей – сезонный ритуал, который осуществляется без химии, по старинной технологии – в воде. Этот процесс занимает часть весны, лето и осень. Деревянный обод, выточенный в форме солнца, собирают за одну-две недели. Затем – ключевой этап: натяжка кожи и длительная сушка (от трех дней до месяца), определяющая звук.

Стандартная линейка «Чумовых бубнов» предлагает 10 размеров (от 12 до 60 см в диаметре), а также эксклюзивные модели на заказ (диаметр от 60 см). 100% ручная работа, каждое изделие уникально.

«Чумовые бубны» для корпоративных клиентов:

- **оптовые заказы** – от 15 до 500 шт в зависимости от диаметра изделия,
- **брендинг** – нанесение логотипа или фирменной символики методом печати (изображение до 30 см) или с помощью ручной росписи,
- **доставка** – СДЭК во все города России и ближнего зарубежья.



Наш дебют в создании крупных заказов – сразу 40 бубнов (40-50 см) для творческого коллектива, выступавшего на сочинской Олимпиаде. Этот особенный проект, каждый инструмент из которого хранит тепло рук мастеров и память о важнейшем событии, стал для нас знаковым.

Новогодним вызовом явился срочный заказ для Совета Федерации: 200 небольших бубнов требовалось изготовить менее чем за две недели. Мы успешно справились!

«Чумовые бубны»

+7 (911) 065-92-00 chumoviebubni@yandex.ru
<https://chumoviebubni.ru>



STUDIO ANNA LIBER: КРЕАТИВНЫЕ НОВОГОДНИЕ МАСТЕР-КЛАССЫ

Праздничный сезон – идеальное время для создания особой атмосферы в коллективе. Предлагаем вам погрузиться в мир увлекательных новогодних мастер-классов от Studio Anna Liber, которые превратят традиционный корпоратив в яркое событие, наполненное душевным теплом и неповторимой энергетикой. Творческие занятия помогут укрепить командный дух, раскрыть таланты сотрудников и оставить незабываемые воспоминания, которые будут согревать весь следующий год.

Studio Anna Liber предлагает участникам создать подарки на любой вкус.

НАБОР СПЕЦИЙ ДЛЯ ГЛИНТВЕЙНА. Смешать собственный купаж с уникальным ароматом – такую возможность получит каждый участник мастер-класса. Натуральные компоненты и помощь мастеров позволят получить глнтвейн, соответствующий всем предпочтениям автора.

РОСПИСЬ ИМБИРНЫХ ПРЯНИКОВ. Сладкие человечки или елочки, домики или другие формы лакомства – все зависит лишь от пожеланий заказчика. Яркая глазурь и различные посыпки из натуральных ингредиентов позволяют создать настоящий кулинарный шедевр!



НОВОГОДНИЙ ПОМАНДЕР (от фр. pomme d'ambre, «душистое яблоко» – небольшой шарик, используемый для ароматизации помещений. – Прим. ред.). Еще с детства у каждого Новый год ассоциируется с запахом цитрусов и сладостей. Именно апельсины или лимоны выступают в качестве основного компонента помандера, поэтому праздничное настроение гарантировано.

ВЕНКИ ИЗ ЕЛИ ИЛИ МИШУРЫ. Такое рождественское украшение отлично дополнит теплую атмосферу каждого коллектива. Праздничный атрибут с дольками цитруса, шишками, яркими лентами и прочими аксессуарами обязательно запомнится каждому!

АРОМАСВЕЧИ ИЗ СОЕВОГО ВОСКА. Дополнить душевную обстановку мерцающим пламенем свечи сможет каждый участник данного мастер-класса. Ароматный аксессуар можно использовать самому или подарить близкому человеку.



Каждый мастер-класс может быть кастомизирован по желанию заказчика.

Studio Anna Liber

<https://mk-art.ru> <https://liberann.ru> 8 (800) 707-84-02 8 (966) 330-26-62 contact@liberann.ru

О ГЛАВНОМ: ТРЕНДЫ ВЫСОКОГО СУВЕНИРНОГО СЕЗОНА 2025

Корпоративные подарки и мерч становятся все более важным инструментом бизнес-коммуникаций. Новый деловой сезон диктует новые правила в этой сфере, а также приносит свежие тенденции и хиты. Какие? Об этом GIFT Review рассказали ведущие игроки российского рекламно-сувенирного рынка.

ПОДАРКИ, МЕРЧ, ПРОМО



ЕВГЕНИЯ ТИЛЬГА, руководитель департамента маркетинга ГК «Оазис»

<https://oasiscatalog.com>

Мерч перестал быть просто носителем логотипа. Сегодня это одновременно подарок, инструмент продвижения, канал коммуникации и способ продлить контакт с аудиторией. Он рассказывает истории и вызывает эмоции, а значит, работает. В 2025 году мерч выходит за рамки промопродукции и превращается в полноценный способ выражения ценностей бренда, его стиля и внимания к человеку.

ГЛУБОКАЯ КАСТОМИЗАЦИЯ

Главный тренд 2025 года – индивидуальный подход: уникальные фасоны, модификации и обвесы, персонализированные упаковки. Поэтому здесь внедряются современные методы нанесения: ремувки, бренд-тайпы, пришивные патчи, стикеры, лейблы и другие. Это превращает мерч в деловой подарок с эмоциональной глубиной.

СМЫСЛЫ И ЦЕННОСТИ

Именно они находятся в фокусе внимания. Современный мерч транслирует идеи устойчивого развития, локальности, инклюзивности. Это уже не просто футболка или кружка, а манифест бренда. Растет спрос на лимитки и дропы, которые создают ощущение эксклюзивности и вовлекают аудиторию в бренд-комьюнити.



ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ

Еще один актуальный вектор. В моду входят изделия с умными функциями, QR-кодами, NFC-чипами и даже элементами ИИ-дизайна. А минимализм в нанесении и микс принтов делают мерч эстетичным и достойным ритейл-полок.





Portobello[®]

+7 (495) 775-51-10
portobello.ru



ОЛЬГА КОЛТУНЧИК, руководитель компании «Нью-Тон»

<https://new-ton.org>

Можно с уверенностью сказать, что рынок стал «взрослее». Сегодня все чаще важна не конкретная категория подарков, а то, как она подана. Мерч должен быть продуманным, не формальным, не проходным. Клиенты видят разницу и ждут от поставщиков не просто красивого ассортимента, а точного попадания в контекст: в аудиторию, задачу, стиль бренда.

МАТЕРИАЛЫ «С ХАРАКТЕРОМ»

В моде приятные на ощупь текстуры, плотный текстиль, переработанные волокна, натуральные и органические составляющие.

ПОДАРКИ С «УМНОЙ» НАЧИНКОЙ

Например, сумка с QR-кодом, ведущим на сайт, или ручка с NFC-чипом, которая приглашает в Telegram-канал. Технологии превращают привычные вещи в инструмент общения с аудиторией – просто и эффективно. Этот тренд делает мерч не просто красивым, а продвинутым и по-настоящему полезным.

КОЛЛАБОРАЦИИ

Наблюдается устойчивый интерес к совместным коллекциям и разработкам: с дизайнерами, иллюстраторами, локальными брендами. Такие подарки точно не окажутся в числе банальных сувениров.

ЭКО И ЕЩЕ РАЗ ЭКО

Не потому что это модно, а по причине реальной ценности. Особенно внимательно к «зеленой» теме относятся международные компании, крупный бизнес и IT-сектор. Они не хотят просто «хороший подарок» – им нужен смысловой. Переход на переработанные материалы, сокращение упаковки, продление срока службы предмета – базовая гигиена современного мерча.

ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ МЕРЧА

Термокружки

В топе продаж модели, визуально и функционально напоминающие культовый стиль Stanley: металлические, надежные, с крышкой и формой «под руку». Это универсальный, прочный, «долгоиграющий» подарок.



Зонты

Много запросов на складные модели с автоматическим открытием, усиленными спицами и лаконичным дизайном. Это уже не бюджетный промотовар, а достойная вещь на каждый день, которую и подарить не стыдно, и пользоваться приятно.

Шоперы и экосумки

Данные аксессуары продолжают числиться в списке любимых клиентов. Но только не базовые «тряпичные», а модели из плотного материала, с прочными ручками, карманами, интересными фактурами.

Текстиль

Неизменным спросом пользуются худи, футболки, толстовки – в удобном оверсайз-крое, с мягкой тканью и хорошей посадкой. Часто с минималистичной айдентикой или вообще без нее.

Мультитулы

Особенно популярны компактные форматы вроде карты или складных инструментов. Это не «мужской набор» из прошлого, а универсальный помощник, практичный и актуальный.

Ланч-боксы

Без преувеличения, одни из героев сезона. В тренде самые разные форматы: с приборами, делениями, крышками на защелках, термочехлами.





КРИСТИНА ОСАДЧАЯ, руководитель направления маркетинга компании vertcomm
<https://vertcomm.ru>

В 2025 году деловые подарки и мерч окончательно утвердились как инструмент стратегических коммуникаций. Это уже не просто «приятный бонус», а осмысленная точка контакта между брендом и аудиторией – внешней или внутренней. Мы наблюдаем сразу несколько ярких трендов, которые будут определять высокий сезон.

СМЫСЛ – В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ

Подарок становится носителем ценностей бренда. Клиенты ждут не вещь с логотипом, а историю, идею, месседж. Осмысленный мерч создает эмоциональный якорь и помогает бренду говорить на своем языке.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ = УВАЖЕНИЕ

Растет спрос на гиперперсонализированные решения: от имени на упаковке до адаптации под внутренние мемы компании. Такой подход делает даже простой подарок эмоционально значимым и выделяющимся.

ТАКТИЛЬНОСТЬ КАК ДЕФИЦИТ

В эпоху диджитала особенно ценится физический контакт с брендом. Мерч с качественной фактурой, интересной упаковкой, необычными деталями вызывает вау-эффект и запоминается лучше, чем цифровой баннер.



НОВЫЕ ФОРМАТЫ: МОДУЛЬНОСТЬ И КОЛЛЕКЦИОННОСТЬ

Подарок – необязательно единичный объект. Мы видим растущий интерес к модульным наборам, которые можно собирать, дополнять, кастомизировать. А коллекционный подход (например, сезонные линейки) раскрывает культуру бренда, стимулирует вовлеченность и повторные покупки.

ТЕКСТИЛЬ



ЕЛЕНА КЛОПОВА, продакт-менеджер категории «Текстиль» компании «Проект 111»
<https://gifts.ru>

Если обобщить тренды сезона 2025, то главный вектор – движение от сувенира к продукту. Сегодня мерч – это полноценный «амбассадор» бренда, который должен работать и как инструмент коммуникации, и как вещь, которую хочется использовать каждый день.

Первые сигналы об этом тренде пришли от ведущих рекламных агентств: в приоритете **актуальность, функциональность и универсальность**. Клиент хочет, чтобы изделие было уместно и на деловом мероприятии, и в обычной жизни. При этом цена перестала быть главным фактором – все больше проектов реализуются **в среднем и премиум-сегментах**, где на первый план выходит качество: материалы, фурнитура, конструкция, посадка.

Интересно, что современные российские заказчики в ряде случаев становятся **более требовательными, чем японцы**, хотя именно Япония – мировой рекордсмен по уровню AQL (англ.: Acceptable Quality Level – допустимый уровень качества. – Прим. ред.). Внимание к деталям растет, но при этом **клиент не готов переплачивать просто за статус – он хочет разумного баланса цены и качества**. На этом фоне особенно ярко проявляют себя продукты **с высокой функциональностью по доступной цене**.

Тематическое направление, которое демонстрирует стабильный рост, – **джинсовая линейка**. Деним – это понятный и



универсальный материал, ассоциирующийся с надежностью и повседневным стилем. Особенно хорошо заходит в промомерче, когда клиент хочет уйти от банальных решений, но остаться в зоне узнаваемого и практичного.

ЧТО ВАЖНО В 2025 ГОДУ:

- вещь должна быть не просто носителем логотипа, а полноценным предметом гардероба или экипировки;
- визуальная привлекательность и ощущение качества – критичны;
- универсальность использования и высокая функциональность – ключ к вовлеченности;
- клиент стал опытнее, но при этом готов платить, если видит ценность.



АННА ГОНЧАРУК, коммерческий директор компании STAN

<https://stan.su>

Делимся профессиональными инсайдами, которые помогут вашему бренду оставаться на пике актуальности в ближайшие годы. Вот топ-5 трендов высокого сезона 2025, следование которым позволит создать современный, стильный и функциональный корпоративный гардероб.

СДЕРЖАННОЕ БРЕНДИРОВАНИЕ

Аккуратное и ненавязчивое брендирование, заметное, но не доминирующее, становится новым стандартом. Такой подход позволяет сохранить узнаваемость бренда, не перегружая визуальный образ.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НАНЕСЕНИЯ

Термохромные вставки, меняющие цвет, и 3D-принты в технике эмбоссинга с приятной тактильной текстурой придают уникальность каждой детали, подчеркивая современный подход компании к текстильному мерчу.

НЕЖНАЯ ПАСТЕЛЬ

Отход от традиционных базовых цветов ознаменован появлением моделей в пастельных, гендерно-нейтральных тонах. Эта цветовая гамма создает ощущение спокойствия и располагает к комфортной рабочей атмосфере.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Технологичные материалы, такие как SoftShell, обеспечивают надежную защиту от неблагоприятных погодных условий в холодное время года, сочетая комфорт и практичность.



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ И КАСТОМИЗАЦИЯ

Предоставление пользователю возможности самостоятельно персонализировать корпоративную одежду становится важным трендом. Например, сумка кросс-боди со съемными ремнями или свитшот со сменными патчами разной стилистики позволяют каждому создать индивидуальный образ.



ИНТЕРЬЕР И ДЕКОР



АЛЕКСАНДРА ХЛОПУШИНА,
генеральный директор компании
FineDesignGroup

<https://finedesigngroup.ru>

Морская тема – одна из самых заметных тенденций этого сезона. Я вижу ее буквально везде: на международных интерьерных выставках, в отчетах аналитических агентств, дизайн-проектах и фабричных каталогах. Сам по себе тренд не новый, но его интерпретация постоянно меняется – в этом сезоне он достаточно минималистичный и сдержанный. Для корпоративных подарков это скорее плюс: такие решения проще интегрировать в интерьер, а значит, вещь действительно будут использовать, а не передарят или отправят на полку. Но, несмотря на сдержанность, у «морских» коллекций есть и стиль, и характер. Например, как вам посуда в форме настоящих ракушек? Такие аксессуары точно не останутся незамеченными!



Если вместо сдержанности хочется чего-то веселого, акцентного и яркого, я бы рекомендовала обратить внимание на цветное барное стекло – бокалы, стаканы и чайные принадлежности. Это один из самых топовых трендов сезона, активно набирающий популярность: полагаю, дело в том, что людям хочется больше радовать себя в нынешние нестабильные времена. Такие аксессуары выглядят очень оригинально, но с корпоративной точки зрения остаются достаточно нейтральными – классика деловых подарков в новой стильной интерпретации. **GR**



MIDAS GROUP:

ШОКОЛАДНЫЕ НАБОРЫ – СЛАДКИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ БИЗНЕСА

Мы сделаем ваш корпоративный подарок по-настоящему вкусным!

Шоколадные наборы, адвент-календари и открытки с шоколадными пожеланиями – тренд корпоративных подарков. Такой формат превращает традиционный сладкий презент в увлекательное путешествие, где каждый день приносит получателю новые эмоции и приятные сюрпризы.

● ● ● ШОКОЛАДНЫЙ АДВЕНТ-КАЛЕНДАРЬ

В отличие от стандартного подарочного набора, он создает эффект предвкушения праздника и усиливает эмоциональный отклик. Каждая плитка становится носителем персонального послания: это могут быть мотивирующие цитаты для партнеров, благодарности для клиентов, новогодние пожелания для сотрудников.



● ● ● НАБОР ШОКОЛАДНЫХ ПЛИТОК

Универсальный корпоративный подарок. Каждая плитка может быть особой, с поздравительным текстом. Кроме того, у получателя есть возможность создать «мозаику» из оберток (собирается логотип компании).



● ● ● МИНИ-ОТКРЫТКИ С ШОКОЛАДОМ

Идеальный симбиоз практичности и душевности. Они не требуют больших затрат, но оставляют яркое впечатление и работают на имидж компании. Такой подарок говорит: «Мы думали именно о вас» – а это дорогого стоит.



MIDAS GROUP – признанный эксперт рынка деловых подарков с 17-летней историей – предлагает множество вкусных, эффективных и запоминающихся решений для укрепления отношений с клиентами.

+7 (499) 877-40-21

+7 (495) 212-19-10

media@midas-group.ru

<https://midas-group.ru>





Goodzont

Производство
корпоративных
и рекламных зонтов

Наши преимущества:

- ☂ многолетний опыт;
- ☂ тщательный контроль качества;
- ☂ тираж от 1 шт.;
- ☂ большая производственная база в Москве.

GOODZONT.COM



Традиции князей Мещерских

23 га
ЗЕМЛИ

2 цеха
700 м²

1 тёплая
ТЕПЛИЦА



САД

- 3000 яблонь
- 400 груш
- 180 вишен
- 1200 кустов смородины
- 1300 кустов малины
- облепиха и жимолость



ОГОРОД

- 500 кустов ревеня
- 500 кустов артишоков
- 20 000 корней салата цикорий
- 1500 кустов спаржи
- саженцы цветов
- экспериментальный виноградник



ПРОДУКТЫ

- сублимация
- варенье, джем
- паста артишоковая
- паста спаржевая
- шоколад
- конфеты шоколадные



КЛИЕНТЫ

- корпоративные клиенты
- бизнес-подарки
- ритейл

+7 (985) 769 61 46
sady.mescherskih@gmail.com

+7 (968) 818 92 17
dispak2023@yandex.ru

sady-mescherskih.ru
ООО «Диспак»
115598, Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-8, офис 3



«КРИОЛЛО»: СЛАДКИЕ ПОДАРКИ С ВАУ-ЭФФЕКТОМ

Сладости прочно обосновались в топе корпоративных подарков. И это вполне объяснимо: элегантные наборы конфет и креативные композиции с логотипом понравятся и детям, и взрослым, станут украшением любого праздника и создадут положительные ассоциации с вашей компанией. Сегодня мы расскажем о кировской фабрике «Криолло», предлагающей брендированные шоколадные конфеты и леденцы ручной работы, необычный узорный шоколад, эксклюзивные шоколадные фигурки, оригинальные подарки и сувениры. Кондитеры предприятия применяют в работе лучшие рецептуры и изыски шоколадного искусства, используя только высококачественное бельгийское сырье.

Для корпоративных клиентов «Криолло» изготавливает шоколадную брендированную продукцию, а также подарочную упаковку. Например, это может быть набор конфет и сладких сувениров или дымковская игрушка из шоколада – символ Вятского края. Логотип выполняется как на самих изделиях путем нанесения цветного изображения пищевыми красителями, надписей или объемных элементов, так и на упаковке, бирках, лентах и т.д.



Ксения Ларина, директор музея истории шоколада «Криолло»: «Мы гордимся тем, что большинство клиентов возвращаются к нам снова и снова и становятся надежными многолетними партнерами. Это высшая оценка нашей работы».

Кроме того, фабрика предлагает натуральную карамель ручной работы, брендированные леденцы, роксы, а также наборы карамели в фирменных цветах заказчика с использованием логотипа компании.



Ксения Ларина, директор музея истории шоколада «Криолло»: «У нас очень теплые партнерские отношения с региональными и федеральными компаниями. Среди постоянных корпоративных заказчиков Кирово-Чепецкий кирпичный завод, ООО «Гидротермика», АО «ОХК «Уралхим», ООО «Спецзастройщик Железно», Центр диагностики и лечения «Лайт», ПАО Сбербанк, ПАО «Газпром», бренд «Индилайт», ПАО «Т Плюс», ОАО «РЖД» и многие другие».

Ваш полет фантазии ничем не ограничен, а сотрудники «Криолло» с удовольствием воплотят в жизнь все идеи.

Возможно изготовление шоколадных и леденцовых изделий под заказ по индивидуальному эскизу.



Музей / фабрика / бутик шоколада «Криолло»
+7 (8332) 323-323

<https://vyatka-criollo.ru> inform@vyatka-criollo.ru

ВКУСНАЯ ЭКЗОТИКА ОТ DICHSHOP.RU

Ищете универсальный и при этом необычный деловой подарок? Хотите, чтобы он точно порадовал и запомнился? И, конечно, выглядел солидно и эффектно? Всеми этими качествами обладают авторские гастрономические наборы из дичи от интернет-магазина DICHSHOP.RU. Они отлично подойдут к любому торжеству: Новому году, 23 Февраля, 8 Марта, профессиональному празднику, юбилею компании или дню рождения руководителя.



Премиальные подарочные наборы от DICHSHOP.RU содержат экологически чистую продукцию из мяса диких и экзотических животных: оленя, косули, кабана, лося, бобра, зайца, куропатки, страуса и многих других.

Все продукты упакованы в фирменные деревянные ящики с подложкой из ароматного сена. Основным декором служат шишки хвойных пород деревьев, мешковина, джутовая нить. Продукция имеет авторскую раскладку внутри ящика, которая гарантированно сохранит внешний вид наборов при перевозке на любые расстояния.

ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ:

- подарки от 3000 рублей,
- возможность дополнительных скидок,
- брендирование подарочных наборов,
- индивидуальный подход,
- персональный менеджер для сопровождения заказа на каждом этапе,
- быстрая доставка, в том числе напрямую вашим коллегам и бизнес-партнерам по всей России.



В ассортименте более 20 наборов собственного производства.

Также DICHSHOP.RU добавил в свой ассортимент рыбные подарочные наборы, куда входят деликатесы из осетра, форели, карпа, судака, угря, лосося, камчатского краба, устриц и других даров моря. Каждый набор имеет премиальную упаковку – фирменную сумку из мешковины и сосновый ящик с декором из сена и морских ракушек.



Интернет-магазин DICHSHOP.RU

8 (800) 201-32-41 hello@dichshop.ru www.dichshop.ru

ВСТРЕЧАЙТЕ НОВЫЙ 2026 ГОД С «КОНФАЭЛЬ»!

Великолепный каталог корпоративных подарков шоколадной фабрики «Конфаэль» уже готов к встрече с компаниями, заинтересованными в формировании своего положительного имиджа!

В нем представлены четыре красочные коллекции: «Цитрусовая зима», «Царственная зима», «Символы года» и еще одна новая оригинальная серия, выполненная в стиле мезенской росписи, посвященная наступающему году Огненной Лошади. **Алые кони на**

шоколадках, наборах конфет, больших изделиях и маленьких шоколадных открытках – все это великолепияе нужно увидеть лично и внимательно изучить. Ведь выбор подарков к Новому году – серьезная задача!





Получить новый каталог сладких презентов, а также обсудить все детали индивидуального заказа новогодних корпоративных подарков можно, обратившись к менеджерам кондитерского холдинга «Конфаэль» по телефонам **8 (800) 600-53-53, 8 (495) 995-53-53.**



«Конфаэль»
8 (800) 600-53-53 8 (495) 995-53-53 <https://confael.ru>

ФАБРИКА «ЭВИС»: СОЗДАЕМ НОВОГОДНЕЕ НАСТРОЕНИЕ

Как начинается зимняя сказка? С первого снега за окном? С аромата хвои и мандаринов? А может быть, с того самого момента, когда вы бережно достаете с полки коробку с новогодними украшениями?.. Фабрика елочных игрушек «ЭВИС» на протяжении пяти лет создает волшебство, воплощенное в изящных аксессуарах, которые становятся сердцем праздника для ваших деловых партнеров, сотрудников и клиентов.

В ассортименте фабрики можно найти бесчисленное множество идей для украшения елки.

КЛАССИЧЕСКИЕ ШАРЫ

От сияющих однотонных до изысканно расписанных вручную, они станут идеальной основой для любого новогоднего декора.



ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАКАЗЫ

Мы открыты для воплощения уникальных идей. Возможность нанесения логотипов, создания эксклюзивных серий для корпоративных подарков или специальных мероприятий – фабрика «ЭВИС» поможет сделать ваш праздник по-настоящему особенным и запоминающимся.



ФИГУРНЫЕ ИГРУШКИ

Сказочные персонажи, символы года, забавные зверюшки и масса других вариантов.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ КОЛЛЕКЦИИ

Наши дизайнеры постоянно разрабатывают актуальные линейки изделий, вдохновленные мировыми трендами и вечными ценностями.

Фабрика елочных игрушек «ЭВИС»

+7 (920) 929-60-00 , +7 (920) 929-60-01

www.evis.ru  [evis_glass](https://www.facebook.com/evis_glass)



«РЕКЛАМА-2025» – МЕСТО ВСТРЕЧИ ПРОФЕССИОНАЛОВ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

С 21 по 24 октября 2025 г. в Москве на ВДНХ, в обновленных павильонах 55 и 57, состоится 32-я международная специализированная выставка технологий и услуг для производителей и заказчиков рекламы «Реклама-2025», организатор АО «Экспоцентр».

В 2025 году выставка пройдет на новом месте – ВДНХ. «Реклама» по-прежнему будет объединять на одной площадке производителей и потребителей технологий, услуг и готового продукта рекламного рынка: контент, продвижение, мерч, рекламная полиграфия, упаковка имиджевой продукции, световые фигуры, световые табло, производственное оборудование, материалы для изготовления всех видов рекламных носителей для наружной и внутренней рекламы и навигации и многое другое.

«Реклама» традиционно является крупнейшей выставкой рекламного сегмента и по площади экспозиции, и по количеству участников. Среди них – российские и зарубежные лидеры отрасли, а также новые компании, которые выводят на российский рынок инновационные материалы, оборудование, технологии и готовую продукцию.



В числе экспонентов выставки: «Смарт-Т», группа компаний «РуссКом», группа компаний «ЛРТ», «Техно-Графика», Lasercut, «Станком», «Челленджер» и многие другие.

За годы проведения у выставки сложилась уникальная посетительская аудитория, состоящая из профессионалов рекламной индустрии. В 2024 году гостями мероприятия стали свыше 18 900 b2b-посетителей.

Помимо экспозиционной площадки, вас ждет деловая программа, в рамках которой будут обсуждаться актуальные вопросы рекламного рынка и ключевые игроки отрасли поделятся инсайтами, реальными кейсами, новыми каналами продвижения и многими другими темами.



Ждем Вас на выставке:

21-23 октября с 10:00 до 18:00, 24 октября – с 10:00 до 16:00.

Больше информации – на сайте <https://reklama-expo.ru>





32-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА

«ТЕХНОЛОГИИ
И УСЛУГИ ДЛЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
И ЗАКАЗЧИКОВ
РЕКЛАМЫ»

2025

21-24 ОКТЯБРЯ

РОССИЯ, МОСКВА,
ВДНХ, ПАВИЛЬОНЫ 55, 57

Организатор



При поддержке



Под патронатом



Реклама 12+

www.reklama-expo.ru



НАШИ В АЗИИ: ТРЕНДЫ, НОВИНКИ, ПРОГНОЗЫ

Регион Южного Китая давно славится масштабными торговыми событиями. Так, первая Кантонская ярмарка (Canton Fair) прошла в 1957 году в Гуанчжоу, а Гонконг, в свою очередь, уже почти четыре десятилетия проводит одну из крупнейших международных выставок подарков – Gifts & Premium Fair. Традиционно даты этих событий практически совпадают, а из Гонконга до Гуанчжоу идет прямой скоростной поезд (один час в пути), что позволяет гостям посетить обе бизнес-площадки за одну поездку. GIFT Review уже много лет тесно сотрудничает с Советом по развитию торговли Гонконга (HKTD), набирая и курируя группы российских байеров в рамках специальной спонсорской программы на Gifts & Premium Fair. В этом году при нашем содействии выставку посетили представители 15 компаний, получив денежную компенсацию за визит. Публикуем их впечатления, прогнозы по развитию отрасли, делимся актуальными трендами и отмеченными новинками.

GIFTS & PREMIUM FAIR 2025

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

- В этом году выставка приняла более 35 тыс. посетителей из 128 стран и регионов.
- Зарубежные байеры были в основном из материкового Китая, Тайваня, США, Японии и Кореи.
- Согласно данным независимого исследовательского агентства, опросившего около 870 экспонентов и покупателей, 60% респондентов уверены, что их показатели продаж будут расти в течение следующих двух лет.
- По результатам выставки наиболее популярными вариантами бизнес-подарков стали: экологичные сувениры, товары премиум-класса, высокотехнологичный мерч.
- Трендовый мерч с наибольшим потенциалом роста (по 16% на каждую категорию): «зеленые» подарки, декор и аксессуары для дома, игрушки и детские товары.





МАКСИМ МАКАРОВ, руководитель отдела продуктового менеджмента компании «Проект 111»

<https://gifts.ru>

Гонконгская весенняя выставка – одна из ключевых международных площадок, где собраны основные мировые тенденции в сфере мерча. Это очень удобно: все сразу под одной крышей, все можно потрогать, посмотреть и на сами товары, и на реакцию публики, а также пообщаться с коллегами со всего мира. Отличное время, чтобы встретиться с поставщиками, подвести итоги прошлого года, наметить планы на будущее, принять участие в конференциях и обменяться опытом с профессионалами из разных стран.

ТРЕНДЫ

Экологичность и устойчивость

Глобальные компании, особенно в Европе, очень озабочены ESG-повесткой (от англ. Environmental, Social and Corporate Governance, ESG – экологическое, социальное и корпоративное управление. – Прим. ред.), поэтому предпочтительно, чтобы весь корпоративный мерч был экологичным. Поставщики об этом знают и следуют за спросом: получают необходимые сертификаты и проходят разнообразные аудиты для соответствия заданным критериям. Заметно доминирование товаров из переработанных материалов (биоразлагаемая упаковка, изделия из бамбука, рисовой шелухи, очисток от яблок или ананасов). Также делается акцент на углеродно-нейтральном производстве и сертификатах (FSC, GRS).

Цифровые технологии полноцветной печати и кастомизация

Мы знаем, как клиенты любят полноцветное нанесение на мерче. Судя по представленным на выставке товарам, можно с уверенностью сказать, что сейчас активно развиваются технологии UV-DTF и DTF с металлизированными элементами, подходящими для брендинга практически любого предмета, при этом стойкость изображения будет впечатляющей. Кроме того, заметен рост спроса на кастомизацию с помощью дополнительных элементов – обвесов, пришитых лейблов, аксессуаров, QR-кодов – все это делает обычный предмет действительно неповторимым.



Практически каждый предмет в секции Hong Kong Design Awards (премия в области дизайна. – Прим. ред.) прекрасен – заставляет замедлиться, внимательно его созерцать и думать. Думать о том, чем вдохновлялся дизайнер, что хотел сказать, почему в жюри решили отметить именно этот товар и будет ли он пользоваться спросом у наших клиентов.

«Умные» гаджеты и подсветка

Уже давно в тренде «умные» термкружки с Bluetooth и приложением, напоминающим, что нужно попить, или показывающим температуру напитка. В моде также различные товары с элементами питания, на которых логотип светится. Еще один обязательный аксессуар современного городского жителя – беспроводные магнитные зарядные устройства. Самые интересные экземпляры – с прозрачным корпусом, сквозь который видно все микросхемы и можно хотя бы визуально оценить уровень качества девайса.

Товары для ЗОЖ

Это «долгоиграющий» тренд, который в ближайшие годы никуда не уйдет, а значит, популярность товаров для заботы о себе будет только расти. Среди них различные экобутылки для воды, фитнес-аксессуары, ароматерапевтические наборы, лампы, аксессуары для массажа и косметики.

Дизайн

Притягивает внимание бесконечное разнообразие материалов, фактур и цветов. Скорее всего, дело в извечной азиатской любви ко всему яркому и пестрому. В моде смелые дизайнерские решения, неожиданные материалы и многофункциональные предметы. А также смешение элементов разных культур с современным дизайном: например, керамика с цифровой печатью; аксессуары с каллиграфией; коллекции, созданные в партнерстве с европейскими и азиатскими дизайнерами.





ЕКАТЕРИНА БОРИСОВА, руководитель отдела продакшн компании Admos

<https://admos-gifts.ru>

Год начался с насыщенных бизнес-поездок – нашей команде посчастливилось посетить сразу две ключевые профильные выставки в Азии: на материковом Китае – 137-ю Кантонскую выставку в Гуанчжоу и Gifts & Premium Fair – в Гонконге. Масштабы мероприятий превзошли все ожидания: сотни стендов, тысячи экспонатов и море инновационных решений, которые задают тон рынку на ближайшие сезоны.

ТРЕНДЫ

Эра шнуров и обвесов

Тренд на аксессуары из шнуров достиг своего пика. Производители представили невероятное разнообразие: от классических круглых шнуров до экологичных товаров из переработанных материалов. Особый интерес вызвали варианты брендинга – деревянные бегунки, кожаные бирки



и шильды. А «вишенкой на торте» стали многофункциональные обвесы с зарядными кабелями, сочетающие практичность и стиль.



Градиент – новый маст-хэв в посуде

Монохромные бутылки и кружки уступают место градиентным решениям. На выставке мы наблюдали потрясающие цветовые переходы – от нежных пастельных до насыщенных кислотных оттенков. Этот тренд особенно заметен в сегменте термокружек и дорожных термосов премиум-класса.

Больше – значит лучше

Тенденция к увеличению объемов посуды набирает обороты. Стандартные литровые бутылки постепенно уходят в прошлое – потребители выбирают емкости на 1,5-2 литра. Производители делают акцент на эргономике таких моделей, предлагая удобные ручки и продуманные системы переноски.



«Кухня Подарков»: «На выставке Gifts & Premium Fair мы отметили стильные беспроводные зарядки из экокожи в разных цветах и качественном исполнении. А также обратили внимание на ароматодиффузоры в необычных стеклянных флаконах».





СВЕТЛАНА МЕЛЬНИК, руководитель команды производства и реализации проектов компании **vertcomm**

ОЛЬГА ФЕДОСЕЕВА, руководитель команды креатива компании **vertcomm**

<https://vertcomm.ru>

Посещение нашей командой международной выставки Gifts & Premium Fair стало настоящим приключением, полным открытий. Знакомство с новыми поставщиками, изучение свежих трендов и технологий подтвердили: в мире мерча нет границ для креатива и развития. Этот опыт укрепил нашу экспертизу и дал мощный заряд идей для будущих проектов.

ТРЕНДЫ

Товары для питья и все блестящее

Например, термокружки, усыпанные стразами, на которые просто невозможно не обратить внимание. И в целом поразило разнообразие видов бутылок и термосов.



Акрил всему голова

Очень впечатлило огромное количество вариаций того, что можно изготовить из этого материала: от подарочных коробок и настольных аксессуаров (календарей, органайзеров) до стильных досуговых наборов.



Шнуры, шнуры, шнуры

Разнообразие обвесов из шнура изумляет – кажется, из них можно составить целую товарную энциклопедию. Попадают даже по-настоящему экзотические варианты: например, модели с градиентными расцветками или со встроенным кабелем для зарядки телефона.

«Один из товаров, который нас по-настоящему зацепил, – ароматическая насадка на бутылки для воды. Так, при питье обычной воды создается ощущение, что пьешь сок манго или другого фрукта. Это новинка с настоящим вау-эффектом, такого мы еще не встречали!»

Экологичность

Обратили на себя внимание и новые неожиданные переработанные материалы для производства мерча – яблочная и банановая кожура, чайный и кофейный жмых, кукурузный крахмал.



«Все поставщики открыты к сотрудничеству и готовы обсуждать разные тиражи. Приятно удивило, что для большинства товаров минимальные партии начинаются от 300-500 штук, даже с полной кастомизацией.»



Персонажи и маскоты

По-прежнему популярно креативное использование персонажей в различных товарах, мягкие игрушки и фигурки – очевидный тренд. Мерч с милыми эмоциональными маскотами никого не оставит равнодушным.



«Попался стенд с очень занимательной упаковкой для носков – «консервированные» носки, носки в упаковке для бургеров, спрессованные носки, коктейль «сок на пляже.»





СВЕТЛАНА САЛИНА, руководитель компании «Сувенир Медиа»

<https://suvmedia.ru>

Посещение выставки Gifts & Premium в Гонконге – это всегда море впечатлений и вдохновения: как от знакомства с новыми товарами, так и от потрясающих видов этого удивительного мегаполиса.

ТРЕНДЫ

Экологичность

Все больше компаний презентуют товары, изготовленные из переработанных материалов (картона, пластика, кожи) или природного сырья (кожуры яблок, кофе, кукурузы). Это отражает растущий тренд ответственности перед окружающей средой и запрос потребителей на более «зеленые» товары.

«Умные» аксессуары

Подарки с функцией подключения к смартфонам, такие как смарт-колонки или устройства для отслеживания бытовых предметов, вызывают интерес у покупателей и обещают стать популярными в ближайшие годы.

Дизайн

Здесь наблюдается тенденция к минимализму и простоте. Множество компаний презентовали элегантные и стильные предметы с чистыми линиями. Цветовая палитра представлена в этом году новыми пастельными оттенками – бежевым, светло-бирюзовым и подобными.



Промопродукция

Все чаще встречаются аксессуары, которые допускают крепление «джигитсов» на различные предметы – от кроссов, с которых все и началось, до канцелярии и даже кружек.

Гигантизм

Большие термкружки а-ля Stanley сохраняют актуальность и присутствуют практически на каждом стенде.

Кофе

В представленных экспозициях этого года стало значительно больше аксессуаров для дрип-кофе и капсульных кофемашин.





СВЕТЛАНА ХРИСТОФОРОВА, генеральный директор компании «Особые Подарки»

<https://s-gifts.ru>

Gifts & Premium Fair – крупнейшая в мире выставка сувенирной и промпродукции, задающая глобальные тренды в индустрии подарков и корпоративного мерча. Это ключевая площадка, где представлены передовые решения в производстве сувениров, упаковки и промотоваров, а Китай подтверждает статус лидера в этой отрасли. Основные категории товаров выставки – это бестселлеры, пользующиеся стабильным спросом на рынке: термокружки и многоразовая посуда; сумки и текстиль; зонты; ежедневники и канцелярия; упаковка.

ТРЕНДЫ

Экологичность

Выставка наглядно демонстрирует, что экологичность остается ключевым трендом. Большинство товаров изготовлены из BPA-free (не содержащих бисфенола А) материалов, что подтверждается международными сертификатами.

Дизайн

В дизайне преобладают:

- разнообразие цветовых палитр, градиенты, пастельные тона, необычные сочетания;
- металлизированные покрытия, стразы и блестки – для создания эффектной визуальной составляющей;
- нестандартные фактуры – 3D-эффекты, комбинации материалов и нанесений.

« На выставке есть все, чтобы создать действительно особенный мерч: необычные цвета и фактуры в текстильных изделиях, нестандартные решения в дизайне и оригинальные идеи для любых промоподарков.



Брендинг

Бесконечные возможности для персонализации:

- точное соответствие корпоративным цветам;
- дизайнерски продуманное нанесение;
- креативные форматы – необычные формы, трансформирующиеся конструкции, многофункциональные аксессуары.



Выставка предлагает огромный ассортимент товаров для тех, кому важно соблюдать фирменное цветовое решение. И не меньший выбор для любителей ярких и нестандартных идей.

Поп-культура

Азиатский рынок, известный своей популярной культурой, выводит мерч на новый уровень, где покупка заветной сувенирки – это образ жизни. Люди собирают коллекции, гонятся за дизайнерской новинкой, стоят в многочасовых очередях за покупкой. В чем секрет популярности такого мерча? Четко продуманный дизайн со своей историей, развитием сюжета и персонажей вызывает настоящие эмоции. Лимитированность и уникальность коллекций: чем меньше доступ – тем выше интерес. Создание сообществ по интересам, где люди обмениваются опытом покупки, хвастаются коллекциями, делают обзоры.





ЛИЛИЯ ПОПОВА, руководитель рекламного агентства «Юнилот»

<https://unilot.ru>



В первую очередь хочу выразить благодарность изданию **GIFT Review** за приглашение на **Gifts & Premium Fair в Гонконге**. Заодно я посетила и **Кантонскую выставку в Гуанчжоу**.

Это была моя первая рабочая поездка в Китай в качестве байера, я впервые оказалась в огромном пространстве новых идей, трендов и технологий. Впечатления, конечно, остались самые яркие, и многое стало настоящим открытием.

Что мне дало посещение выставок? Прежде всего, я испытала уважение к колоссальной работе, которую проделывают поставщики сувенирной продукции, к тому, как профессионально создается «будущее ассортимента» для бизнеса и потребителей. На площадках в Гонконге и Гуанчжоу я увидела огромное количество трендовых товаров и поняла, как непросто отобрать конкретные позиции из такого необъятного числа предложений.

Открытием для меня стало и то, насколько легко можно наладить прямые контакты с производителями. Это разрушает миф о невозможности миновать посредников, особенно когда есть понимание запросов клиентов. К примеру, я ехала искать не просто сувениры, а мерч с полезными функциями и различные гаджеты – и цель была полностью достигнута. В этом мне очень помогли удобные приложения выставок, где можно проложить маршрут по интересующим стендам, а также сохранить все необходимые презентации и контакты.



Безусловно, новые форматы привычных вещей поражают воображение! Чего тут только нет: говорящие визитки-презентации, наушники с функцией перевода, портативные кофеварки, блокноты и ежедневники из бумаги, сделанной из переработанных кофейных зерен или зеленого чая, новинки термокружек, предметы интерьера, где можно функционально разместить логотип компании, и многое-многое другое. Это не просто диковинки, а решения, которые моя компания может адаптировать под конкретных клиентов уже сейчас.

Еще раз благодарю организаторов выставок и редакцию **GIFT Review** за возможность открыть для себя новые горизонты. Эта поездка стала настоящей точкой роста – пусть небольшой, но ощутимой.



CANTON FAIR 2025 (КАНТОНСКАЯ ВЫСТАВКА)

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

- Выставочная площадь – 1,5 млн кв.м.
- Более 200 тыс. посетителей из 200 стран и регионов.
- Более 30 тыс. экспонентов со всего мира.
- 13 секторов и 55 секций различных товаров.



МИХАИЛ КУЗНЕЦОВ, генеральный директор рекламного агентства **ICONICOLOR**

<https://iconicolor.ru>

Canton Fair остается зеркалом не только актуальных рыночных запросов, но и будущего глобальной торговли, где Китай продолжает играть ведущую роль. Для компании ICONICOLOR посещение выставки – это возможность находить перспективных поставщиков, а также формировать тренды, адаптируя мировые новинки под задачи клиентов. 2025 год показал, что даже в условиях торговых противоречий креативность и технологичность открывают новые возможности – и Canton Fair остается лучшей площадкой для их поиска.

В этом году выставка проходила в три этапа, каждый из которых был посвящен своему сектору промышленности:

- **1-й этап: 15–19 апреля 2025.** Электроника, машиностроение, транспортные средства, строительные материалы.
- **2-й этап: 23–27 апреля 2025.** Потребительские товары, предметы интерьера, подарки, игрушки.
- **3-й этап: 1–5 мая 2025.** Текстиль, одежда, медицинское оборудование, продукты питания.

ТРЕНДЫ

Товары для путешествий

В этом сегменте нами были отмечены две интересные новинки. Первая – «умные» рюкзаки с адаптивной LED-подсветкой, оснащенные датчиками освещенности и движения для автоматического включения при низком освещении. Они имеют несколько режимов подсветки: белая – для удобства поиска вещей ночью, красная или синяя – сигнальная (для туристов и велосипедистов), RGB – настраиваемая через приложение. Вторая новинка – рюкзаки со встроенными солнечными панелями для питания LED-лент и USB-портов.



Кантонская выставка 2025 года в очередной раз подтвердила статус ключевой площадки для отслеживания глобальных трендов в производстве, технологиях и международной торговле. Выставка продемонстрировала не только устойчивый рост технологического прогресса – от «умных» материалов до роботизированных решений, но и стратегический сдвиг в сторону диверсификации рынков сбыта.

Текстиль

В сфере производства одежды мы обратили внимание на такой материал, как **экожаккард из переработанных тканей**. В его составе – 50% переработанный хлопок и 50% биоразлагаемый полиэстер. Кроме того, на выставке были представлены образцы одежды из термохромного жаккарда, когда рисунок меняет цвет при нагреве (например, от тепла тела или солнечных лучей). Еще из интересного: цветовые решения в виде узоров с **3D-эффектами с имитацией традиционной китайской вышивки**.

Товары для ЗОЖ

В этом секторе рынка удивили **роботы-манипуляторы с ИИ-массажем**, имеющие датчики давления и функции 3D-сканирования тела, что позволяет подобрать индивидуальную программу массажа. А также **персональные роботы-массажисты для дома** – компактные модели в виде подушек или настольных устройств с голосовым управлением.





АЛЕКСАНДРА ХЛОПУШИНА, генеральный директор компании FineDesignGroup

<https://finedesigngroup.ru>

Как всегда, поражают воображение масштабы выставки, обилие всевозможных направлений в дизайне. Мы посетили второй и третий этапы мероприятия, где были представлены товары для дома, посуда, декор и товары для животных.

ТРЕНДЫ

Стекланный декор

Вазы и подсвечники в ярких оттенках и необычных формах – «мятое» стекло, волна, природные и флористические мотивы, геометричные и дурые формы.



Настенный декор и панно

В моде сочетание разнообразных фактур и материалов, сохраняется тренд на 3D-эффект и объемность. Оттенки, близкие к природным, в сочетании с текстильной основой создают необычное визуальное впечатление.



Керамические 3D-аксессуары

Вазы и даже светильники, выполненные в этой технике, – необычное решение для интерьера, которое выглядит свежо и интересно.



«Волна», «банты», «бусины», «полоски», «фрукты-овощи» и морская тема

По-прежнему актуальные тренды в посуде и декоре, их можно видеть как в металлических, так и деревянных аксессуарах: настольных лампах, вазах, небольших акцентных столиках.



Винтажные формы

Банки для хранения, столовые приборы, мелкая бытовая техника в винтажном стиле. ✨GR



17-19 МАРТА 2026

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



**ИГРУШКА
МАРКЕТ**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
ИГРУШЕК И ИГР, КОРПОРАТИВНЫХ СУВЕНИРОВ,
ТОВАРОВ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА И КАНЦЕЛЯРИИ**



75 000+ toys-SKU
для торговых сетей
и маркетплейсов

Организатор:

MAYER J.
company



www.igrushka-market.ru

Место проведения:

Крокус Экспо
Международный выставочный центр

«СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА»: ЭКОНОМИМ ВАШЕ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ!

Онлайн-платформа «Сувенирная Точка», запущенная в 2022 году, провела очередную успешную сессию в марте 2025 года, добившись самых больших цифр по количеству участников за всю историю мероприятия. В этом обзоре мы традиционно представим статистические данные, расскажем о технических усовершенствованиях, а также поделимся отзывами участников проекта – поставщиков и заказчиков деловых подарков, мерча и промопродукции.

Весенняя сессия «Сувенирной Точки» прошла с 17 по 28 марта 2025 года. В мероприятии приняли участие **60 поставщиков и 205 заказчиков** – рекордный показатель за все время существования проекта. **Для заказчиков участие, как всегда, было бесплатным.**

Как обычно, некоторые компании выступали сразу в двух ролях – и как поставщики, и как заказчики. Они презентовали свою продукцию, параллельно находясь в поиске монопроизводителей для расширения собственного ассортимента.

Поставщики предлагали практически **весь спектр бизнес-подарков**, среди которых ювелирная продукция и аксессуары из драгоценных металлов, призы и награды, текстиль, ароматвары, гастрономические подарки, канцелярские принадлежности, аксессуары из натуральной кожи, подарки и мерч из Европы, настольные игры, упаковка, гаджеты, электроника и др.

Среди заказчиков присутствовали компании **из самых разных отраслей**, таких как нефтегазовый рынок, металлургия, химическая и медицинская промышленность, электроника, строительство, банковская сфера, агропромышленный комплекс и т.д.

Помимо конечных заказчиков, в списке были и рекламные агентства – их доля составила около 20%.

Как уже знают наши постоянные читатели (и, конечно, участники «Сувенирной точки»), на платформе доступны два канала коммуникации между участниками – видеовстречи и чат (переписка).

Среди поставщиков весенней сессии «Сувенирной Точки» такие компании, как Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы», Rokrovsky Jewelry, ЗАО «Фабрика «Ростовская финифть», ЗАО «Практика», ИПК «Платина», «Лабиринт», «Аромат Дома», Vivere Gifts, ARTA Group, LOGO77, Caspi Group, «Нью-Тон», РПК «Пи-Ай-Ви», «Атрибутика», «АльянсПринт» и другие.

Среди заказчиков весенней сессии «Сувенирной Точки» такие компании, как АО «Газпромбанк», АО «НК «Нефтиса», Тюменская областная Дума, ООО «Санкт-Петербургский Лифтовой Завод», ООО «Газпромнефть – Каталитические системы», ОАО «Уралтрубпром», АО «Красноярский электровагоноремонтный завод», АО «Горнопромышленная финансовая компания», АО «Подольский машиностроительный завод», KERAMA MARAZZI, АО «Реалист Банк», ОАО «Металлист», АО «Судостроительный завод «Вымпел», АО «Боровичский комбинат огнеупоров», ООО «Востокцемент», ОТК «ЮниТранс», ООО «Сыктывкарский фанерный завод», АО «Сухоложский огнеупорный завод», АО «Апатит», ГК «Шоколадница», АНО «Центр Желдорреформа», Национальная ассоциация организаторов мероприятий, ФБУН ЦНИИ Эпидемиологии Роспотребнадзора, ООО «Миасский завод медицинского оборудования», ФГУП КП «Кремлевский», МГТУ «Станкин» и многие другие.

Раздел **«Сообщения»** остается наиболее популярным вариантом связи: в этот раз заказчики написали почти 4 000 сообщений (на 30% больше по сравнению с предыдущей сессией осенью 2024 года). Что касается поставщиков, количество их сообщений превысило 15 200, увеличившись на 20% по сравнению с сентябрем прошлого года.



ОТЗЫВЫ ПОСТАВЩИКОВ

«АльянсПринт»: «Очень удобный формат мероприятия с точки зрения управления временем. Период проведения также был выбран удачно: как правило, занятость у поставщиков меньше, а многие корпоративные клиенты именно весной начинают выбирать бизнес-подарки к Новому году».

«Платина»: «Понравилась удаленный формат онлайн-выставки и отлично продуманный личный кабинет экспонента – все информативно, интуитивно понятно. Длительность проведения тоже устроила: две недели вполне достаточно для эффективной работы на платформе. Мы уже приняли решение об участии в следующей сессии «Сувенирной Точки» в сентябре 2025 года».

«Галерея Бокалов»: «Формат прекрасный, личный кабинет и система оповещений максимально удобны – не надо постоянно заходить на сайт и мониторить ответы заказчиков, сразу все видно и понятно. Что хочется сказать о процессе онлайн-переговоров: если на стороне потенциального клиента работает грамотный и коммуникабельный менеджер – дело сразу идет, причем очень хорошо. Наша продукция авторская, очень качественная и поэтому недешевая – квалифицированные сотрудники это прекрасно понимают и если отвечают, то строго по делу. В итоге мы получили один крупный заказ – и это немало. Замечательная организация мероприятия, обязательно будем участвовать в осенней сессии, выражаем благодарность всей команде «Сувенирной Точки!»»

BTWN: «Из преимуществ онлайн-формата мы отметили следующие: можно не отвлекаться от рабочего процесса и параллельно общаться; сразу видно, из какой компании обратился потенциальный заказчик и что его интересует. Весеннее время проведения мероприятия выбрано удачно, двух недель для онлайн-переговоров и видеовстреч вполне достаточно – особенно с учетом того, что организаторы дают возможность продолжать общение в чате еще в течение месяца после окончания основной сессии «Сувенирной Точки». За это им большое спасибо! Что касается готовности заказчиков к сотрудничеству: большинство переговоров было проведено с ознакомительной целью, но все-таки один клиент обратился с реальным заказом, еще двое в результате общения четко сформулировали запрос, с остальными продолжаем искать точки пересечения. В целом, можем сказать, что соотношение «цена – качество» более чем приемлемо. Примем участие в мероприятии в сентябре 2025».

«Деревянная лошадка»: «Мы участвовали в «Сувенирной Точке» впервые, остались довольны всем: форматом, временем проведения и длительностью мероприятия. Честно говоря, даже не ожидали такого количества обратной связи от клиентов! Компаний-заказчиков было достаточно (но нет предела совершенству!). Удалось достичь договоренностей о корпоративных заказах нашей продукции, есть первые сделки на суммы от 100 тысяч рублей».

Wood Kubik: «Только положительные впечатления от участия, все очень понравилось, мы познакомились со внушительным количеством потенциальных корпоративных

клиентов, которым очень понравилась наша продукция. Сразу после мероприятия мы уже закрыли одну сделку, а к новому сезону, уверены, заказов будет еще больше. В общем, мы поняли, что «Сувенирная Точка» – это по-настоящему «наше место»! Огромная благодарность организаторам».

Souvtech: «Мы участвовали в «Сувенирной Точке» впервые и уже через несколько дней работы оценили значимость мероприятия. Все прошло очень хорошо, мы представляли уникальную продукцию, аналогов которой не было на платформе, заказчики реагировали очень активно и позитивно. Мы даже порекомендовали команде онлайн-выставки повысить цену на участие, так как эти затраты многократно себя окупают. Сразу же решили присоединиться и к следующей сентябрьской сессии».



Чтобы участие в ключевой предновогодней сессии «Сувенирной Точки» (15–26 сентября 2025) стало еще более удобным и эффективным, мы разработали следующие **новые функции**:

- выгрузка каталога участников в форматах Word и Excel,
- отображение контактного лица в карточке компании,
- выбор отрасли, в которой работает заказчик,
- удаление ненужных чатов,
- маркировка прочитанных сообщений,
- визуальный редактор текста сообщений,
- выбор причины отклонения видеовстречи пользователем (например, если не интересует конкретный сегмент продукции или не подходит выбранный временной слот).

ОТЗЫВЫ ЗАКАЗЧИКОВ



ГК «Аврора СПГ»: «Очень понравилось, что на одной площадке собран большой пул поставщиков из разных регионов. Многие компании по-настоящему впечатлили, о некоторых новинках мы даже никогда не слышали. Из технических новшеств хотелось бы добавить возможность перехода с сайта в сторонние мессенджеры, чтобы там продолжать переписку с контрагентами. Желаем проекту дальнейшего процветания и развития!»

«Мисма Про»: «Комфортный формат мероприятия и время проведения, поставщиков на платформе также было достаточно. Мы сохранили много интересных контактов на будущее. Из желательных технических опций хотелось бы видеть в карточке участника обязательное для заполнения поле с указанием минимальной суммы заказа или партии».

«ЯТвойМерч»: «Мы впервые принимали участие в «Сувенирной Точке». Поначалу было не совсем понятно, насколько это будет целесообразно. Оказалось, очень даже полезно: особенно если учесть очередность проведения мероприятия с выставкой «Содружество». Получилось, что мы сперва познакомились с поставщиками онлайн, что-то для себя отметили, а потом с некоторыми из них пообщались на офлайн-площадке, оценив продукцию живую».

«Юнилот»: «Очень удобный онлайн-формат, длительность сессии в течение целых двух недель тоже порадовала – можно гибко выбрать время для работы на платформе. Нас, как рекламное агентство, интересовали прямые производители и поставщики: в частности, технологичных продуктов и бытовых гаджетов хорошего качества. Мы познакомились с одним из производств и разместили там заказ, сотрудничеством остались довольны. В части технической реализации все на платформе понравилось, никаких нареканий нет. Обязательно будем участвовать в осенней сессии «Сувенирной Точки».

ФБУН ЦНИИ Эпидемиологии Роспотребнадзора:

«Отличный дистанционный формат мероприятия – можно подключиться в любое время и не надо тратить время на дорогу. Компаний-поставщиков было достаточно, единственное пожелание – в будущем хотелось бы видеть больше предложений именно промосувениров. Сама платформа организована очень хорошо, все сделано для удобства пользователей».

«Янтарный круиз»: «В целом, все понравилось, поставщиков с самой разнообразной подарочной продукцией и мерчем на платформе было много. На следующих сессиях «Сувенирной Точки» мы бы хотели познакомиться с большим количеством производителей магнитов, мягких и резиновых игрушек, дождевиков, чехлов для чемоданов, шоперов. Тем не менее, нам удалось найти практически всех нужных нам партнеров по поставкам подарков, все онлайн-встречи и переписки в чате были продуктивны. Благодарим организаторов за проделанную работу, и до встречи в сентябре 2025!»

ООО «РПК «Партнер»:

«Исключительно удобный и комфортный формат мероприятия, так как не нужно терять время на разъезды, в любой момент можно зайти на сайт и пообщаться с контрагентами или найти нужную информацию. Время проведения (в марте) вполне устроило, можно было бы и чуть раньше – в феврале. Продолжительность сессии хотелось бы чуть дольше – 3-4 недели. На наш взгляд, среди участников нужно больше производителей канцелярии, полиграфии, наградной и сувенирной продукции, а также поставщиков расходных материалов (ткани, фурнитура, бумага и т.д.). В техническом плане в работе платформы все устроило. Наша общая оценка «Сувенирной Точки» – «отлично!»

Следующая сессия «Сувенирной Точки»

пройдет с 15 по 26 сентября 2025.

Как принять участие:

Тел.: +7 (985) 997-01-54,

  **+7 (910) 427-81-48**

+7 (926) 581-16-43.

По электронной почте:

для ЗАКАЗЧИКОВ – info@gift-meet.ru

(участие БЕСПЛАТНОЕ),

для ПОСТАВЩИКОВ – manager@gift-meet.ru.



СУВЕНИРНАЯ ТОЧКА.

15 – 26 сентября 2025

**Нужны корпоративные подарки на Новый год и другие праздники?
Ищете для своей компании эффектный и качественный мерч?
Требуется сувенирка на мероприятие?
Тогда вам – в «Сувенирную Точку»!**

«Сувенирная Точка» – это онлайн-центр закупок бизнес-подарков в формате индивидуальных переговоров, онлайн-платформа для проведения деловых встреч между поставщиками и заказчиками сувенирной продукции.



Участие для заказчиков БЕСПЛАТНОЕ!
Формат – онлайн
Подробнее на сайте www.gift-meet.ru

+7 (916) 572-30-14

+7 (985) 997-01-54, ☎ +7 (910) 427-81-48

info@gift-meet.ru

www.gift-meet.ru



FAHRENHEIT 183

INHALE YOUR MOMENTS

Когда подарок
работает на ваш бренд



Подарки, которые подстраиваются
под ваш бренд и бюджет

Ароматические свечи, диффузоры и автопарфюм
в фирменной упаковке — от лаконичного мини
до премиальных подарочных наборов

www.f183opt.ru
www.fahrenheit183.ru
+7-915-476-59-06

