

БИЗНЕС-ПОДАРКИ • МЕРЧ • ПРОМО *Гид* СУВЕНИРНЫЕ

№ 1 | 2026

www.gift-review.ru

ТЕМА НОМЕРА

Русский код:
тренд, который с нами надолго

ЛИКБЕЗ

Подарок на все 365:
«календарный» ликбез

ТРЕНДЫ

Высокий сезон 2026:
тренды и стратегии закупок

СОЦПРОЕКТ

BuySocial:
символ года со смыслом

i LUXE

ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ ЗА ПОЛОВИНУ СТОИМОСТИ

Специальное предложение
для читателей
«СУВЕНИРНОГО ГИДА»

Скидка на подарочные
наборы 50%

Промокод **ГИД50**



Сканируй QR-код
и получи скидку 50%

iluxeshop.ru/gid50



ПОДРОБНЕЕ ЧИТАЙТЕ НА СТР. 14-15



Дарите эмоции!

КОРПОРАТИВНЫЕ МАСТЕР-КЛАССЫ НА НОВЫЙ ГОД И ДРУГИЕ ПРАЗДНИКИ

- ▶ более 400 активностей в каталоге
- ▶ возможность кастомизации и брендрования мастер-классов
- ▶ профессиональные художники и менеджеры

Подробнее читайте на стр. 22-23

Заказал —
и забыл!



<https://mk-art.ru>

Посмотреть
каталог

Рисунки: ИИ. Союз. Евгений Александров. ИИИ. 77240443631



Плетение
новогоднего
венка

Роспись ёлочного
шара

Нас выбирают, когда нужно
сделать все на высшем уровне.

Подберем выездные мастер-классы
точно под ваши запросы и рассчитаем
их стоимость.

<https://mk-art.ru>

Подробнее читайте на стр. 22-23

Роспись
пряников



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

С ХАРАКТЕРОМ ВАШЕГО БРЕНДА



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

Регистрация в Федеральной службе интеллектуальной собственности, патентов и товарных знаков РФ № 2017/07/00110

Регистрация в Федеральной службе интеллектуальной собственности, патентов и товарных знаков РФ № 2017/07/00110



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

С ХАРАКТЕРОМ ВАШЕГО БРЕНДА



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



Подробнее читайте на стр. 24-25

НОВАЯ ЭРА

ТАКТИЛЬНОГО
БРЕНДИНГА



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

Реклама ООО «Стан» ИНН 6472231812

Реклама ООО «Стан» ИНН 6472231812

4[FOUR]elements

4[FOUR]elements – интерьерные ароматы
и предметы из архитектурного бетона
и вулканической лавы

Каждое изделие – это ручная работа
из природных материалов
с возможностью персональной
гравировки от одного экземпляра.

В основе – премиальные унисекс-ароматы
и философия четырех стихий:
воды, воздуха, огня и земли,
объединенных в одной предметной форме.
Такой подарок удивит даже самого
искушенного получателя.



+7 (906) 780-25-00
<http://4elements.moscow>
fourelements@inbox.ru

СКИДКА 5% по промокоду **GIFT26**



Рисунки ИИ. Фото: Мария Владимировна. ИИ. 22.11.2021. 16:09

Рисунки ИИ. Фото: Мария Владимировна. ИИ. 22.11.2021. 16:09

МЕРЧ МОЖЕТ БЫТЬ КРУТЫМ ЙО!КАТАЛОГ

Мы переосмыслили язык сувенирной продукции и создали для вас новый каталог мерча с таким ассортиментом, которым сами хотели бы пользоваться.

Пока многие выбирают привычные решения, мы предлагаем подарки, за которыми стоит интересная идея.



yomerc.ru

info@yomerc.ru

+7 (495) 161-41-00



Коллекция 2026-2027



В НОВЫЙ СЕЗОН – С НОВЫМ ИМЕНЕМ!

Друзья, вы держите в руках наш журнал — и, наверное, удивлены. Знакомые цвета, привычная верстка, а на обложке вместо традиционного GIFT Review — «Сувенирный Гид».



Анна Пасечник, главный редактор

Почему мы решили сменить имя? Честно говоря, уже давно об этом думали, и недавний закон о русификации в публичном пространстве подтолкнул нас к такому шагу.

Кстати, так совпало, что тема этого номера – как раз про русский стиль. На страницах выпуска вы найдете множество материалов об уникальной продукции локальных российских производителей, а также узнаете секреты создания успешного «русского подарка».

«Сувенирный Гид» – почти дословный и очень органичный перевод GIFT Review «подарочное обозрение». Он как нельзя лучше отражает миссию издания – быть путеводителем по миру бизнес-подарков: мы продолжаем держать вас в курсе трендов, новинок и лучших предложений промоиндустрии.

Кроме того, теперь название журнала лучше перекликается с наименованием нашего второго проекта «Сувенирная Точка», стартовавшего в 2022 году, в рамках которого заказчики и поставщики мерча проводят переговоры о сотрудничестве, не выходя из офиса.

И да, теперь у нас новая нумерация. Мы были бы рады поставить на обложке цифру 55, но по формальным причинам начали отсчет заново. С новым именем, но с той же командой, тем же подходом и любовью к делу.

Кроме названия, у нас ничего не изменилось: мы сохранили и печатную, и электронную версии издания, формат и тематику материалов. Нас по-прежнему читают около 10 тысяч компаний по всей России.

Также ребрендинг совпал с еще одним знаменательным событием – в этом году у нашего журнала юбилей: 15 лет! Пилотный номер вышел в далеком 2011 году с «Красным Кубом» на обложке. С тех пор мы прошли большой путь: от издания об оптово-розничном рынке подарков до ведущего отраслевого журнала о бизнес-сувенирах, корпоративных подарках и мерче. За плечами – 55 выпусков, сотни экспертов, десятки выставок в России, Азии и Европе.

Сердечно благодарим всех наших читателей, партнеров и рекламодателей, оставайтесь с нами!

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ И ПОРТАЛ **Гид**
СУВЕНИРНЫЙ 15
ЛЕТ

Все, что вы хотели знать о рынке подарков, и немного больше

СОДЕРЖАНИЕ

- 11

СЛОВО РЕДАКЦИИ
В НОВЫЙ СЕЗОН – С НОВЫМ ИМЕНЕМ!
- 14

ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ
ILUXE: ПОДАРОК, КОТОРЫЙ ГОВОРИТ О ВАШЕЙ КОМПАНИИ
- 16

АРОМАМАРКЕТИНГ
FANRENHEIT 183:
ПОЧЕМУ БИЗНЕС ПЕРЕХОДИТ НА АРОМАТЫ
- 18

ПРЕМИАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ
«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»:
ДРАГОЦЕННОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ РУССКОЙ ДУШИ
- 21

АРОМАМАРКЕТИНГ
4[FOUR]ELEMENTS:
АРОМАТИЧЕСКАЯ МАГИЯ ВУЛКАНА И БЕТОНА
- 22

ПОДАРКИ-ВПЕЧАТЛЕНИЯ
STUDIO ANNA LIBER: ДАРИТЕ ПРАЗДНИК!
- 24

ТЕКСТИЛЬ
STAN: ГЛУБИНА В ДЕТАЛЯХ
- 26

МЕРЧ
НОВЫЙ ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОМУ МЕРЧУ:
ОПЫТ «ЙО!КАТАЛОГА»
- 29

АКСЕССУАРЫ
PORTMAN:
ПОДАРОК, КОТОРЫЙ РАБОТАЕТ НА ВАШ ИМИДЖ
- 30

БИЗНЕС-ПОЛИГРАФИЯ
«НОРГИС ПРЕСС»:
ПОЧЕМУ В ЭПОХУ НЕЙРОСЕТЕЙ ВЫБИРАЮТ БУМАГУ
- 32

АКСЕССУАРЫ
ВОЛЧКИ WOLFSPIN – ПОДАРОК ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО БАЛАНСА
- 34

БРЕНДЫ
«ТОПКАТАЛОГ» И ТМ «АДЪЮТАНТ»
ОБЪЕДИНЯЮТ УСИЛИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БРЕНДА BPLANNER
- 36

ТЕМА НОМЕРА
РУССКИЙ КОД:
ТРЕНД, КОТОРЫЙ С НАМИ НАДОЛГО
- 46

КЕРАМИКА
TAVOLGA CERAMICS:
НОВОГОДНИЙ ФАРФОР С БАЙКАЛА
- 48

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
«МАГИЯ ТРАВ»:
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ
- 50

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПОДАРКИ
ВКУСНАЯ ЭКЗОТИКА ОТ DICHSHOP.RU
- 52

ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ
NEST: ЧТО ПРОИСХОДИТ С ПОДАРОКОМ ПОСЛЕ ПРАЗДНИКА?
- 54

ТРЕНДЫ
ВЫСОКИЙ СЕЗОН 2026: ТРЕНДЫ И СТРАТЕГИИ ЗАКУПОК
- 66

АКСЕССУАРЫ
ПВХ-МЕРЧ – НЕ ПРОСТО СУВЕНИР.
ПОЧЕМУ БРЕНДЫ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ
- 70

СЛАДКИЕ ПОДАРКИ
НОВЫЙ 2027 ГОД С ШОКОЛАДНОЙ ФАБРИКОЙ «КОНФАЭЛЬ»
- 72

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
СИМВОЛ ГОДА СО СМЫСЛОМ
- 76

ЛИКБЕЗ
ПОДАРОК НА ВСЕ 365: «КАЛЕНДАРНЫЙ» ЛИКБЕЗ
- 85

СОБЫТИЯ
ЕСЛИ «ТОЧКА», ТО «СУВЕНИРНАЯ»!

Оформить подписку на журнал «СУВЕНИРНЫЙ ГИД»:

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

Журнал «СУВЕНИРНЫЙ ГИД»
№ 1 | 2026. Дата выхода: 24.08.2026
Рекламное СМИ. Свободная цена.
Учредитель ИП Пасечник Анна Александровна
Главный редактор: Пасечник А. А.
editor@gift-review.ru
Выпускающий редактор: Михайлова А. А.
Дизайн и верстка: Еськина М. В.
Адрес издателя / редакции: 117321, г. Москва, ул. Профсоюзная, 132-2-8

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС77-91552 от 08 мая 2026 г.

Тел.: +7 (495) 587-15-69
info@gift-review.ru
www.gift-review.ru
Тираж: 3000 экз.

Перепечатка 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.

Ёлочные игрушки и подарки ручной работы

по индивидуальному дизайну



8 (995) 301-17-36
мануфактураподарков.рф



ERAGRAPHIC



СТАТУС, СОЗДАННЫЙ
— С ЮВЕЛИРНОЙ ТОЧНОСТЬЮ

ВИЗИТКИ, ЗНАЧКИ И БРЕНДХОЛДЕРЫ ERAGRAPHIC — ПРЕМИАЛЬНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ БРЕНДА В МЕТАЛЛЕ, РЕЛЬЕФЕ И ФАКТУРЕ.

Каждое изделие создаётся индивидуально, подчёркивает внимание к деталям и становится продолжением образа владельца или компании.



Визитки

Насыщенный цвет, металл и рельеф превращают визитку в запоминающийся предмет дизайна, который передаёт контакты и подчёркивает внимание к деталям.



Значки

Объёмная форма, зеркальный блеск и точная детализация превращают фирменный знак в выразительный аксессуар, который дополняет деловой образ.



Брендхолдеры

Статусный объект для кабинета или переговорной. Многослойная композиция, металлическая вставка и персональная гравировка воплощают историю и ценности бренда.

Ваш бренд заслуживает большего.

Eragraphic создает изделия, которые говорят о статусе тактильно.

+7 (351) 220 56 48
[INFO@ERAGRAPHIC.RU](mailto:info@eragraphic.ru)

Реклама ООО «Мануфактура Подарков» ИНН 7803016495

Реклама ИП Григорьев Марины Михайловны ИНН 78030164957

В ДЕКАБРЕ ВЫБИРАЮТ
ИЗ ТОГО, ЧТО ОСТАЛОСЬ.

СЕЙЧАС - ИЗ ТОГО,
ЧТО ХОЧЕТСЯ ПОДАРИТЬ.

iluxeshop.ru/gid50

ЗИМНЯЯ КОЛЛЕКЦИЯ 2026

ПОДАРОК, КОТОРЫЙ ГОВОРИТ О ВАШЕЙ КОМПАНИИ

Хороший корпоративный подарок говорит о компании ещё до того, как человек прочитает поздравительную открытку. Он показывает отношение к партнёрам, внимание к деталям и уровень бренда.

Пока большинство компаний начинают искать подарки в декабре, лучшие решения выбирают заранее. Именно поэтому каждый год мы открываем приём заказов ещё летом - чтобы у наших клиентов был выбор, а не остатки.

В iLUXE мы создаём корпоративные подарки, которыми действительно пользуются. Функциональные предметы, премиальная упаковка и персонализация делают каждый набор продолжением вашей компании, а не формальным сувениром.

Новогодняя коллекция включает подарочные наборы для ценителей вина, аксессуары для сервировки, интерьерные решения и фирменную упаковку с индивидуальным брендингом.

Уже более 100 компаний выбрали iLUXE для поздравления своих клиентов и партнёров.

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ ЖУРНАЛА
«СУВЕНИРНЫЙ ГИД»

-50% при заказе от 5 наборов

ПРОМОКОД

ГИД50

Количество акционных наборов ограничено. Зафиксируйте стоимость заранее и спокойно войдите в декабрь без срочных согласований и компромиссов.

iluxeshop.ru/gid50



iLUXESHOP.RU

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

FAHRENHEIT 183: ПОЧЕМУ БИЗНЕС ПЕРЕХОДИТ НА АРОМАТЫ

Представьте: ваш корпоративный подарок – не просто вещь, а то, что человек будет использовать каждый день, вдыхать и неизменно ассоциировать с вами. Это не фантастика, а реально работающий инструмент – аромамаркетинг. Крупные компании уже давно включили его в свои коммуникационные стратегии. Как именно внедрить эту технологию и не прогадать с выбором – знают в компании FAHRENHEIT 183.

ПОЧЕМУ ПОДАРОК С АРОМАТОМ РАБОТАЕТ ЛУЧШЕ ТРАДИЦИОННЫХ СУВЕНИРОВ

Букет завянет, конфеты съедят, а свеча, диффузор или саше будут напоминать о себе еще очень долго. Аромат — это самый стойкий и искренний способ сказать «спасибо». Он не кричит о вашем бренде, но оставляет глубокий след в памяти.

Компании не случайно все чаще выбирают такие презенты. Ведь сувенир, пылящийся на полке, – это впустую потраченный бюджет. А подарок, которым пользуются, – инвестиция в лояльность.

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ, О КОТОРОЙ ВЫ НЕ ПОДУМАЛИ

Выбрать подарок для коллектива, где работают мужчины и женщины, молодежь и топ-менеджеры, – задача со звездочкой. Аромат решает ее элегантно.

К примеру, мужчина получит брутальный флакон автопарфюма с ароматом кожи, табака или ветивера. То, что будет встречать его каждое утро в машине и настраивать на рабочий лад.



Женщине придется по душе чувственный аромадиффузор. С нотами жасмина, сандала или мускуса. Ее личный островок тишины после долгого дня.

Молодому сотруднику или партнеру, который постоянно в движении, пригодится аромасаше в сумку или рюкзак. Незаметный, но незаменимый аксессуар, который даже перелет в «экономе» сделает чуть более комфортным.

СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ – НОВАЯ БИЗНЕС-РЕАЛЬНОСТЬ

Дальновидные компании давно поняли: запах – мощный инструмент воздействия на клиента. Он минует рациональное «нравится / не нравится» и бьет прямо в эмоциональный центр. А самые продвинутые – дарят ароматы своим клиентам и партнерам, продлевая контакт и за пределами деловой встречи. Это называется сенсорным маркетингом.

Решение МД, Артемьев, Елена, Березинский (ИНН 7725139880) 09

Решение МД, Артемьев, Елена, Березинский (ИНН 7725139880) 09



УПАКОВКА, КОТОРАЯ ГОВОРИТ О ВАС

Кастомизация для FAHRENHEIT 183 – не дополнительная услуга, а стандарт.

В эконо-сегменте это может быть лаконичная стильная упаковка с логотипом. Без лишнего пафоса, но с характером.

В премиум-сегменте выбор решений поистине впечатляет: матовые коробки, металлические банки, деревянные кейсы, глубокая гравировка, окрашивание стекла по цветам вашего брендбука. Все, что делает подарок статусным еще до распаковки.

НАИВЫСШИЙ УРОВЕНЬ СЕРВИСА – от скорости согласования макетов до доставки по всей России и миру. FAHRENHEIT 183 работает так, чтобы вы ни о чем не беспокоились.

FAHRENHEIT 183 – не просто мастерская. Это ваша возможность подарить атмосферу и приятное воспоминание. Переходите на наш сайт. Узнайте, как забота о клиентах и уважение к партнерам воплощаются в каждой ароматической ноте.

FAHRENHEIT 183 – КОГДА АТМОСФЕРА
СТАНОВИТСЯ ЧАСТЬЮ БРЕНДА.

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

«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»: ДРАГОЦЕННОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ РУССКОЙ ДУШИ

В эпоху глобальной унификации настоящая роскошь – это возможность говорить с партнером на языке родной культуры, и Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы» воплощает этот принцип во всех своих новинках. От изысканного театрального бинокля до ватных игрушек по технологиям XIX века – каждое изделие становится закодированным посланием, где двуглавый орел, ангелы Петербурга и узоры перегородчатой эмали напоминают о величии русской традиции. Дарить такие вещи – значит подчеркивать не просто статус, а глубину, вкус и уважение к истокам, которые никогда не выходят из моды.

АКСЕССУАРЫ

НАБОР «ПЕТЕРБУРГ ГЛАЗАМИ АНГЕЛОВ»

За этот набор, в состав которого входят серебряные ситечко и ионизатор с изображением ангела с сердцем, компания получила гран-при в номинации «Лучший производитель сувениров Санкт-Петербурга» в рамках конкурса «Новая культура сувениров» в октябре 2025 года.

«Данный аксессуар символизирует связь с индустриальным и промышленным наследием нашего города. Образ ангела на изделии – это не просто знак любви и защиты, а отсылка к архитектурным сооружениям Северной столицы, величайшим памятникам, которые в свое время стали вершиной урбанистического и технического мастерства. Ангелы здесь повсюду: на шпилях Петропавловского собора и Адмиралтейства, на фасадах дворцов и мостов, и, конечно, главный из них – ангел на Александровской колонне», – поясняют в компании.



ЗНАЧОК «АЛЫЕ ПАРУСА»

Каждый год в Санкт-Петербурге проходит одно из самых зрелищных событий лета – фестиваль выпускников «Алые паруса». Главный символ праздника – бриг «Россия» с алыми парусами – проплывает по Неве под залпы салюта и световое шоу. Увидеть знаменитый парусник можно с городских набережных, а если не вживую, то в миниатюре – серебряный значок «Алые паруса» от «Русских Самоцветов» вдохновлен романтической историей Ассоль и Грея. Он будет напоминать о самом важном: мечты сбываются, если продолжать в них верить.

КАЛЕЙДОСКОП

Еще одна новинка Ювелирного дома. В этом тематическом сувенире медный корпус, созданный с использованием техники электроформинга, становится холстом для великолепной гильошированной эмали. Сочетание богатого серебрения и благородного золочения придает аксессуару неповторимое сияние, погружая вас в волшебный мир красок и отражений.



ТЕАТРАЛЬНЫЙ БИНОКЛЬ

Посещение театральных премьер было характерной привычкой аристократии XIX столетия. Выход в театр, как и выход в свет, подразумевал соблюдение определенных правил этикета, касавшихся внешнего вида. Так, наряд дамы должен был быть достаточно сдержанным, но дополненным украшениями и элегантными аксессуарами, например, такими как театральный бинокль работы Фаберже.

Новинка от «Русских Самоцветов» – изысканный бинокль, где медные накладки украшены гильошированной эмалью, а серебрение и золочение добавляют статусности и блеска. Корпус, выполненный с высочайшим мастерством в технике электроформинга, делает эту вещь не только функциональным инструментом, но и настоящим произведением искусства.

Рисунки Ю. «Русские самоцветы» ИМБ 7010/07100

Рисунки Ю. «Русские самоцветы» ИМБ 7010/07100

ИЗДЕЛИЯ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ

Многие сувениры «Русских Самоцветов» – запонки, значки, монеты, зажимы для галстуков и другие – могут быть выполнены с государственной символикой: аксессуары с двуглавым золотым орлом или красочным эмалевым триколором представляют интерес с художественной точки зрения и деликатно подчеркивают статус и вкус своего владельца.



ПОДАРОЧНАЯ КАНЦЕЛЯРИЯ

Ежедневник и шариковая ручка с государственной или корпоративной символикой – прекрасный подарок руководителю компании, ключевому бизнес-партнеру, VIP-персоне. Накладки на обложке блокнота и колпачке ручки выполнены из серебра 925 пробы или ювелирной латуни методом литья, с любым изображением или логотипом. Также корпус ручки может быть декорирован эмалью или разнообразными вставками.

ПОСУДА

ПИТЕЙНЫЙ НАБОР «МОРОШКА»

Новинка коллекции «Шедевры перегородчатой эмали». Самовар и чашки выполнены из серебра 925 пробы с золочением и украшены живописными узорами, созданными вручную в эмалево-филигранной технике.



ДЛЯ ЧАЯ И КОФЕ

Чайные и кофейные пары, подстаканники и столовые приборы изготовлены из серебра 925 пробы. Картины на изделиях выложены мастерами вручную в технике филигрании и покрыты горячей эмалью. Тонкая филигрань придает продукции уникальность и изящество. Сложные узоры и витки серебра создают эффект легкости и воздушности, превращая каждый элемент коллекции в шедевр ювелирного искусства. Предметы доступны для брендинга. Логотип компании или памятную надпись можно нанести на ложечку или чашку – для этого предусмотрен специальный «медальон» в нижней части ручки.



НОВЫЙ ГОД

ВАТНЫЕ ИГРУШКИ

Елочные украшения созданы по восстановленным традиционным технологиям и полностью выполнены вручную из ваты и крахмального клея. Образы дополняют изысканные элементы из серебра 925 пробы с эмалевыми вставками. Лица кукол воспроизводят облик антикварных игрушек конца XIX века. Роспись выполнена акриловыми красками, поверхность украшена деликатным слюдяным сиянием. Каждая деталь хранит тепло рук мастеров и дух старинных рождественских ярмарок. Атмосферный изящный подарок для коллекционеров и ценителей традиционных ремесел.



ПОДАРОЧНЫЕ НАБОРЫ

Любые драгоценные изделия, тематические сувениры и аксессуары от «Русских Самоцветов» можно собрать в подарочные наборы по принципу конструктора на различное количество персон. Каждый комплект будет упакован в изящную шкатулку или коробку с ложементом. Наполнение подарочных боксов может быть самым разнообразным: например, включать посуду и столовые приборы – чайную или кофейную пару с серебряной ложечкой, барные аксессуары, тематические значки, монеты и запонки, елочные украшения (шары, снежинки, лошадки, щелкунчики) из меди, латуни и гильошированной эмали.



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.

Предприятие работает по двум основным направлениям: складская программа и изделия по индивидуальному проекту с определенной минимальной суммой заказа. 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!

АО «Русские Самоцветы»

Санкт-Петербург, пл. Карла Фаберже, 8

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

4[FOUR]elements: АРОМАТИЧЕСКАЯ МАГИЯ ВУЛКАНА И БЕТОНА

Большинство корпоративных подарков «живут» всего несколько дней. Лучшие – становятся частью интерьера на годы. Такие предметы продолжают ежедневно напоминать о бренде, превращаясь из сувенира в элемент пространства. Компания 4[FOUR]elements предлагает продукты именно с этой философией – ароматические арт-объекты ручной работы из природных материалов, которые подчеркивают ваш статус и стиль.

В 4[FOUR]elements создают дизайнерские свечи и ароматические диффузоры из архитектурного бетона и вулканической лавы. Каждое изделие изготавливается вручную, а персонализация выходит далеко за рамки нанесения логотипа. Специалисты компании подбирают оттенки бетона в фирменных цветах заказчика, выполняют высокоточную лазерную гравировку, разрабатывают упаковку и аромат, который становится частью впечатления о бренде.



Команда бренда постоянно развивает коллекцию и каждый год создает новые изделия, расширяя возможности для корпоративных проектов. Один из таких примеров – арома-органайзер из архитектурного бетона и вулканической лавы: лаконичный предмет, который органично вписывается в личный или рабочий интерьер. В нем соединены природная фактура, функциональность и аромат – это именно те элементы, которые позволяют бизнес-подарку выйти за рамки сувенира и стать частью повседневного пространства.

За годы работы 4[FOUR]elements реализовали более **1500 корпоративных проектов** для таких компаний как «2ГИС», SimpleWine, Arlight, «МКБ», «Авито Недвижимость», «Вертолеты России», «Роскосмос», «Ингосстрах», «Автодор» и многих других. Внимание компании к деталям на каждом этапе производства уже отмечали **Forbes** и «Коммерсантъ».

Для 4[FOUR]elements корпоративный подарок – это не просто знак внимания, а инструмент долгосрочной коммуникации, который остается в личном пространстве человека и продолжает работать на бренд каждый день.

4[FOUR]elements
Бренд ароматов для дома и офиса
Москва, ул. Академика Королева,
13, офис 229
+7 (906) 780-25-00
<http://4elements.moscow>



STUDIO ANNA LIBER: ДАРИТЕ ПРАЗДНИК!

В последние годы все больше компаний выбирают камерные мероприятия вместо традиционных сувениров. Как порадовать команду, создать праздник и не превысить бюджет? Одно из решений – корпоративный мастер-класс по созданию подарков своими руками.

Совместное творчество рождает теплую атмосферу, заряжает хорошим настроением и дарит эмоции, которые остаются в памяти надолго. Подарок, сделанный своими руками, бережно хранят и с улыбкой вспоминают процесс его создания. А возможность брендирования презентов – декор в фирменных цветах компании, логотип, упаковка – превращает мастер-класс в инструмент укрепления корпоративной культуры. В результате вы получаете яркое событие, памятные фото, решенный вопрос с корпоративными подарками – и все это экономично и экологично. Особенно ценно, что устроить мастер-класс можно прямо в офисе: каждый сотрудник отвлечется от рабочей рутины и разделит радость праздника с коллегами.



ИДЕИ НОВОГОДНИХ КОРПОРАТИВНЫХ МАСТЕР-КЛАССОВ ОТ STUDIO ANNA LIBER

Анна Либер, основательница компании Studio Anna Liber, и ее команда провели сотни новогодних мероприятий и знают, как сделать их по-настоящему волшебными. Компания организует корпоративные мастер-классы по системе «заказал и забыл»: полная реализация под ключ, профессиональные мастера, дружеская атмосфера. Каждый гость уходит с уникальным подарком и зарядом положительных эмоций. Вот три проверенных формата для вашего коллектива.



Роспись ёлочных шаров – изготовление эксклюзивной игрушки, которая будет украшать елку долгие годы. Под руководством художника даже новичок сможет нанести уникальный рисунок на поверхность шара всего за 15-30 минут. Опытные мастера помогают в процессе росписи и рассказывают интересные факты о традициях новогодних украшений.



Роспись имбирных пряников – хит сезона уже несколько лет подряд. Участники за 10-15 минут создают съедобный шедевр из ароматной глазури и декора. Возможна персонализация упаковки и вафельных плашек.



Создание венков из мишуры – разработка модного и долговечного декора своими руками. Участники формируют основу и украшают ее цитрусами, шишками, бантиками. Дополнить изделие можно брендированными лентами и игрушками с логотипом компании.

Дарите не вещи, а впечатления.
Пусть ваш корпоративный праздник станет тем самым ярким событием, о котором будут вспоминать вплоть до следующего декабря.

Studio Anna Liber
<https://mk-art.ru> contact@liberann.ru 8 (966) 330-26-62

СТАН: ГЛУБИНА В ДЕТАЛЯХ

Есть мерч, который «считывается» за секунду, а есть тот, к которому хочется вернуться еще раз. Разницу создают не форма или цвет, а детали: рельеф, объем, четкость контуров. Они дают ощущение глубины и делают базовую вещь визуально интереснее. Современные технологии брендинга влияют именно на этот уровень восприятия. Они позволяют нанести принт так, что изображение перестает быть декоративным элементом и начинает работать на образ.



ЧТО ДАЕТ ГЛУБИНА

Глубина – это не про сложность ради сложности, а про то, как небольшое визуальное решение меняет характер вещи. Рельефное изображение выглядит иначе: оно воспринимается более статусным и дорогим. Технологии вроде эмбоссинга, ПВХ-шевროнов, флекстрана и 3D-патчей могут превратить базовые модели в премиальную коллекцию мерча. Они добавляют изделию фактуру, притягивающую взгляд: ее хочется рассмотреть и касаться.

ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЙСТВИИ

Эмбоссинг – рельефное тиснение на ткани, которое придает вещи выразительную фактуру и премиальный характер. Это решение используют многие мировые бренды, когда важны не просто стиль и качество, а база, которая выглядит дорого и современно. Подходит для изделий из плотных хлопковых и смесовых тканей: футболок, толстовок, свитшотов.

Выгоден, когда важно:

- получить статусный рельеф без яркости;
- сохранить лаконичный стиль мерча;
- сделать нанесение долговечным и устойчивым.

В STAN эмбоссинг можно сделать и на готовом изделии. Это удобно, если вы выбираете базовую модель из каталога и хотите быстро превратить ее в брендированный продукт без полного цикла пошива.



Флекстран – технология термопереноса, которая создает эластичное и объемное изображение. Хорош для одежды, где важны комфорт и современный внешний вид. Дает аккуратный рельеф, сохраняет форму и эластичность при повседневной носке.

Подходит, когда нужно:

- добавить объем без потери эластичности ткани;
- сохранить форму и рельеф при эксплуатации.



Решение ООО «СТАН» №ИИ 6497221012

Решение ООО «СТАН» №ИИ 6497221012

ПВХ-шеврон – мягкая нашивка с четким контуром и хорошо заметным рельефом. ПВХ-шеврон удобен там, где нужен акцент, который сохраняет форму и читаемость при активном использовании. Формат подходит для одежды, аксессуаров, ремувок, патчей и брелоков.

Выгоден, если задача такая:

- передать даже мелкие элементы логотипа;
- получить яркий и собранный визуальный акцент – до 12 цветов.

ПВХ-шеврон можно сделать экономичнее: вместо полноценного клише используется ПВХ-основа, которую затем брендировуют УФ-печатью. В результате получается объемный полноцветный шеврон.



3D-патч – полноцветный объемный элемент с четким контуром и плотным рельефом. 3D-патч заметен там, где обычная печать уже не дает нужного эффекта. Он подходит для одежды, аксессуаров и капсульных коллекций, где важны детализация и выразительность.

Хорош, если надо:

- передать сложный или многоцветный макет;
- сохранить чистые края и аккуратную форму;
- использовать акцент там, где вышивка не подходит по техническим ограничениям.



ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ

Когда нанесение продумано, мерч воспринимается иначе. Принт не выглядит случайным и не остается просто носителем логотипа. Глубина придает изделию завершенность, а брендингу – цельность. Технологии нанесения, перечисленные выше, ценны не сами по себе, а как способ усилить смысловую форму и характер вещи. Они помогают сделать мерч не «громче», а «точнее».

КАК ВЫБИРАТЬ ПОД ЗАДАЧУ

Выбор технологии начинается не с внешнего образа, а с того, какую роль должен играть принт в вещи. Если нужен тихий, благородный рельеф – подойдет эмбоссинг. Важен яркий и устойчивый акцент – ПВХ-шеврон. Необходим объемный, но комфортный вариант – флекстран. Требуется детализация и современный характер – 3D-патч.

Наведите камеру на QR-код и откройте чек-лист STAN, чтобы за несколько минут подобрать технологию нанесения под свою задачу.



STANь ярче! Выбирай STAN!

STAN

Вся Россия: 8 (800) 555-53-05

Екатеринбург: 8 (343) 226-00-72

Москва: 8 (499) 705-705-6

stan.su

НОВЫЙ ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОМУ МЕРЧУ: ОПЫТ «ЙО!КАТАЛОГА»



Аркадий Алышев

Когда речь идет о запуске каталога мерча, мы обычно представляем себе сайт, ассортимент и красивые фотографии, но на самом деле за этим стоит гораздо больше. Хороший бизнес начинается там, где появляются люди, образцы и доверие. О том, как завоевать авторитет у клиентов и почему сегодня недостаточно просто собрать на одном портале трендовые товары, нам рассказал исполнительный директор «ЙО!каталога» Аркадий Алышев.

«Сувенирный Гид»: Нишу мерча сложно назвать свободной: в ней давно работают сильные игроки. Почему вы решили запустить «ЙО!каталог» именно сейчас?

Аркадий Алышев: Если ждать идеального момента, можно не начать никогда. Рынок корпоративных подарков кажется сформированным, но он постоянно меняется: появляются новые запросы, товары и тренды. При этом крупные каталоги часто становятся менее гибкими и медленнее реагируют на изменения. Мы увидели возможность предложить отрасли свежий подход к продукту, скорости и удобству выбора. На старте мы не опирались на проверенные хиты, а стали искать интересные новинки, в том числе и у российских производителей.

Аркадий Алышев, «ЙО!каталог»: «Благодаря встречах в нашем шоуруме люди вдохновляются и заряжаются новыми идеями».

«СГ»: Что сегодня помогает поставщику завоевать доверие рекламных агентств?

А.А.: Я убежден в том, что одна хорошая встреча-презентация дает больше, чем десятки переписок. Именно поэтому мы сделали шоурум не просто офисом, а пространством для



Аркадий Алышев, «ЙО!каталог»: «Маркетинг – двигатель торговли!»

встреч. Здесь представители рекламных агентств могут увидеть товары вживую, сравнить несколько вариантов и понять, какой из них действительно подойдет под задачу клиента. Но показать товар – только половина дела. Не менее важно рассказать историю, которая стоит за ним. Почему именно этот подарок будет уместен? Чем он запомнится? Как объяснить его ценность конечному заказчику? На встречах мы делимся такими идеями и сценариями использования, чтобы агентству было проще предложить свою концепцию клиенту. На клиентские мероприятия мы тоже приезжаем с большим удовольствием, а также участвуем в крупных отраслевых выставках. Это уникальная возможность пообщаться с покупателями, узнать их потребности и помочь с правильным выбором.

«СГ»: Что помогло «ЙО!каталогу» так быстро заявить о себе на рынке?

А.А.: Нам был нужен динамичный старт, поэтому мы собрали команду специалистов, у которых уже имелся опыт работы в других каталогах сувенирной продукции. Они знают отрасль изнутри, умеют решать задачи клиентов и со многими агентствами взаимодействуют очень давно. Это позволило нам сразу сосредоточиться на запросах заказчиков, а не на выстраивании процессов работы.

Параллельно мы сделали ставку на сильный маркетинг и коммуникацию. Для нас было важно сразу показать, чем «ЙО!каталог» отличается от других поставщиков и чем мы будем полезны рынку. Можно собрать отличный каталог, но если о нем никто не узнает, он так и останется просто хорошей идеей. Поэтому мы с первых дней инвестировали не только в ассортимент, но и в узнаваемость бренда.





«СГ»: За год работы «ЙО!каталог» успел выйти не только на российский рынок, но и в Казахстан. Что для вас значит этот шаг?

А.А.: Это стало приятным сюрпризом для команды. Выход в Казахстан был запланирован на лето 2026 года, но первые клиенты нашли нас еще в ноябре 2025-го. Недавно мы приняли участие в выставке «KazПромо» в Алматы и встретились с партнерами лично. Кстати, похожая история произошла и с Беларусью: вместо весеннего старта начали работать раньше запланированного. Оказалось, что интерес к «ЙО!каталогу» в странах СНГ появился быстрее, чем мы ожидали. Это подтверждение того, что наш взгляд на мерч востребован за пределами российского рынка.

«СГ»: Представьте ситуацию: сегодня вам снова пришлось запускать «ЙО!каталог» с нуля. Что вы точно сделаете так же, а что измените?

А.А.: Самой сложной для нас оказалась работа с IT-составляющей. Найти специалистов, которые смогут обеспечить стабильное функционирование сайта и быстро внедрять новые решения, – непростая задача, поэтому мы совершенствуем это до сих пор.

Во всем остальном я бы ничего не менял. Важнейшей задачей было выстроить отличный клиентский сервис, потому что в нашем бизнесе по-прежнему действует простое правило: люди покупают у людей. И вот это нам вполне удалось! 🔄



Обсудить сотрудничество:
info@yomerch.ru +7 (495) 161-41-00 <https://yomerch.ru> [yomerch_ru](https://t.me/yomerch_ru)
 Шоурум: Огородный пр-д, 16/1, с4, 10 эт., офис 1005.

PORTMAN: ПОДАРОК, КОТОРЫЙ РАБОТАЕТ НА ВАШ ИМИДЖ

Корпоративный подарок – это инструмент, который формирует впечатление о компании, укрепляет отношения с партнерами и мотивирует сотрудников. Грамотно подобранный презент остается в памяти надолго. Кожаные аксессуары Portman – именно такой вариант: функциональный, эстетичный и статусный.

Петербургский проект **Portman**, входящий в группу компаний **ZINGER** (на рынке с 1996 года), за шесть лет стал настоящим экспертом в создании бизнес-сувениров. Бренд предлагает десятки моделей из отборной натуральной кожи: от визитниц и обложек до папок и чехлов для гаджетов.

Команда Portman освобождает вас от рутины, взяв на себя весь цикл подготовки подарочной продукции, в который входят:

- **изделие** – производство по каталогу или разработка авторского эскиза;
- **брендинг** – нанесение логотипа компании или инициалов получателя;
- **упаковка** – премиальные деревянные боксы, слайдеры, пеналы;
- **полиграфия** – брендированные обечайки, открытки, буклеты.

Каждая деталь продумана так, чтобы подарок вызывал тактильный восторг и служил годами, формируя правильное впечатление о вашем бренде.



Portman – это синергия безупречного изделия, стильной упаковки и искренней заботы о получателе.



Только лучшее для лучших.

Если вы ищете подарок, которым можно по-настоящему гордиться, – вспомните о Portman.

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

«НОРГИС ПРЕСС»: ПОЧЕМУ В ЭПОХУ НЕЙРОСЕТЕЙ ВЫБИРАЮТ БУМАГУ

Казалось бы, искусственный интеллект умеет планировать встречи, смартфон напоминает о задачах, а заметки синхронизируются между всеми устройствами. Логично предположить, что бумажный ежедневник давно должен был исчезнуть. Но происходит обратное: он снова становится востребованным. С чем связана такая тенденция, рассказал российский производитель бизнес-канцелярии с более чем 30-летним опытом – «Норгис Пресс».

«Причина проста. Мы проводим перед экранами практически весь день. Сообщения, звонки, почта, десятки открытых вкладок – внимание постоянно рассеивается. Бумажный ежедневник становится тем самым пространством, где ничто не отвлекает. Здесь только вы, ваши мысли и планы.

В эпоху цифровых технологий именно физические вещи начинают цениться особенно высоко. Они создают ощущение внимания и заботы, которого невозможно добиться обычным электронным письмом или рекламным баннером.

Поэтому бумажный ежедневник – это не шаг в прошлое, а современный инструмент, который помогает сосредоточиться, подчеркивает статус владельца и работает на репутацию компании гораздо дольше, чем большинство привычных рекламных носителей.

Психологи давно отмечают, что записи от руки позволяют лучше запоминать информацию и структурировать идеи. Когда человек пишет, он не просто фиксирует текст, а осмысливает его. Именно поэтому многие руководители, предприниматели и специалисты продолжают доверять бумаге самые важные задачи, даже если активно используют цифровые сервисы.



Сегодня ежедневник – это уже не просто инструмент планирования. Для бизнеса он стал частью корпоративной культуры и эффективным способом коммуникации с клиентами и партнерами. Хороший ежедневник не отправится в дальний ящик, как большинство сувениров. Его открывают каждый день, берут на встречи, используют в работе. А значит, ваш бренд остается рядом с адресатом на протяжении всего года.

Особую ценность этому аксессуару придает персонализация. **Индивидуальный дизайн, фирменные цвета, тиснение, нестандартные материалы и качественная упаковка** превращают ежедневник в подарок, который вызывает эмоции и желание применять его ежедневно.

Именно поэтому спрос на качественные ежедневники остается высоким. Уже более 30 лет наша типография создает деловую полиграфию с индивидуальным характером – от классических ежедневников до полностью персонализированных корпоративных коллекций. Сегодня мы также предлагаем готовые подарочные решения: разрабатываем фирменную упаковку, чтобы каждый ежедневник производил впечатление с первого взгляда и становился подарком, которым действительно пользуются.



ООО «Норгис Пресс»

г. Москва, ул. Вятская, д. 47, стр. 23

8 (495) 380-22-67 8 (495) 787-35-17 info@norgis.ru sale@norgispress.ru <https://norgis.ru>



От идеи до идеала

Производство уникальных ежедневников

ВОЛЧКИ WOLFSPIN – ПОДАРОК ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО БАЛАНСА

Wolfspin – это сувенирные волчки из высококачественных металлов и сплавов, устойчивых к коррозии. Они отлично впишутся в офисный интерьер, выполняя роль и статусного аксессуара, и анти-стресс-объекта: вы сможете отдохнуть от рабочих задач и расслабиться, глядя на вращение волчка.

КАК ВЫБРАТЬ ВОЛЧОК

Wolfspin выпускает волчки различных ценовых категорий – от изделий из высококачественных сплавов (латунь, бронза, сталь, титан) до премиальных сувениров из стерлингового серебра. Все волчки идут в комплекте с ареной для вращения, выполненной из черного дерева. Также к заказу доступна мраморная арена.

Можно забрендировать упаковку и кейс для волчка, сделать высокоточную наногравировку на грани или юбке самого изделия. А еще придать волчку определенный цвет с применением техник анодирования и оксидирования металла, чтобы нанесение было максимально стойким.

Сначала команда Wolfspin готовит тестовые экземпляры и только после этого выпускает полный тираж. Каждый волчок тестируется на баланс и кручение.

ПРЕМИУМ-НОВИНКИ: КЕЙС MATRĚSHKA, ФУТЛЯР TALISMAN И УПАКОВКА AIRBOX

Футляр Talisman изготовлен из натуральной кожи с фурнитурой из нержавеющей стали. В комплекте – два кожаных шнурка, с помощью которых футляр носят на шее или прикрепляют к ключам.

Упаковка AirBox – это воздушная туба, внутри которой закреплен волчок. Сверху и снизу тубы расположены монеты из нержавеющей стали – на верхнюю можно нанести логотип, нижняя служит в качестве арены.



Кейс Matrëshka изготовлен из дерева черного ореха, а в качестве подкладки используется натуральная кожа. Аксессуар отлично подойдет для подарка иностранным партнерам, так как ассоциируется с традиционным российским символом – матрешкой.



Wolfspin

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

Morro • Jay

Stainless Steel Mirror

Вечное сияние стали • Аксессуар для безупречных моментов



Бескомпромиссная долговечность – зеркало из нержавеющей стали не боится падений и царапин.

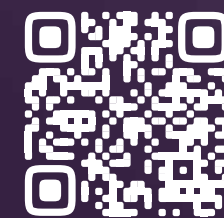
Тактильный комфорт и эргономика за счет пластиковой основы и удобного положения в руке.

Элегантный кожаный чехол для эффективной и моментальной полировки поверхности.

Кастомизация под фирменный стиль – широкая палитра цветов кожи и пластика, а также брендирование в виде тиснения или лазерной гравировки.

Российское производство – короткие сроки реализации и контроль качества на каждом этапе изготовления.

Morro • Jay



morrojay.ru
+7 (495) 774-80-01
mj@morrojay.ru

«ТОПКАТАЛОГ» И ТМ «АДЬЮТАНТ» ОБЪЕДИНЯЮТ УСИЛИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БРЕНДА BPLANNER

Отраслевая сенсация 2026 года: два лидера рынка заключили стратегическое партнерство для развития бренда Bplanner. В рамках соглашения ТМ «Адьютант» получает эксклюзивные права на производство, кастомизацию и коммерческое развитие физических продуктов Bplanner в России, Беларуси и Казахстане – в корпоративном и рекламно-сувенирном сегментах. «Топкаталог» сосредоточится на развитии цифровой платформы и экосистемы бренда. Такое распределение ролей позволяет компаниям опираться на свои сильные стороны.



Bplanner появился на российском рынке в 2022 году как новый формат ежедневника, объединяющий физический носитель и цифровые инструменты планирования, а сегодня представляет собой полноценную экосистему – она включает бумажный ежедневник, электронный сервис, годовую подписку и возможности брендинга для корпоративных заказчиков.

Востребованность концепции подтверждает статистика: по итогам 2025 года продано более 23 тысяч экземпляров – продукт ценят и корпоративные клиенты, и те, кто стремится повысить личную эффективность. Важное обновление в 2025 году – функция оцифровки рукописного текста с помощью ИИ.

И наконец, прорыв 2026 года – **индивидуальный Bplanner** – с возможностью выбрать любой блок, модель и персонализацию.

Партнерство компаний ускорит развитие гибридного формата на стыке рынка ежедневников и цифровых сервисов. Интеграция Bplanner в инфраструктуру «Адьютанта» позволит оперативно реализовывать крупные проекты с глубокой персонализацией – за счет производственных мощностей, конструктора продукции, складской системы и сети рекламных агентств.



Bplanner – российский бренд ежедневников с цифровой составляющей, основанный в 2022 году. Продукт объединяет физический ежедневник и программную платформу для планирования и управления задачами. В 2025 году в приложении стало возможным оцифровывать рукописный текст с применением ИИ-технологий, что значительно усилило продукт.

ТМ «Адьютант» – крупнейший производитель корпоративных ежедневников и брендированных деловых аксессуаров. Компания специализируется на создании качественных, функциональных и эстетичных решений для бизнеса, помогая клиентам развивать их бренды через продуманный мерч и бизнес-продукцию. Производство полного цикла, собственная система кастомизации изделий и широкая сеть партнеров на рекламном рынке.



Андрей Иванов, владелец и директор по стратегическому развитию ТМ «Адьютант»:

«Сегодня развитие ежедневников – это не отказ от привычного бумажного формата, а расширение его функциональности благодаря цифровым технологиям. Именно эту концепцию реализует Bplanner: объединяя классический ежедневник с мобильным приложением, он становится полноценным гибридным помощником для современной работы и управления информацией. Мы видим растущий интерес клиентов к продуктам, сочетающим практическую пользу, индивидуальный подход и современные технологии, что подтверждает востребованность такого решения. Bplanner органично дополняет наше предложение и открывает новые возможности для рекламных агентств и корпоративных заказчиков, особенно в сегменте персонализированных запросов».



Александр Байбулов, генеральный директор компании «Топкаталог»:

«За несколько лет Bplanner прошел путь от идеи до полноценного продукта с подтвержденным спросом. Следующим этапом развития становится масштабирование через сильного отраслевого партнера. Сотрудничество с ТМ «Адьютант» позволит значительно расширить присутствие бренда на рынке и ускорить развитие решений для корпоративных клиентов».

Адьютант®
+7 (812) 324-71-31
www.adjutant.ru
adjutantclub tmadjutant



Не каждый ежедневник – Bplanner,
но с Адьютантом® каждый может им стать!

ОБЪЕДИНЯЯ ОПЫТ

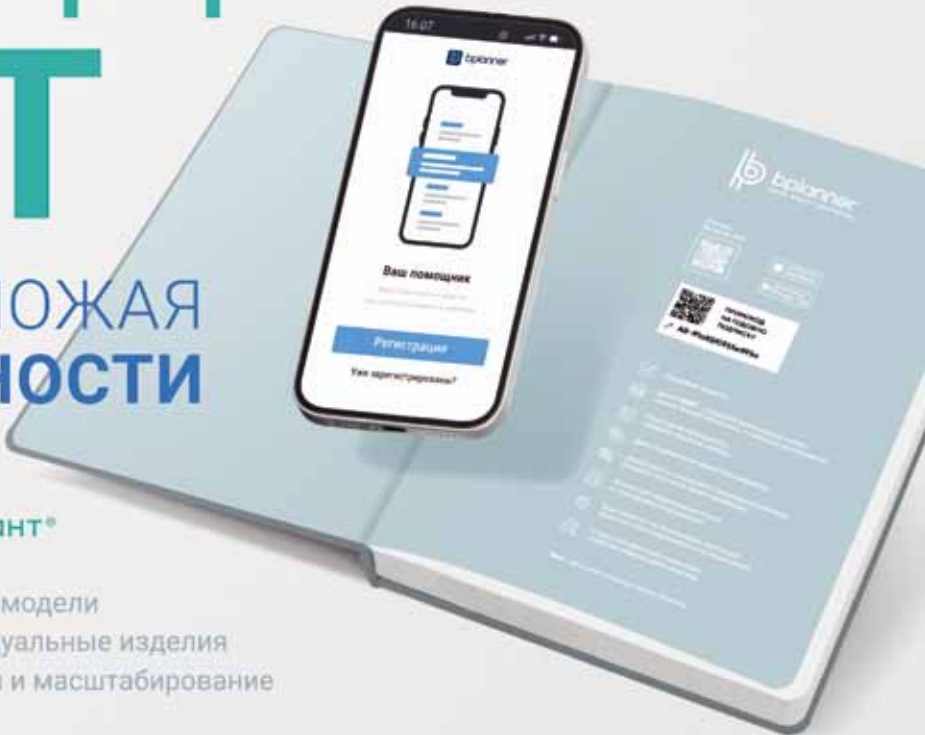
УМНОЖАЯ ВОЗМОЖНОСТИ



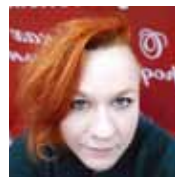
Мобильное приложение
Цифровые сервисы
Развитие продукта

адьютант®

Готовые модели
Индивидуальные изделия
Продажи и масштабирование



РУССКИЙ КОД: ТРЕНД, КОТОРЫЙ С НАМИ НАДОЛГО



Анна Михайлова

Хохлома и гжель – это классика, но в 2026 году «русский стиль» в корпоративных подарках звучит иначе. Уходят в прошлое лубочные картинки и «народные» сувениры «для галочки». Вместо них – сложная игра с фактурами, орнаментами, материалами и смыслами. А главное: это не просто мода. Это ответ на глубинные запросы бизнеса и общества. Где проходит грань между стильным подарком с национальной тематикой и китчем? Как интегрировать локальные коды в продукт для федеральной компании? И что на самом деле будут носить и использовать сотрудники? Мы задали эти и другие вопросы пяти экспертам промоиндустрии, руководителям крупных компаний рынка. Их ответы – в нашем материале.

Нашими экспертами стали:

- **Алия Кешишьян**, PR-директор компании Oasis (мерч, деловые подарки, промодукция), <https://oasiscatalog.com>;
- **Эдуард Хатуев**, руководитель чайно-этнографического проекта «Сугревъ» (чайные наборы), <https://sugreff.ru>;
- **Александр Яковлев**, руководитель корпоративного отдела Императорского ювелирного дома «Русские Самоцветы» (ювелирные изделия), <https://russam.ru>;
- **Наталья Процыкова**, генеральный директор компании «Лабиринт» (полиграфия), <https://labirint.spb.ru>;
- **Анна Либер**, владелица компании Studio Anna Liber (творческие бизнес-мероприятия), <http://mk-art.ru>.

БУМ НА «РУССКИЙ ТРЕНД»

Вопрос, с которого мы начали, – о природе явления. Тренд не возник на пустом месте. Еще в 2025 году Oasis выпустил масштабный трендбук мерч-индустрии, и «русскость» вошла там в десятку главных трендов. Почему? **Алия Кешишьян (Oasis)** связывает это сразу с несколькими факторами. «Во-первых, культурный код: «Матушка Земля» и другие феномены демонстрируют очень сильный патриотизм, в том числе у молодежи. Во-вторых, импортозамещение: популяризация регионов, территориальный брендинг, поиск айдентики и осовременивание элементов, характерных для конкретной территории, развитие местных производств переносят локальные сувениры на уровень модного ретейла. И, наконец, тренды дизайна: мода на красочные визуальные решения, паттерны, а также крафтовость и натуральность ложатся в национальный стиль». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** смотрит чуть шире – через призму исторической диалектики: «Новейшая история России отучила нас на какое-то время любить Родину и гордиться своими традициями, достижениями, героями. Но в истории все процессы подчиняются законам диалектики. Сейчас мы переживаем подлинный бум интереса к своим корням, который только усиливает международный контекст. Постепенно приходит осознание уникальности мультикультурного и полиэтнического наследия России». **Наталья Процыкова («Лабиринт»)** лаконична: «Время такое. Интерес к России всегда был, а сейчас это особенно заметно в музыке, искусстве, разных шоу, тематических мероприятиях. Нам тоже нужно соответствовать этому тренду». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** добавляет отраслевой нюанс – по его словам, интерес к локальным техникам в корпоративном сегменте вырос из-за запросов на подлинность и уникальность: «Серебряная филигрань и гильошированная эмаль несут высокий уровень ремесленной ценности. Клиенты хотят подарки с историей – металл и эмаль дают «вес», а мастерские техники подчеркивают эксклюзивность».

Итак, «русский код» питают три источника – культурный запрос на идентичность, экономическая логика импортозамещения и глобальные тренды дизайна, которые оказались созвучны русской эстетике.



Фото: «Русские Самоцветы», <https://russam.ru>



ОСНОВАНО В 1967 Г.

SUDISLAVL-MEXA.RU

КРУПНЕЙШЕЕ МЕХОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА В РОССИИ

ИЗ САМОГО СЕРДЦА РОССИИ

СИМВОЛ 2027 ГОДА

Встречайте приближающийся год Огненной Козы красиво и стильно. Разрабатываем эксклюзивные тематические сувениры, интерьерные аксессуары, мягкие брелоки и подарки с характером главного символа года, которые принесут процветание и удачу вашим партнёрам.

ПРЕМИАЛЬНЫЙ МЕХ

Полный цикл производства в Костромской области. Собственные фермы и мастерские гарантируют строгий контроль качества на каждом этапе.

ВСЁ ОФИЦИАЛЬНО

Работаем по договору и предоставляем полный пакет закрывающих документов.

Судиславские меха представляют коллекцию аксессуаров ручной работы из натурального меха, рожденную в эстетике «тихой роскоши». Как манифест осознанного выбора с уважением к традициям и природе.



stepanova_a@zao-sudislavl.ru

Степанова Алена

serebryakova_l@zao-sudislavl.ru

Серебрякова Лидия

club235663370



ЧТО ТАКОЕ «РУССКИЙ СТИЛЬ» В 2026 ГОДУ?

Хохлома и гжель – лишь вершина айсберга. Эксперты предлагают гораздо более глубокую трактовку. Мы попросили каждого дать три определения. Получилась объемная, но точная картина. **Алия Кешишьян (Oasis):** «Орнаменты и переосмысление классики в дизайне. Традиционные ценности и ностальгия в смысловых акцентах. «Сделано в России» как знак качества в выборе продукции». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** выделяет интеллектуальную составляющую и эмоции: «Первый пункт – «русский стиль» предполагает разработку для заказчика не лубочного предмета, а продукта исследования и интеллектуального переосмысления традиций и ремесел. Второе: это не только модно, но и престижно и статусно, что важно для многих корпоративных клиентов. Третье: такой подарок обращается к эмоциям, вызывает радость, удивление, восторг, его хочется оставить для себя, а не передарить». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** в своей нише (ювелирные изделия) формулирует так: «Первое – мастерство и подлинность: ручная филигрань



Фото: «Русские Самоцветы», <https://russam.ru>

и гильошированная эмаль как знак эталонного качества и эксклюзивности. Второе – современная редукция орнамента: традиционный мотив трансформирован в лаконичную геометрию, читаемую как в России, так и за рубежом. Третье – прозрачная история: каждая вещь сопровождается биркой или сертификатом с информацией о технике, мастере и процессе на русском и английском языках – это делает подарок понятным любой аудитории». **Наталья Процыкова («Лабиринт»)** предлагает свой набор, близкий к визуальному восприятию: «Знакомые формы, узнаваемые цветовые сочетания, лаконичность». **Анна Либер (Studio Anna Liber)** добавляет важный нюанс с точки зрения событийного дизайна: «Водка, медведь и балалайка – стереотипы. В корпоративных мероприятиях русский стиль чаще работает через активности, которые в массовом сознании связаны с Россией, ее культурой, историей и ремеслами. Классические народные техники и более современное прочтение культурного кода: дерево и природные материалы, народный костюм, традиционные сладости, банная культура, живые цветы, балетные мотивы».



Фото: Oasis, <https://oasiscatalog.com>

ЛОКАЛЬНЫЕ КОДЫ – ДЛЯ ВСЕХ ИЛИ ТОЛЬКО ДЛЯ СВОИХ?

Палех, вологодское кружево, сибирский орнамент. Как вписать эту аутентичность в подарок для федеральной или международной компании? Не получится ли эффект «понятно только своим»? Эксперты единодушны: это не проблема, а преимущество.

Алия Кешишьян (Oasis) убеждена: «Русская культура не настолько локальна, чтобы быть понятной только «своим». Это одна из мощнейших мировых традиций с очень узнаваемым стилем. Например, не так давно тренд на кириллицу захватил все модные дома – даже до того, как в России русификация пошла. Именно это и обуславливает успешность идеи русскости: она не навязана искусственно извне, она всегда была внутри нас, в нашем коде ДНК». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** делает акцент на возвращении к корням:



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

КОРПОРАТИВНЫЕ ПОДАРКИ

с русским характером

Готовые подарочные наборы и тематические коллекции с брендингом для вашей компании.



- К Новому году;
- к профессиональному празднику;
- для иностранных гостей;
- к юбилею компании;
- для участников выставок и конференций;
- для VIP-клиентов и партнеров.

- ✓ От 600 ₽ за изделие при корпоративных тиражах.
- ✓ Брендинг логотипом компании при заказе от 50 шт.
- ✓ Готовые решения и индивидуальные проекты.
- ✓ Собственное производство.

КАЛЕНДАРИ



Календарь-футляр



Трио вырубной



Календарь-пакет



Настольный домик-офис

Настольный «вечный»

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



РЕКЛАМА

КАЛЕНДАРИ



Фото: «Сугревъ», <https://sugreff.ru>

«Это отличный способ знакомить самих себя и иностранцев с уникальными промыслами и ремеслами России, иногда незаслуженно почти забытыми, как, например, крестецкая строчка. Это возможность для современных авторов использовать и творчески переработать национальные мотивы и орнаменты, сделать их частью современного культурного ландшафта».

Александр Яковлев («Русские Самоцветы») предлагает следующие интересные идеи для создания успешного «русского сувенира», понятного для широкой аудитории: «Двойной уровень: внешний – минималистичный объект; внутренний – рассказ истории через бирку, QR-код или «дополненную реальность» (AR). Так внешний вид остается универсальным, а глубокое содержание доступно желающим. Можно также разработать несколько подарочных линеек: базовую «интернациональную» версию и лимитированную серию с традиционным мотивом». **Анна Либер (Studio Anna Liber)** приводит конкретный пример: «Кокосник сегодня может выглядеть не как экспонат краеведческого музея, а как фотогеничный аксессуар для гостей. После Чемпионата мира по футболу в России кокосники стали известны по всему миру».

АКТУАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Чему отдать предпочтение при разработке «русского сувенира»? Мнения отраслевых специалистов расходятся, но именно в этом многообразии кроется преимущество: обширная палитра материалов открывает широкие возможности для индивидуального подхода.

Алия Кешишьян (Oasis) называет костяной фарфор, дерево и шелк: «Эти три материала охватывают достаточно большие кластеры продукции: посуду и елочные игрушки, сервировку и офисные аксессуары, одежду, платки. Они не отсылают напрямую к народным промыслам, как, например, береста, и потому не делают изделие сувенирным. Но дизайн, «положенный» на эти материалы, мгновенно усиливает ассоциации». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** акцентирует внимание на более «народных» позициях: «Товары из традиционных для поделок пород дерева – от мореного дуба и кедра до можжевельника и капы или сувеля березы. Сюда же – берестяные изделия. Кроме того, не будем упускать из виду продукцию из льна, к которой хочется добавить растущий сегмент одежды, текстиля и сувениров из конопли, пеньки, крапивы – материалов уникальных, но вышедших из моды и незаслуженно забытых. Отдельного упоминания заслуживают войлочные и ватные игрушки, секрет изготовления которых восстановили сразу несколько мануфактур». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** называет среди наиболее «русских» материалов серебро с ручной филигранью, гильошированную основу с прозрачной эмалью и комбинации серебра с натуральными вставками – полудрагоценными камнями или эмалевыми миниатюрами. **Наталья Процыкова («Лабиринт»)** выбирает бересту и лен: «Россия всегда ассоциировалась с березой и косоворотками – поэтому они быстрее узнаваемы и наиболее «отзывчивы». **Анна Либер (Studio Anna Liber)**



Фото: Studio Anna Liber, <http://mk-art.ru>

добавляет в этот список живые цветы и ткань: «Создание венков, букетов, ободков – это всегда популярный мастер-класс у женской аудитории. Отдельно стоит сказать о работе с деревом: выжигание, роспись посуды, спилов и игрушек. Дерево всегда занимало важное место в жизни русского народа, и иногда кажется, что к деревянным изделиям нас тянет какая-то глубинная память. Также очень популярен лен – для кукол-оберегов, банных шапок и т.д.».

ЦИФРА И РУЧНОЕ: ДРУЗЬЯ ИЛИ ВРАГИ?

Можно ли вписать цифровые технологии в «русский» мерч или это противоречит самой идее ручной работы? Мнения экспертов разошлись, но в одном они едины: современные решения – не противник, а подспорье. **Алия Кешишьян (Oasis)** выступает за синтез: «Нет никаких ограничений. Например, много кейсов, где ИИ создает современные орнаменты на базе этнических мотивов. Также интересна DTF-печать с эффектом цифровой вышивки. Мы внедрили такую на производстве – отлично подходит как спецэффект для «русского» мерча». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** придерживается схожей позиции, но с оговоркой: «Цифра усиливает ремесло. NFC или QR с видеороликом процесса филигрании или обжига эмали, AR-модель изделия, цифровой сертификат подлинности. Но не стоит «цифровать» саму технику – не нужно имитировать филигрань принтом. Цифровое содержание должно дополнять реальный ручной труд». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** обращает внимание на типографику: «Наблюдается растущий интерес к кириллической типографике. Используются как винтажные, так и современные шрифты, или даже разрабатываются новые. Такие «буквицы» смотрятся одновременно и архаично, по-древнерусски, и модно, свежо».

СМИЧ | Сувенирные метеостанции, часы ручной работы

- ⌚ Производство часов, барометров и метеостанций с корпусами из массива березы.
- ⌚ Полный цикл собственного производства позволяет в течение 14–60 дней изготавливать индивидуальные изделия по техзаданию заказчика, в том числе с нанесением лазерной или фрезерной гравировки.
- ⌚ Высококачественные изделия по низкой цене до 1000 штук ежемесячно.
- ⌚ Длительная гарантия на всю продукцию.



Изготовим декоративную продукцию и мебель по техзаданию и дизайну заказчика — в т.ч. для продажи на маркетплейсах. Серийное и штучное производство, любые материалы.



Второе направление компании – изготовление корпусной и дизайнерской мебели из разных материалов.



8 (925) 063-11-60
barometr64@mail.ru
СМИЧ.РФ

СЕКРЕТ УСПЕШНОГО «РУССКОГО» ПОДАРКА

Красивый, дорогой, русский по духу – и все равно пылится на полке. Знакомая ситуация? Эксперты называют разные причины этой проблемы и предлагают системные решения. **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** говорит о двух крайностях: «Всеми виной стереотипное мышление и отсутствие понимания границ. Проблема возникает, когда в подарке нет переосмысления. Важно, чтобы графические коды и аутентичные материалы использовались в сочетании с новыми формами. С другой стороны, когда гжелью расписывается надувной танк – это явный дурной вкус». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** указывает на чрезмерное усердие и неудачную эргономику: «Многослойная декорация плюс китчевый орнамент – это дорогая, но непривле-

кательная вещь. Вторая ошибка – недооценка эргономики: например, тяжелый серебряный предмет, который неудобно носить или ставить на стол. Решение: одна сильная техника на изделие, продуманная функциональность. Например, мы проектируем утилитарные предметы, удобные в использовании: ручки, запонки, визитницы, флеш-хабы, подставки. А также предлагаем разнообразные виды персонализации для придания подарку индивидуальности: инициалы, гравировку под стиль сотрудника». **Анна Либер (Studio Anna Liber)** смещает фокус на событийный контекст: «В инвент-отрасли творческие бизнес-активности в русском стиле работают, если они вписаны в общую идею мероприятия, а не существуют отдельно».



Фото: «Сугревъ», <https://sugreff.ru>

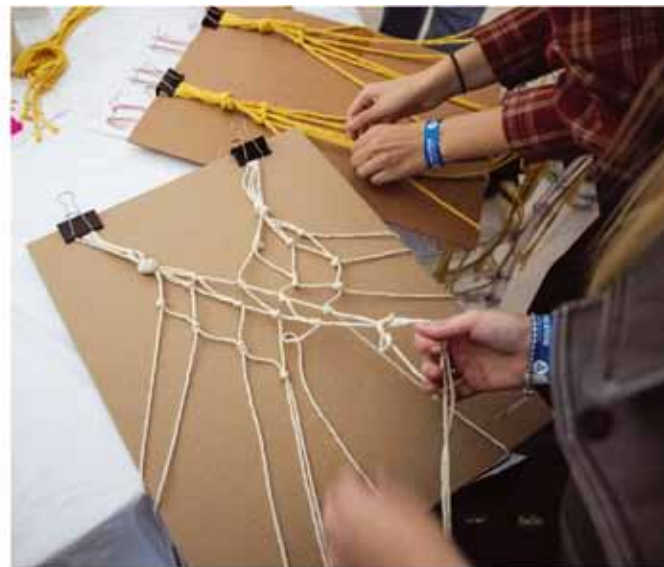


Фото: Studio Anna Liber, <http://mk-art.ru>

ХАЙП ИЛИ ТРЕНД?

Самый важный для бизнеса вопрос. Стоит ли вкладываться в развитие этого направления надолго? Эксперты почти единодушны: это не хайп. **Алия Кешишьян (Oasis)** убеждена в долгосрочности: «Спрос на подарки и мерч в русском стиле растет уже не один год. Русскость – это метатренд, который стоит над фасонами, предметами или материалами. И важно добавить, что тенденция включает не только славянское направление, но и все народности России». **Александр Яковлев («Русские Самоцветы»)** подтверждает: «Однозначно, это долгосрочный тренд. Ремесленные техники всегда ценились и сейчас востребованы корпорациями, которые инвестируют в премиум-мерч и корпоративную культуру. Визуальная форма изделий будет меняться, но значимости традиционных профессиональных приемов сохранится». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** ставит условие: «Сейчас у нас в обществе острый кризис глобальных ориентиров, но изобилие классных локальных проектов у людей творческих. Тренд на «наше всё» должен быть популярен среди лидеров мнений. Если они чувствуют, что поводов вдохновляться



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

Россией не так много, то и тренд не будет подпитываться новыми переосмыслениями. Внутри общества должны зреть новые притягательные смыслы».



Резюме: Наталья В.В. ИНН 7703140679

ValenSi-ResinArt

Корпоративные подарки ручной работы

Главные преимущества работы с нами

- Разработаем дизайн, исходя из ваших пожеланий.
- Подберем подходящую упаковку.
- Оперативно согласуем и изготовим заказ.
- Бережно отправим в кратчайшие сроки по России и СНГ.
- Производство в России (г. Москва).
- Вся продукция изготавливается вручную.

Время дарить то, что ценят!

+7 (926) 572-80-45

@ValenSi_Nik

valentinka-84@mail.ru

Мы создаем эксклюзивные изделия из эпоксидной смолы и гипса, которые становятся символом вашего уровня, уважения и стиля.



УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ: ЧТО УЖЕ РАБОТАЕТ?

Теория – это хорошо, но какие проекты уже доказывают состоятельность «русского стиля» на рынке? Наши спикеры назвали несколько ярких примеров. **Алия Кешишьян (Oasis)** указывает на продукты, представленные в ассортименте компании: «Аксессуары Vagva и шелковые платки «Русские в моде» от Нины Ручкиной. В серии – разные росписи: мезенская, гжель, мотивы народных сказок, достопримечательности городов. Это премиальные подарки, которые готовы украсить любой набор в русском стиле». **Эдуард Хатуев («Сугревъ»)** упоминает проекты, переосмысляющие традиции: «Русские платки «Рэдикал Шик» и современный кокошник, превращенный в модный ободок «Патриотка». Мы, в свою очередь, развиваем чайно-этнографический проект «Сугревъ» через поиск кодов, объединяющих все народы России. Мы больше, чем просто палех и гжель».



Фото: Oasis, <https://oasiscatalog.com>



Фото: «Русские Самоцветы», <https://russam.ru>

Александр Яковлев приводит в пример кейсы «Русских Самоцветов»: «Проект «Культурный завтрак» – уникальный петербургский сувенир: серия ложек из серебра, покрытых яркой эмалью, с изображениями достопримечательностей города и строками русских поэтов. А также набор «Петербург глазами ангелов», в состав которого входят ситечко и ионизатор с изображением ангела с сердцем. Ведь ангелы в Северной столице повсюду: на шпильках Петропавловского

собора и Адмиралтейства, на фасадах дворцов и мостов, и, конечно, главный из них – ангел на Александровской колонне». **Наталья Процыкова («Лабиринт»)** называет самый успешный, на ее взгляд, сторонний проект: «Русская коллекция Bosco – что может быть более узнаваемым?»

Анна Либер (Studio Anna Liber) перечисляет форматы, которые уже зарекомендовали себя на мероприятиях: «Роспись матрешек – отличного русского сувенира для смешанной аудитории. Декор банных шапок – в итоге получается полезный и понятный подарок. Создание кукол-оберегов – для аудитории, которой важен смысл. Декор современных кошников – быстрый и фотогеничный формат. Чеканка монет – активность, популярная у мужчин».



Фото: Studio Anna Liber, <http://mk-art.ru>

А ЧТО В ИТОГЕ?

Русский стиль в деловых подарках и мерче перестал быть просто данью моде. Он превратился в сложный, многослойный феномен, который одновременно отвечает на культурные, экономические и эстетические запросы. Тренд долгосрочный – это не хайп, а метатренд, который будет эволюционировать, но не исчезнет. Материалы – разные, подход – единый: они должны работать на смысл, а не заменять его. Локальные коды – это актив, а не ограничение. Русская культура узнаваема в мире, и это преимущество. А будущее – за синтезом. Цифровые технологии – не враги ручной работе, а ее помощники: QR-коды с историей мастера, AR-модели, DTF-печать с эффектом цифровой вышивки – это инструменты, которые делают «русский» мерч современным. 

Анна Михайлова



Фото: Studio Anna Liber, <http://mk-art.ru>



Фото: «Сугреф», <https://sugreff.ru>

Wool House

ПРЕМИАЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ 100% МЕРИНОСОВОЙ ШЕРСТИ

- одежда и согревающие аксессуары
- домашняя обувь
- пледы и интерьерные подушки-зверюшки
- сувениры-символы 2027 года

корпоративные
подарки для здоровья
и счастливой жизни



Минимальный тираж
с брендированием
от 100 штук

kampoteks.ru
+7(911)698-05-29



TAVOLGA CERAMICS: НОВОГОДНИЙ ФАРФОР С БАЙКАЛА

Мы продолжаем серию статей об эксклюзивных сувенирах от самобытных российских производителей. На этот раз в фокусе нашего внимания сибирский бренд Tavolga ceramics, изготавливающий фарфоровые елочные украшения с 2010 года. В каждой игрушке – тепло рук мастера, которое согревает дом в новогоднюю ночь и остается с получателем на долгие годы. Изделия компании могут быть как самодостаточным деловым презентом, так и акцентной вещью в подарочном наборе.

В основе работ мастерской – креативные решения руководителя и создателя бренда, художника **Елены Таволжанской**. Благодаря авторскому видению аксессуары от Tavolga ceramics являются неповторимыми, со своим настроением и обаянием. Создавая уникальные елочные игрушки, Елена соединяет в своем творчестве традиции и современный дизайн.

Фарфор всегда ассоциировался с утонченностью, роскошью и чистотой. Эти эксклюзивные украшения – инвестиция в семейную историю и бесприкрытый вариант презента для коллег, сотрудников, бизнес-партнеров, друзей и близких, который будет выделяться среди прочих подарков и запомнится теплотой и оригинальностью.



Tavolga ceramics активно и успешно сотрудничает с бизнес-сегментом. Эксклюзивный фарфор помогает компаниям заявить о статусности, а возможность нанесения на изделия вашего логотипа подчеркивает исключительность подарка.

Tavolga ceramics ежегодно добавляет в свой ассортимент новые игрушки и целые тематические серии, благодаря чему у постоянных покупателей всегда сохраняется интерес к новинкам мастерской, появляется желание коллекционировать изделия бренда. Все аксессуары прекрасно дополняют друг друга, поэтому их можно подбирать по цветовой гамме или сюжетам, создавая собственные подарочные комплекты.



Рисунки ИП Таволжанской Елена Антоновна ИНН 381754954689

Рисунки ИП Таволжанской Елена Антоновна ИНН 381754954689



ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТЫ С TAVOLGA CERAMICS

- Все елочные игрушки поставляются в крафт-коробочках с прозрачным окошком, не нужно дополнительно искать подарочную упаковку.
- При покупке на сайте и в соцсетях заказ отправляется клиенту на следующий день.
- Разработка новой игрушки с нуля – от одного месяца.
- Повтор изделий – от двух недель.
- Сотрудничество с оптовыми и корпоративными партнерами.
- Возможность нанесения вашего логотипа на изделие или упаковку.

Елочная игрушка от Tavolga ceramics – это сочетание традиций, авторского стиля и современных технологий. Собственное производство полного цикла позволяет создавать продукцию с нуля – от идеи до окончательного результата, с контролем всех этапов процесса и гарантированным качеством. Изделия декорируются специальными высокотемпературными керамическими красками с последующими обжигами, закрепляющими каждый слой росписи. Легкость, прочность и долговечность без потери первоначального вида игрушек дают возможность расширять коллекцию авторских украшений годами.



«МАГИЯ ТРАВ»: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВАШЕГО ЗДОРОВЬЯ

Вспомните, что вы обычно говорите в поздравительной речи или пишете в праздничной открытке? «Крепкого здоровья, счастья, благополучия». Здоровье – первое слово. Но часто ли мы вкладываем в него реальный смысл? Настало время перестать желать здоровья абстрактно и начать дарить его как ресурс, который можно поддерживать каждый день. Именно такую идею воплотила в жизнь алтайская научно-производственная компания «Магия трав». Ее подарочные наборы – это продуманные комплексы для тонуса, энергии и хорошего самочувствия.

ПОДАРОК, КОТОРЫЙ РАБОТАЕТ

Продукция «Магии трав» собрана из дикоросов Алтая: здесь кедровый орех, шиповник, брусника, эхинацея, мята, мелисса, а также панты марала – все то, что веками использовалось в сибирской народной медицине. Но в отличие от бабушкиных рецептов каждый ингредиент проходит строгий контроль качества в собственной научной лаборатории. Технологии позволяют сохранить максимум пользы, а упаковка превращает продукт в эстетичный и статусный подарок.

Подарочные комплекты от «Магии трав» выдерживают главную проверку: их не откладывают в сторону. Бальзамы и эликсиры добавляют в напитки, фиточаи заваривают в течение дня, сиропы идут в выпечку или утреннюю кашу. Презент органично вписывается в повседневную жизнь и постоянно напоминает о вашей заботе.



ДЛЯ МУЖЧИН, ЖЕНЩИН И ВСЕЙ СЕМЬИ

В каталоге компании есть несколько линеек, и каждая решает свою задачу.

«Чемоданчик» и «Золотой Олень Алтая» – классические наборы для мужчин, которые ценят силу и выносливость. Пантовый бальзам и эликсиры поддерживают тонус, помогают справиться с нагрузками и не терять энергию.

«Алтайские бальзамы» и «Изысканная коллекция» – универсальные наборы с женским, мужским и успокаивающим бальзамами. Идеально подходят для семейной пары.

«Чайное ассорти» и «Дары кедровника» – для ценителей уютных вечеров. Фиточаи с мятой, мелиссой, липой и иванчаем дарят тепло и спокойствие, а кедровое масло и орехи добавляют гастрономическое удовольствие.

Каждый набор составлен так, чтобы быть не просто полезным, но и вкусным. Ведь здоровье не диета – а образ жизни, приносящий радость.



НАУЧНЫЙ ПОДХОД

В отличие от многих сувенирных сетов, где эффект достигается только за счет визуального оформления, «Магия трав» делает акцент на продуманное содержание и практическую пользу. Рецептуры разрабатываются группой ученых, а сырье собирается в экологически чистых районах Горного Алтая. Это не маркетинговый ход: компания имеет собственное производство и сертификацию, что подтверждается стандартами ХАССП (от англ.: HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points – международный стандарт управления безопасностью пищевой продукции. – Прим. ред.) и РСТ («Российский стандарт» или «Российская система сертификации» – означает, что товар прошел проверки и отвечает российским стандартам качества и безопасности. – Прим. ред.).



ЗАБОТА, А НЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО

Когда мы дарим товары для здоровья, мы дарим не вещь, а внимание. Мы будто говорим адресату: «Ты важен: твоё самочувствие не мелочь». В мире, где мы часто общаемся через экраны, такой жест становится по-настоящему ценным.

Подарочные наборы «Магия трав» – это эффективный способ продемонстрировать клиентам и партнерам, что их здоровье и комфорт остаются в фокусе вашего внимания постоянно.

Изучите каталог на сайте magiatrav.ru – там вы найдете решения на любой вкус и бюджет. И помните: подарки, связанные со здоровьем, всегда востребованы и уместны в любой ситуации.

Любые тиражи – до 10 000+ наборов в месяц.
Быстрая отгрузка – от 7 до 10 дней.

«Магия Трав»
+7 (3852) 503-027, 503-026 +7 (913) 247-77-67 magiatrav.altay@mail.ru <https://magiatrav.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 3100 рублей,
- возможность дополнительных скидок,
- брендинг 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



TRUECHOCO

АВТОРСКИЕ КОНФЕТЫ ПРЕМИАЛЬНОГО КАЧЕСТВА

- Брендинг упаковки согласно брендбуку заказчика
- Доставка по всей территории РФ
- Высококачественное сырье
- Шоколад с международным опытом работы



truechoco.ru



+7 (800) 101-54-42



info@truechoco.ru



ЧТО ПРОИСХОДИТ С ПОДАРКОМ ПОСЛЕ ПРАЗДНИКА?

Выбрать подарок для сотен людей сложно.
Бюджет, сроки, логистика — в этой суете легко
забыть о человеке, который откроет коробку.

И человек за несколько секунд поймёт: о нём
действительно думали или просто выбрали что-
то подходящее по бюджету.

Хороший подарок начинается не с предметов, а с
причины. Не просто «поздравить с Новым
годом», а сказать спасибо, поддержать, дать
повод отдохнуть. Когда причина ясна, вокруг неё
собирается образ: плед для тихого вечера, игра
для встреч с близкими, книга, которую наконец
появилось время дочитать.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Однажды мы разрабатывали подарок для
людей, работающих вахтовым методом на
Севере. Предложили тёплые варежки и термос,
который долго сохраняет тепло. Простые вещи,
но именно контекст превращал их в подарок, а
не просто в набор. Вместе они должны были
сказать человеку главное без слов: «О вас
подумали».



ИДЕЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ВЫПОЛНИМА

Когда нужна тысяча одинаковых наборов в
заданный срок и в рамках бюджета,
упаковка, качество каждой вещи и точность
доставки становятся частью заботы не
меньше, чем сама идея. Получатель не
увидит эту работу, но почувствует её
результат: подарок, который доехал таким,
каким его задумывали.

САМОЕ ГЛАВНОЕ ПРОИСХОДИТ ПОСЛЕ ПРАЗДНИКА

Праздник заканчивается: плед остаётся на
диване, игру достают вечером в кругу
близких, книга переезжает на прикроватный
стол. Подарок становится частью жизни. А
вместе с ним — и компания, которая его
подарила.



Приглашаем байеров

Совершайте закупки для роста вашего бизнеса
Ключевая закупочная площадка для международных байеров

mega
SHOWS

HONG KONG

20-23 27-29 / 10 / 2026
HONG KONG CONVENTION & EXHIBITION CENTRE



3000+ экспонентов из более чем **25** стран

Льготная программа для зарубежных байеров

(подробные условия уточняйте у организаторов)

Часть 1 20-23/10/2026

Проживание **3 ночи**
в отеле бесплатно
либо
денежная компенсация
2600 HKD

Часть 2 27-29/10/2026

Проживание **2 ночи**
в отеле бесплатно
либо
денежная компенсация
1600 HKD

Сканируйте и
регистрайтесь



www.mega-show.com

Организатор



При поддержке



Вход только для специалистов

ВЫСОКИЙ СЕЗОН 2026: ТРЕНДЫ И СТРАТЕГИИ ЗАКУПОК

Первые шесть месяцев года пролетели незаметно, но оставили ощутимый след в промоиндустрии. Бюджеты пересмотрены, форматы обновлены, а запросы клиентов стали сложнее и интереснее. Что ушло вместе с первым полугодием и что придет на смену в пик корпоративных заказов? Читайте в нашем традиционном сезонном обзоре трендов рекламно-сувенирного рынка.



ПОДАРКИ, МЕРЧ, ПРОМО

АЛИЯ КЕШИШЬЯН, PR-директор компании Oasis

<https://oasiscatalog.com>

На высокий сезон 2026 года мы, в первую очередь, прогнозируем развитие **тренда на эмоции, эмпатичный маркетинг**. Строгость и протокол становятся необязательными даже для очень серьезных брендов. Игрушки, приятные мелочи, дурачества в дизайне – это то, что хочет аудитория. Данный тренд ведет за собой и ассортимент фурнитуры: обвесы, шнуры, ремешки, карабины становятся все разнообразнее и ярче. Заметно влияние в крое одежды, в развитии товарных групп, связанных с отдыхом, спортом, питомцами – в общем, жизнью вне офиса.

Мягкие цвета – также среди самых заметных тенденций. Палитра значительно расширилась, различные пудровые, пастельные, приглушенные оттенки как в одежде, так и в аксессуарах выбираются брендами вне зависимости от фирменных цветов. Черная и белая базы, конечно, никуда не делись, но такого разнообразия цветовых решений в линейках мы давно не видели.



Развиваются **технологии печати**. В моде объемные виды нанесения, спецэффекты. Мы постоянно закупаем новое оборудование. Недавно запустили цифровую DTF-вышивку, 3D-патчи. Все это смотрится очень круто и позволяет глубоко кастомизировать базовые вещи.

Национальный культурный код – тренд, который растет быстрее всего. Мы включаем сюда как русскость, так и локальность. Бренды все чаще подчеркивают территориальную принадлежность, этнику, патриотизм. В дизайне происходит переосмысление традиционных мотивов, а в продукции – стремление к импортозамещению и товарам местного производства. Проще всего реализовать такую концепцию помогают съедобные подарки, разнообразные гастрономические фишки регионов. В оформлении подарков особенно популярны орнаменты, переработанные дизайнерами или ИИ.



ЮЛИЯ ВАЛЮШКО, специалист по маркетингу компании «Нью-Тон»

<https://new-ton.org>

Если смотреть на **первое полугодие 2026 года**, можно сказать, что рынок по-прежнему любит разнообразие. Но есть несколько категорий промпродукции, которые уверенно удерживают лидерство, рассмотрим их подробнее.

На первом месте – **текстиль**. А если быть совсем точными, футболки. Самые востребованные модели, как и в прошлом году, с хорошей плотностью ткани и комфортным оверсайз-кроем. Интересно, что по сравнению с аналогичным периодом прошлого года спрос на футболки не просто сохранился, а вырос. При этом головные уборы, которые обычно активно заказывали к летним мероприятиям, в этом году оказались менее востребованы.

По-прежнему в числе фаворитов остаются **бутылки для воды**. Здесь сложно выделить одного лидера: выбирают и яркие модели, и прозрачные, и металлические, и изделия из RPET (от англ. recycled polyethylene terephthalate, «переработанный полиэтилентерефталат». – Прим. ред.), с карабинами и без, самых разных форм и объемов. Это одна из тех категорий, которая актуальна круглый год. Разница лишь в сезонности: весной и летом чаще заказывают бутылки, графины и емкости для прохладительных напитков, а осенью и зимой на первый план выходят термокружки, термобутылки и термосы.

Письменные принадлежности также в числе самых востребованных категорий. При этом если раньше чаще выбирали простые модели, то сейчас все больше интереса вызывают ручки с дополнительными функциями – например, с подставкой для телефона, линейкой или NFC-метками. Также вырос спрос на более дорогие и премиальные варианты.

Зонты и дождевики стабильно в топе продаж. В основном заказчики предпочитают лаконичные, компактные и легкие модели – те, которые удобно носить с собой каждый день, и при этом выдерживающие не только дождь, но и ветер.

Отдельная большая категория – **сумки**. Ни один день не проходит без запроса на подбор подходящего варианта. Кому-то нужны сумки для ноутбуков, кому-то шопперы, кому-то складные рюкзаки для промоакций, а кому-то решения для VIP-сегмента. В последнем случае особое внимание уделяется деталям: качественной фурнитуре, аккуратной отстрочке, подкладочным материалам и тем мелочам, из которых складывается ощущение премиальности буквально в каждом прикосновении.



Независимо от сегмента сохраняется еще один устойчивый запрос – **экологичность**. Покупатели все чаще обращают внимание на сырье, из которого изготовлена продукция: фетр, RPET, хлопок и другие натуральные или переработанные материалы продолжают пользоваться спросом. В моде природные оттенки, простые текстуры. Эти вещи легко интегрируются в повседневную жизнь и не выглядят навязчиво. Они про баланс, спокойствие и долговечность восприятия.

Отдельно хочется отметить **бальзамы для губ**. Их заказывают для мероприятий, в качестве небольших подарков сотрудникам и клиентам, а также как дополнение к основным наборам. Сценариев использования настолько много, что категория остается востребованной независимо от сезона.

В **высоком сезоне 2026** в моде будут так называемые **«дофаминовые» вещи**. Яркие цвета, необычные формы, интересные фактуры, иногда даже ароматы – все, что цепляет с первого взгляда и вызывает эмоцию. Здесь мерч работает не столько за счет функции, сколько за счет впечатления.

Отдельно стоит отметить **тренд на коллаборации** – с дизайнерами, иллюстраторами, локальными брендами. Такие проекты часто живут не только в продукте, но и в коммуникации: с ними можно выходить в СМИ и показывать не просто мерч, а идею и историю за ним.

Еще один мини-тренд – **подарочные боксы**. Не одна позиция, а целая коробка подарков. И это очень понятная история: в детстве ведь всегда было приятнее открывать много маленьких сюрпризов, чем один большой. И здесь, по сути, ничего не изменилось: мы выросли, а ощущение радости от того, что получаешь сразу несколько разных вещей, осталось прежним.



ОЛЬГА ФОКИНА, директор компании Arnika gifts design

<https://arnika-gifts.com>

В июне 2026 года мы изучили несколько десятков исследований потребительских трендов и сейчас предлагаем клиентам решения, подкрепленные, в том числе, ими. Один из ключевых – **усталость аудитории от обилия некачественного ИИ-контента** (так называемый AI-слоп). Естественным следствием этого становится потребность в немногословных коммуникациях. Вместо громких рекламных акций, которые раньше считались верхом успеха, сейчас люди ценят тихие доверительные контакты, личные рекомендации. Мерч все больше становится человекоцентричным, вплоть до нивелирования присутствия бренда. Заказчики смирились с этим и сами просят нанесение цвет-в-цвет, принт на изнанке, логотип только на уходовой бирке и так далее.

Близко к этому еще один вектор развития отрасли: **возвращение оффлайна**. Брендам интересно встраиваться в музыкальные фестивали, обживать городские пространства, открывать поп-ап корнеры. Мерч – триумфатор оффлайна. Только он способен воздействовать на все органы чувств сразу. Вывод: внедряем в проекты сенсорный маркетинг, обращаем внимание на фактуру материалов, аромапродукцию, шумящую упаковку, эффектные виды нанесения.

Третий тренд – это фокус на локальных марках, а коротко говоря, **добрососедство**. Его можно было бы назвать долгим трендом, так как он с нами уже несколько лет, но в 2026 году в России он особенно актуален: поддержка маленьких бизнесов хорошо воспринимается аудиторией. Так что объявляем год коллабораций и включаем в мерч-сети свечи ручной работы, домашний текстиль, керамику, местные разносолы. Обязательно вкладываем открытки и пишем, кто есть кто. Так бренды могут делиться аудиториями и расти.

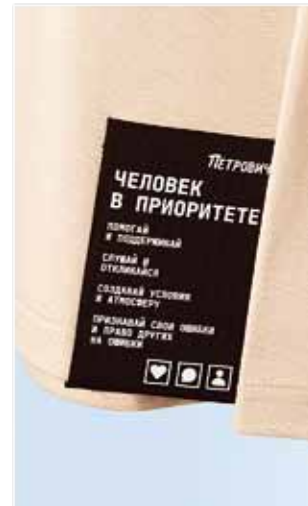
И отмечу еще один вектор развития отрасли: **человек в приоритете**. Коллеги поддержат, что HR-департаменты компаний – самые стабильные и активные заказчики сегодня. Можно сказать, что рынок снял «первый слой» с темы велком-паков, и сейчас мы не ограничиваемся только передачей корпоративных ценностей. Компания уходит на второй план, в



центре коммуникации – личность и ее интересы. Наборы для хайкинга, кино вечеров, настольные игры приходят на смену стандартным сетам из термокружки, шопера и блокнота с логотипом работодателя.

Теперь пара слов о нашем экономическом контексте. О том, что 2026 – год испытаний, говорят все. Такие разговоры отчасти становятся отчасти самосбывающимися прогнозами: клиенты осторожничают, экономят и откладывают проекты на конец года. И бывает сложно понять, это реальное урезание бюджетов или создание подушки безопасности на всякий случай. Все же мерч считается далеко не первоочередной маркетинговой необходимостью, и заказчики готовы от него отказаться.

Первое полугодие мы прожили труднее обычного. На привычно сложное после высокого сезона начало года наложилось изменения в налоговых расчетах (НДС и ФОТ). Как всегда в таких ситуациях, мы выбираем не ждать лучших времен, а идти на опережение. Общаемся с клиентами, реже соглашаемся на постоплаты, собрали пакет готовых к реализации дизайн-концепций, в начале июля провели клиентский день. Но, конечно, и экономим тоже: все траты проходят дополнительную проверку.



ЕЛЕНА БОСОВА, директор по развитию компании «ПРОМОСУВЕНИР»

<https://souvenirpromo.ru>

Первое полугодие 2026 года промоиндустрия провела без лишнего оптимизма, зато с калькулятором в руках. И, на мой взгляд, это хорошая новость: рынок становится разборчивее. Мы видим данную тенденцию и по собственным результатам: по итогам первого полугодия продажи выросли примерно на 20% по сравнению с прошлым годом. При этом самих заказов стало меньше, а средний чек вырос.

Отдельно хочется отметить HR-направление. Мерч становится частью корпоративной культуры компании: сотрудники выбирают его за внутреннюю валюту, носят вне офиса и действительно им пользуются. Мы называем это **«трогательным мерчем»** – когда смысл, дизайн и реализация сходятся в одном изделии. Отсюда и интерес к **тихой кастомизации** – таким решениям, как небольшие шевроны, брендинг подкладки, слепое нанесение в цвет изделия, лейбл или нестандартная фурнитура.

Если говорить о категориях, **текстиль** по-прежнему уверенно лидирует. Причем все чаще интерес вызывает новое прочтение привычных вещей: дутые чехлы с ремешками из паракорда, вязанные шоперы, технологичные детали. Также растет спрос на **детский мерч** и **мерч для питомцев**.



В высоком сезоне, думаю, текстиль сохранит лидерство. К Новому году обязательно увидим много прочтений **символа года**, продолжит расти сегмент **мерча для домашних животных** и в топе продаж останутся **подарочные наборы** – но уже с более продуманным составом и дизайном упаковки.

ПРОМО СУВЕНИР

Шьем на заказ

шоперы, варежки, шарфы, фартуки и другие изделия.

- Качественные материалы
- Аккуратный пошив и внимание к деталям
- Ваш логотип и фирменный стиль

От идеи до готовой коллекции.

Запросите расчет, подберем решение под бюджет и задачу

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



ИГОРЬ ЧИЖОВ, генеральный директор компании «Прагматика»

<https://pragmatica.gifts>

В первом полугодии 2026 года объемы закупок мерча снизились примерно на 20%, а у некоторых наших заказчиков – и в 2-3 раза. Так как сейчас глубина планирования маркетинговых и HR-активностей составляет не более полугода, то главный тренд – упор на складской ассортимент.

Высокий сезон точно состоится – в том смысле, что объем закупок в четвертом квартале будет существенно выше, чем в третьем, потому что Новый год никто не отменял. Но какой он будет по сравнению с аналогичным периодом 2025 года, вряд ли кто-то сможет спрогнозировать сейчас. А вот что точно можно предсказать: главной темой новогодних подарков будет Коза. И не китайская, а наша, славянская – символ плодородия, изобилия, жизненной силы.



ТЕКСТИЛЬ



АННА ГОНЧАРУК, коммерческий директор компании STAN

<stan.su>

В первом полугодии 2026 года корпоративные клиенты явно пересмотрели отношение к мерчу: это больше не статья расходов «на всякий случай», а осознанная часть HR- и маркетинговой стратегии. Текстиль по-прежнему наш главный герой: компании все серьезнее относятся к единому визуальному стилю команды и предпочитают удобные и продуманные образы.

Аксессуары – шоперы, бейсболки, рюкзаки – показали, пожалуй, самую интересную динамику. Клиенты ищут вещи, которые реально используются в жизни, а не оседают на полке.

Практичность плюс брендинг – вот запрос сезона.

В высоком сезоне этого года мы делаем ставки на **теплый текстиль и абсолютные новинки – сумки из фетра**.



Новогодний подарок должен ощущаться как забота – и тактильно, и визуально. **Подарочные наборы под ключ в премиальной упаковке** останутся самым востребованным форматом.

Лимитированные коллекции мерча в тренде для любого праздника. Небольшой тираж, оригинальный дизайн, ощущение эксклюзивности – именно это запоминается.

МЕРЧ, КОТОРЫЙ ВПЕЧАТЛЯЕТ

КРЕАТИВНЫЕ
ПОДАРОЧНЫЕ
НАБОРЫ



Канал в MAX



МАРИНА ЧИСТОВА, генеральный директор «Ателье Марины Чистовой»

<https://chefrepublic.ru>

В 2026 году топовые позиции в запросах занимают **рубашки и аксессуары** (кепки, шоперы, носки, игрушки). Сегодня рубашка – не просто базовая вещь, а важнейший элемент стильного городского гардероба. **Почему рубашка – достойная альтернатива футболке и худи?** Во-первых, это про вариативность образа: рубашку можно носить нараспашку, завязывать, заправлять. Она выделяет, а не упрощает, и всегда добавляет уверенности. Во-вторых, современные ткани (вареный или плотный хлопок, футер, деним, вельвет) – это синтез комфорта и долгого срока службы, которого так не хватает легкой одежде типа футболок. А главное, рубашка задает уровень: и для буднего дня, и для важной встречи, и для яркого фестиваля.

Также стабильно растет интерес к **функциональным гаджетам** – «умным датчикам», встроенным в одежду для отслеживания параметров организма, а также для спортивной реабилитации.

Какие материалы и технологии нанесения наиболее востребованы для создания мерча? В 2026 году основной фокус на **экологических материалах**: в моде органический хлопок, переработанный полиэстер, бамбуковые и льняные ткани или, наоборот, **высокотехнологичные ткани** с использованием инновационных водо- и грязеотталкивающих пропиток, папо silver (наночастицы серебра – антибактериальный компонент, внедряемый в структуру текстиля. – Прим. ред.) и технологичных нитей dry touch, обеспечивающих быстрое влагоотведение и превосходную терморегуляцию.

Возрастает интерес к материалам с возможностью окрашивания по дизайну клиента (**Garment Dyed**).

Среди технологий популярны **вышивка 2D и 3D**, комбинация **вышивки и DTF-печати**. А также увеличился спрос на **ручное вязание** и отделку изделий.



Какие элементы дизайна актуальны? В центре внимания лаконичные, но запоминающиеся логотипы, современные слоганы, мотивирующие фразы и оригинальные иллюстрации. Большой интерес вызывают минималистичные графики, абстракция и ретро-диджитал мотивы. Не теряют популярности коллаборации с локальными или популярными художниками и брендами. Кроме того, растет востребованность **текстильной упаковки** – всевозможных шоперов, мешочков и конвертов.



ИНТЕРЬЕР И ДЕКОР



АЛЕКСАНДРА ХЛОПУШИНА, генеральный директор компании FineDesignGroup
<https://finedesigngroup.ru>

По итогам первого полугодия 2026 года мы отметили общее увеличение продаж примерно на 8% относительно того же периода 2025 года. При этом рост распределился неравномерно, и именно его структура, на наш взгляд, точнее всего описывает состояние рынка товаров для дома.

Сильнее всего прибавили функциональные категории, которые человек использует каждый день: посуда для приготовления, товары для хранения и барное стекло. Это вещи с понятной пользой – их легко купить себе и так же легко подарить.

Одновременно просели категории, связанные с крупной обстановкой интерьера, – декор, мебель и свет потеряли около 7% продаж. Мы связываем это со снижением темпов роста строительства: меньше новых ремонтов и переездов – меньше поводов для полноценного обновления интерьера. Покупателю проще позволить себе небольшую, но приятную покупку, чем сделать крупную. Для подарочного рынка вывод прямой: в фокусе – небольшой, качественный и применимый в быту предмет.

В высоком сезоне 2026 года, по нашим ожиданиям, сохранится тенденция, определявшая и первое полугодие: покупатель стал разборчивее и ищет не просто товар, а вещь с характером. Усилятся спрос на качественные вещи с выраженным, узнаваемым дизайном, – на то, что нельзя просто заказать на маркетплейсе с прямой доставкой от китайских продавцов. Клиент устал от обезличенного масс-маркета: он легко отличает «вещь, которую видел у всех» от предмета с яркой индивидуальностью.

Для нас это означает ставку на дизайн и происхождение продукта, а не на цену. Мы сознательно работаем в категории между экономом и премиумом – и именно этот «средний с характером» сегмент, по нашим наблюдениям, будет расти быстрее всего в подарочных запросах сезона.

Что происходит со спросом на бренды? Мы видим устойчивый интерес к брендовости как таковой. Отдельно отметим



эффект ушедших из России крупных компаний: привычные европейские марки, к которым покупатель был приучен годами, по-прежнему востребованы – а самих брендов на полках мало. Эта освободившаяся ниша достается локальным маркам сопоставимого уровня дизайна и спецификации.

Что мы советуем ретейлерам и закупщикам в высокий сезон? Делать ставку на дизайн и историю продукта, а не на ценовую гонку с прямым импортом. Усиливать функциональные категории – приготовление, хранение, сервировка, барное стекло – и подавать их как подарок. А также закрывать освободившуюся нишу ушедших брендов локальными марками сопоставимого уровня: покупатель к этому готов и ищет такую замену сам.



Реклама ИП Набокова Алексей Викторович ИНН 524505891258

Art Varg

Компания, в которой создаются доспехи из стали для тех, кто любит историю и красоту.

Art Varg специализируется на изготовлении копий средневековых доспехов для частных интерьеров, ресторанов, загородных клубов.

8 (904) 917-99-33
Artelvarg@yandex.ru
<https://artelvarg.shop>

Реклама ИП Сысоевских Мария Александровна ИНН 502403014522

Arômat DOMA

- эксклюзивный дистрибьютор
ПРЕМИАЛЬНЫХ БРЕНДОВ

Danhera Italy
Аристократичный итальянский бренд класса люкс с коллекцией интерьерной парфюмерии и средств для ухода за домом и телом.

Erbario Toscano
Интерьерные ароматы и косметика для тела, созданные в Италии и вдохновленные природой и традициями Тосканы.

ONNO Collection
Люксовые дизайнерские свечи из Бельгии. Авторские ароматы и изысканное исполнение для исключительных интерьеров.



**ХВАТИТ
ДАРИТЬ
ТО, ЧТО
ПЕРЕДАЮТ.**

ПАДЕЛ-РАКЕТКА
С ВАШИМ БРЕНДОМ —
ЕЮ ИГРАЮТ, ЕЁ ПОКАЗЫВАЮТ,
О НЕЙ ГОВОРЯТ.



**ПРИНИМАЕМ
КОРПОРАТИВНЫЕ
ЗАКАЗЫ**

ПОДАРИТЕ ТОП-МЕНЕДЖЕРАМ И
VIP-КЛИЕНТАМ ПАДЕЛ-РАКЕТКУ
С ВАШИМ ЛОГОТИПОМ,
КОТОРАЯ РАБОТАЕТ НА
УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА.



 **+7(919) 999-14-14**

 **vivapadel.ru**



Реклама ИП ИКЕБОДИНА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА ИНН 1827090433

 **+7(919) 999-14-14**

 **vivapadel.ru**



Реклама ИП ИКЕБОДИНА МАРИЯ СЕРГЕЕВНА ИНН 1827090433

ПВХ-МЕРЧ — НЕ ПРОСТО СУВЕНИР. ПОЧЕМУ БРЕНДЫ ДЕЛАЮТ СТАВКУ НА ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ

Сувенир больше не обязан быть просто подарком. Сегодня он может стать желанным объектом, частью коллекции и даже предметом охоты. Мы в компании «Росбраслет» превращаем идеи брендов в лимитированный мерч с индивидуальным дизайном.

ВЕЩИ, ЗА КОТОРЫМИ ОХОТЯТСЯ

Лимитированные дропы, коллаборации, коллекционные серии – бренды давно научились превращать обычную покупку в эмоцию. Человек получает не просто вещь, а ощущение: «У меня есть то, чего нет у других». Показательный пример – ажиотаж вокруг фирменного мерча крупнейших компаний. Капсульные линейки и эксклюзивная продукция раскупались за секунды – за ними выстраивалась очередь. **Простая и привлекательная для маркетинга механика: не просто подарить – создать желание получить.**



КЕЙС №1. ДЖИБИТСЫ ДЛЯ МАГАЗИНА МЕРЧА

Изготовили коллекцию фирменных джибитсов для магазина мерча на территории Всероссийского детского центра. Здесь каждый отряд – это своя символика, свой характер и свой дизайн. Ребята могут выбрать джибитсы, которые напоминают именно об их смене, и увезти с собой. Коллекция уже насчитывает более десяти видов принтов. И это не просто набор ярких аксессуаров, а знак принадлежности своему отряду и воспоминания, которые останутся рядом надолго.

СЕРТИФИКАТЫ КАЧЕСТВА



МАССОВЫЙ МЕРЧ И VIP-ПОДАРКИ

Материал ПВХ позволяет не ограничивать фантазию: объем, цвет, форма, фактура – можно создавать уникальные вещи, которые не спутать с обычным промосувениром. Именно поэтому ПВХ сегодня выглядит особенно интересно. Брелок может стать символом бренда. Фигурка – главным героем рекламной кампании. Джибитс – частью коллекции. Лимитированная серия – привилегией для VIP-клиентов. И неважно, идет речь о массовой акции или подарке для нескольких ключевых партнеров – ПВХ подойдет всем.

КАЖДАЯ ДЕТАЛЬ ДОЛЖНА РАБОТАТЬ НА БРЕНД.



Ремувки от 19 руб.*

СУВЕНИР, КОТОРЫЙ ХОЧЕТСЯ ОСТАВИТЬ СЕБЕ

В «Росбраслете» мы создаем ПВХ-продукцию по индивидуальному дизайну заказчика – от строгих лаконичных изделий с логотипом до объемных персонажей, нестандартных форм и целых коллекций. В сувенир можно превратить мascota, продукт, символ мероприятия или придумать совершенно новую форму. Самый сильный мерч – тот, который хочется сохранить. Он остается у клиента, попадает в соцсети и рассказывает о бренде без единого рекламного материала.

Решения ООО «Игры и системы» Мин 7710023094

Решения ООО «Игры и системы» Мин 7710023094

КЕЙС №2. ОТ ЭСКИЗА ДО 3D-БРЕЛОКА

Иногда все начинается с картинки. У клиента был референс – понравившийся образ, который хотелось превратить в объемный брелок. Но между идеей и готовым изделием – целый мир технических нюансов. Наши дизайнеры адаптировали идею под производство: проработали форму и объем, учли особенности материала, добавили логотип бренда. В результате идея обрела форму: получился 3D-брелок, который полюбили все клиенты заказчика.



РАЗРАБОТКА МАКЕТА

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

УПАКОВКА – ТОЖЕ ЧАСТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

Сувенир производит первое впечатление на человека еще до того, как попадает к нему в руки. И здесь все решает упаковка. В компании «Росбраслет» мы реализовали полный цикл производства – от разработки дизайна ПВХ-сувениров до их упаковки во флоупак. **Дизайн флоупака может быть любым: прозрачным, с печатью или полноцветным изображением.** Он превращает сувенир в законченный продукт, добавляет ощущение эксклюзивности и одновременно становится дополнительной площадкой для коммуникации. QR-код, контакты, информация о бренде, механика акции – все это можно разместить прямо на упаковке.

КАЖДАЯ ДЕТАЛЬ ДОЛЖНА РАБОТАТЬ НА БРЕНД.



Джибитсы от 9 руб.*



Брелоки от 12 руб.*

Упаковка от 2 руб.*

* Не является публичной офертой. Подробности узнавайте у менеджеров.

КОГДА СУВЕНИРЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ОБЪЕДИНЯЮТСЯ

ПВХ может быть не только красивым, но и функциональным. Собственное производство позволяет нам интегрировать электронный чип в брелок, стикер или браслет. **И они превращаются из обычного ПВХ-сувенира в пропуск, абонемент, средство оплаты или лояльности.** При этом форма, размеры и дизайн продукции могут быть любыми под ваш бренд и запрос. Мерч уже не просто напоминает о компании, он становится частью повседневного взаимодействия с ней.

ОТ ИДЕИ ДО ГОТОВОГО ДРОПА

У нас можно заказать ПВХ-сувениры для клиентов, сотрудников и партнеров – с индивидуальным дизайном, чипом и упаковкой. Собственное производство в России, безопасные сертифицированные материалы и возможность реализовать нестандартные идеи – от сигнального образца до целой коллекции.

Хороший корпоративный сувенир – это не вещь, которую берут из вежливости. Это объект желания, который человек забирает с собой, сохраняет и носит. И пока этот мерч рядом – ваш бренд остается в поле зрения.

СКИДКА 15% НА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ ПО ПРОМОКОДУ – «СУВЕНИРНЫЙГИД»



rosbraslet.ru



Max

РОСБРАСЛЕТ

+7 (499) 703-07-66

info@rosbraslet.ru



16–18
МАРТА
2027

МОСКВА
КРОКУС ЭКСПО

НЕ ПРОСТО ПРО ИГРУШКИ. ПРО БИЗНЕС НА ИГРУШКАХ.

Главная весенняя
встреча закупщиков
детского ассортимента

 www.igrushka-market.ru

 Забронировать стенд



Организатор:  **MAYER J.**

0+ Реклама ИП Шевченко Г.В.



При поддержке:  **АИДТ**



МЕСТО ВСТРЕЧИ ПРАЗДНИКА И БИЗНЕСА

Профессиональная выставка
новогодней индустрии,
сезонного оформления и подарков

 16–18 марта 2027 • Москва • Крокус Экспо



 Стать экспонентом
christmasbox.ru

0+ Реклама ИП Шевченко Г.В.

 **MAYER J.**

НОВЫЙ 2027 ГОД С ШОКОЛАДНОЙ ФАБРИКОЙ «КОНФАЭЛЬ»

Каждый Новый год – это возможность укрепить деловые отношения, выразить благодарность партнерам, клиентам и сотрудникам и зарядить их позитивными эмоциями, которые останутся в памяти надолго. Именно поэтому команда шоколадной фабрики «Конфаэль» с особым вниманием подходит к созданию новогодней коллекции бизнес-подарков.

В каталоге 2027 года традиционно представлены линейки в классической новогодней палитре – зеленых, красных и синих оттенках. Эти решения уже много лет остаются наиболее востребованными среди корпоративных клиентов, поскольку легко адаптируются под фирменный стиль компании. **Каждый подарок можно персонализировать: дополнить логотипом, символикой организации и другими элементами брендинга.**

Особое место в новом каталоге занимает коллекция для тех, кто ценит современные гастрономические находки, необычные вкусовые сочетания и осознанный подход к выбору сладостей. Серия выполнена в элегантной, сдержанной цветовой гамме, которая гармонично сочетается с любым корпоративным стилем. При необходимости упаковка легко адаптируется под фирменную айдентику компании – можно изменить цвет лент, добавить логотип или разработать индивидуальное оформление.



В эту коллекцию вошли новинки, созданные специально к сезону 2027 года. Среди них – **оригинальные сырные конфеты, конфеты кранчи, мармелад без сахара и другие авторские продукты**, которые дополняют классический ассортимент и погружают в мир новых вкусов.

Неотъемлемой частью новогоднего каталога «Конфаэль» остается **линейка, посвященная символу года**. В сезоне 2027 она вдохновлена образом **Огненной Овцы (Барашка)** – символом тепла, семейного уюта и благополучия. В ней представлены шоколадные скульптуры, фигурки овечек и барашков для детей, съедобные картины, пластины с изображением символа года и разнообразные подарочные решения для клиентов, партнеров и сотрудников. Ассортимент позволяет подобрать презент на любой бюджет – от небольшого шоколадного комплимента до эксклюзивного набора.

Еще одна отличительная особенность каталога – **комплексный подход к созданию подарков**. Команда «Конфаэль» убеждена, что современный корпоративный презент должен дарить не только гастрономические впечатления, но и оставлять приятные воспоминания. Именно поэтому многие подарочные наборы включают не только фирменный шоколад, конфеты и мармелад, но и тщательно подобранные дополнения: **премиальные сорта чая и кофе, авторские напитки, стильную посуду, уютные пледы и оригинальные сувениры**. Они продолжают радовать получателя даже после того, как сладости будут съедены.



Для компаний, которые стремятся создать по-настоящему уникальный корпоративный подарок, «Конфаэль» предлагает **индивидуальное производство продукции**. Если стандартные решения не соответствуют вашей идее, специалисты фабрики готовы реализовать проект по техническому заданию заказчика. Технологи разработают новый вкус, а дизайнеры создадут эксклюзивную концепцию оформления, полностью соответствующую фирменному стилю бренда.

Такие возможности доступны благодаря полному производственному циклу фабрики. **«Конфаэль» самостоятельно производит шоколадную продукцию, наносит логотипы и корпоративную символику непосредственно на шоколад, разрабатывает и изготавливает упаковку, выполняет рубку, печать и брендинг**. Это позволяет воплощать



в жизнь проекты практически любой сложности – от создания авторского вкуса до полностью эксклюзивного делового подарка.

Отдельное внимание на фабрике уделяется качеству сырья. Это один из главных принципов «Конфаэль», который остается неизменным на протяжении многих лет. **При производстве шоколада используются только натуральное какао-масло и какао тертое – без искусственных заменителей**. Благодаря этому шоколад сохраняет свой природный вкус и благородную текстуру. Не менее внимательно компания относится и к остальному ассортименту. При изготовлении шоколадных конфет и мармелада не применяются искусственные красители и заменители молочного жира.



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

СИМВОЛ ГОДА СО СМЫСЛОМ

Как превратить традиционный новогодний мерч в инструмент, который одновременно заботится о репутации компании и о реальных людях? Команда BuuSocial соединила запросы корпоративных клиентов с уникальными изделиями российских социальных мастерских, создав коллекцию, где у каждого подарка – своя история. В нашей рубрике «Социальный проект» – обзор трендовых решений с символом 2027 года – Козой (Овцой), сочетающих эстетику ручной работы, инклюзию и запоминающийся клиентский опыт.

Каждый представленный в этой подборке подарок несет социальную ценность: его производство создает инклюзивные рабочие места, возможность для людей из уязвимых групп быть включенными в экономику и общество. Для компаний-дарителей это усиливает коммуникацию с получателями через подарки – так они транслируют не только внимание к клиентам или сотрудникам, но и человечность бренда, его высокие ценности.

Тарелка с тонким деликатным силуэтом овечки – нежная, лаконичная и неповторимая. В ее неровной форме – индивидуальность изделия ручной работы. Создана художниками-керамистами московской мастерской творческой адаптации людей с ментальными особенностями.



Набор керамических подвесок создан в инклюзивной мастерской в Нижнем Новгороде. Эти трогательные овечка, козлик и гусь будто сошли со страниц доброй сказки, для которой нарисованы талантливым художником.

Продукция со значительной долей ручного труда обладает особым шармом. Такие изделия полюбят. Некоторые из них вызывают улыбку и умиление, другие напоминают о беззаботности детства, третьи имеют скорее серьезный характер, но так или иначе все запоминаются, как и бренд, который их подарил.

Кружка ручной росписи с козой – сдержанная и стильная. Она будет использоваться ежедневно, мягко напоминая о вашем бренде. В паре с ней идет **деревянная подставка** – также с символом года. Под заказ можно написать козочку в корпоративных цветах компании.



Набор аксессуаров – салфетка с вышивкой от ремесленной мастерской, трудоустраивающей молодых людей с синдромом Дауна и РАС, козульный пряник по традиционному рецепту Русского Севера с росписью кондитера-художника и открытка. Козочка в сарафане, играющая на ложках, напоминает героиню русской народной сказки. В этом комплекте символ года приобретает второй смысловой слой – про локальную культуру и идентичность.



Набор керамических елочных игрушек в виде очаровательных пушистых овечек. Хорошая компания, где все и похоже, и немного разные.



Мягкая игрушка – умилительная овечка ручной работы, которую можно изготовить в виде обвеса или елочной игрушки. В комплекте – **кружка креативной формы с «кудряшками»**.



Керамические елочные украшения в виде характерных козчиков в наивном стиле обрадуют получателей с чувством юмора и ценителей творчества. Небольшой, но очень милый подарок от особенных авторов из города Орла.



Новогодние шары для тех, кто ценит неочевидные идеи. Эффект «второго взгляда» – игра с восприятием: обычный шар при ближайшем рассмотрении оказывается пушистым телом овечки, чья мордочка смотрит прямо на вас. Стекланные украшения расписаны художниками из Санкт-Петербурга вручную, создана текстура овечьей шерсти.



Фактурные елочные шары – забавные мультяшные овечки точно вызовут улыбку даже у самых серьезных получателей. Украшения отлично смотрятся и на елке, и на праздничном столе. Сделаны в нижегородской керамической мастерской с участием людей с ментальными особенностями.



Подставка для смартфона – деревянная фигурка-символ года с характером. Сделана в оренбургской мастерской, помогающей в социальной адаптации людей с инвалидностью. Также в наборе **термостакан эргономичной формы**: напиток не остынет, даже если вы увлеклись рабочей задачей и забыли обо всем на свете.



Комплимент от самого Деда Мороза – доступный симпатичный подарок, когда нужно уделить внимание большому количеству сотрудников. В ярком конверте-упаковке лежит письмо, подписанное Дедушкой, и небольшая керамическая подвеска в виде символа года. 10% стоимости игрушки направляется в фонд «АдВита» для благотворительной помощи людям с онкологическими заболеваниями.



Фото к статье любезно предоставлены компанией BuySocial.



37-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
B2B ВЫСТАВКА
ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА

8-10 СЕНТЯБРЯ 2026
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

СОТНИ ИНТЕРЬЕРНЫХ НОВИНОК И ДЕКОРА ДЛЯ ДОМА



ПОЛУЧИТЬ
БЕЙДЖ

www.hhexpo.ru

Организатор:
MAYER J.

ПОДАРОК НА ВСЕ 365: «КАЛЕНДАРНЫЙ» ЛИКБЕЗ

Настенный, настольный, квартальный, перекидной... Корпоративный календарь – пожалуй, самый массовый, но и самый недооцененный вид деловой сувенирной продукции. Многие маркетологи и PR-специалисты до сих пор действуют по принципу «купить подешевле и вручить побыстрее». В новом ликбезе разбираем, как с помощью правильного календаря реально продлить контакт с клиентом на 365 дней, ненавязчиво напоминая о компании, формируя правильные ассоциации и поддерживая лояльность.

Нашими экспертами стали:

- генеральный директор компании «Лабиринт» **Наталья Процыкова;**
- специалист по маркетингу компании «Норгис Пресс» **Сергей Синицын;**
- директор по маркетингу и продажам ТМ «Адьютант» **Наталья Великанова;**
- специалист по маркетингу компании «Нью-Тон» **Юлия Валюшко;**
- генеральный директор издательской группы «Астарта» **Сергей Титов;**
- генеральный директор компании Mural **Майя Шинкевич.**



Фото: ТМ «Адьютант», <https://adjutant.ru>

ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ КАЛЕНДАРЕЙ



НАСТЕННЫЕ КАЛЕНДАРИ

Самые наглядные, могут служить настоящим украшением рабочего пространства. Бывают следующих видов.

• Плакатные (постеры)

Один лист, на котором размещается все сразу: имиджевое изображение, логотип и календарная сетка на год. Сетка обычно занимает не больше четверти листа, все остальное отводится под брендинг. Офсетная печать позволяет изготавливать большие тиражи по низкой цене. Материал – чаще всего мелованная бумага. Форматы: от А2 до В1, вертикальные или горизонтальные. Используют на выставках, промоакциях, дарят сотрудникам.

• Квартальные

Хит офисного сегмента. Название говорит само за себя – в поле зрения сразу три месяца: предыдущий, текущий и следующий. Некоторые версии показывают и пять, но привычная классика – три блока.

Изделие состоит из плотной картонной подложки, на которой держатся три независимых блока на пружинах. Сверху – «шапка» под логотип и имиджевое изображение. Снизу – рекламные поля для контактов, акций, товаров. На подложке может быть одно поле или три, под каждый блок отдельно.

Обязательный элемент – курсор. Его также называют бегунок или окошко, которое двигают вручную, отмечая сегодняшнее число.

Крепление на стену – либо планка с крючком, либо люверсы. Часто ламинируют, чтобы не боялся влаги и не выцветал.

• Перекидные

Такие календари обычно дарят партнерам и клиентам. Каждый месяц – новый лист с красивым изображением: пейзаж, архитектура, дорогая предметная съемка. Календарная сетка и логотип не перетягивают внимание на себя, но обязательно должны быть стильными и читаемыми.

Конструкция: 7 или 13 листов вместе с обложкой. При 7 листах одно изображение идет на два месяца; при 13 – у каждого месяца своя картинка. Листы скреплены пружиной, перекидываются легко. На стену вешается через ригель – металлическую планку. Типовые размеры – А3 или А2, но под заказ делают и А1. Если календарь предназначен для выставки или офиса, выбирают максимальный формат, чтобы было видно издали.

• Отрывные

Самый активный формат с точки зрения контакта с получателем. 365+ листов. Каждый день человек отрывает листок и получает порцию информации. Классические версии просто показывают дату и памятные события. Современные – добавляют аффирмации, любопытные факты, короткие фразы или задания. Работает как игра и ритуал: утром оторвал, посмотрел, улыбнулся или задумался.

Размеры бывают разные, количество листов стандартное – на год. Бумага обычно тонкая, чтобы легко отрывалась, но не рвалась раньше времени.



33-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

РЕКЛАМА 2026

«ТЕХНОЛОГИИ
И УСЛУГИ ДЛЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
И ЗАКАЗЧИКОВ
РЕКЛАМЫ»

27–29 ОКТЯБРЯ

РОССИЯ, МОСКВА,
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»,
ПАВИЛЬОН 1, ЗАЛ 4



Реклама 12+

www.reklama-expo.ru

При поддержке

АКАР АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Под патронатом



Организатор

ЭКСПОЦЕНТР

Кейс №1: календарь в китайской технике гошуа

Необычный календарь, посвященный насосам, – отличный пример того, как можно адаптировать определенную эстетику под нужды заказчика в любой отрасли бизнеса. Календарь выполнен в виде пакета с красными атласными ручками, что является отсылкой к китайским традициям.



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

**НАСТОЛЬНЫЕ КАЛЕНДАРИ**

Настольные форматы ближе всего к пользователю – на рабочем столе, рядом с клавиатурой, блокнотом и чашкой кофе. Это личный помощник, который всегда под рукой. Главные требования – компактность (не загромождать стол) и устойчивость (не падать от случайного движения). При этом календарь должен быть достаточно информативным. Чаще всего конструкция выглядит так: подставка из плотного картона (часто треугольная), листы с календарными сетками на пружине, формат А5 как стандарт. Бывают перекидные модели – страницы меняются каждый месяц. Бывают неперекладные – один блок на весь год. Встречаются и отрывные ежедневные версии, где каждый лист – отдельный день. Имеют следующие разновидности.

• Календарь-домик

Классика жанра. Основание-подставка и календарный блок на пружине. Количество листов – от 1 до 12, таким образом, можно сделать сетку сразу на год или менять картинку ежемесячно. На каждом листе удобно маркировать важные даты: дни рождения сотрудников, акции, важные корпоративные события. Календари-домики делятся на два типа: неперекладные (простые) – один или два листа. Бюджетный вариант, часто раздают на выставках и презентациях. Перекидные – 12–13 страниц с обложкой. Упрощенная версия – на 7 листов, где одно изображение идет на два месяца.

• Календарь-пирамидка

Треугольная конструкция с тремя боковыми гранями и основанием. На каждой грани находятся рекламное поле и календарная сетка на 1–3 месяца. Компактно, но дает три независимые зоны для контактов, логотипа, слогана или списка услуг. Часто заказывают для ресепшена и зон ожидания, где место ограничено, а информации много.

• Календарь-моно и календарь-трио

Конструкция на одной широкой ножке-подложке. Блоки раскладываются веером.

Моно – один подвесной блок. Показывает текущий месяц плюс мини-версии предыдущего и будущего.

Трио – три независимых блока на одной подложке. Позволяет видеть сразу три месяца.

Основы печатаются на плотном картоне, календарные блоки – на бумаге потоньше. И моно, и трио удобны для тех, кто привык планировать в горизонте нескольких месяцев, но не хочет вешать на стену полноценный календарик.

Кейс №2: 3D-календарь с индивидуальным дизайном

Как это работает? Ежедневно отрывайте один лист. Постепенно из слоев бумаги начинает возвышаться четкий контур здания, силуэт вашей продукции или нежный цветок, раскрывающий лепестки с каждым днем.



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

30-31 августа 2027 Москва, Крокус Экспо

До встречи

на юбилейной выставке

промопродукции, мерча, оборудования и технологий для рекламы

Принять участие со стендом

Организатор:

ООО «ЭВР» - РЕКЛАМА

Кейс №3: календарь-футляр

Интересное решение для тех, кто хочет совместить упаковку и наполнение. В собранном виде это коробка, куда можно положить подарок (вес вложения до 1.5 кг), в разобранном – календарь-трио на весь год.



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

КАРМАННЫЕ КАЛЕНДАРИ

Карманный формат пережил цифровую эпоху и снова набирает популярность. Причина проста: этот календарь не требует зарядки, не зависит от уведомлений и всегда лежит в кошельке или визитнице.

Конструкция: лицевая сторона – имиджевое изображение и логотип. Оборот – календарная сетка и контакты. Размер приближен к визитке: чаще всего 70х100 мм или 100х70 мм. Материал – плотный мелованный картон. Обязательны постпечатные работы: ламинация (защита) и скругление углов (чтобы не цеплялись). Данный вариант отлично подходит для массовой раздачи на выставках, конференциях, промоакциях, в точках продаж.

Кейс №4: адвент-календари

Адвент-календарь – это коробка, разделенная на ячейки по определенному количеству дней. Они могут иметь самое разное наполнение: от традиционного шоколада до косметики и даже ювелирной продукции. Такой подарок создает эффект предвкушения праздника и усиливает эмоциональный отклик у получателя.



Фото: MIDAS Group, <http://midas-group.ru>



Фото: «Русские Самоцветы», <https://russam.ru>

КАЛЕНДАРИ-ПЛАНЕРЫ (планинги, бизнес-календари)

Гибридный формат, который соединяет в себе классический календарь и датированный ежедневник.

Эти календари особенно востребованы в бизнес-среде, у фрилансеров и у всех, кто живет по дедлайнам и проектам. Их главное отличие от обычных настольных или карманных версий – функциональность для структурированного планирования.

Юлия Валюшко, «Нью-Тон»: «Такие календари дарят как солидный презент партнерам, ключевым клиентам или топ-менеджерам. Планер может лежать на столе целый год, и каждый раз, когда человек берет его в руки, он взаимодействует с брендом. В отличие от других форматов, где важнее сетка и читаемость, здесь на первый план выходят дизайн, качество материалов и удобство разверстки».

ВЕЧНЫЕ КАЛЕНДАРИ

Отдельная категория, которая сильно отличается от предыдущих форматов. Вечный календарь не печатают каждый год заново – его производят один раз, и он служит годами, пока не надоест дизайн или не сломается конструкция. С его помощью определяют день недели для любой даты, числа и месяца. Главная фишка: пользователь каждый раз вручную выставляет дату, и в этот момент происходит очередное «касание» с брендом.



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

Основные формы конструкции:

- табличная. Две совмещающиеся таблицы, которые работают по инструкции: одна определяет дату, другая – день недели. Встречаются модели в виде вращающихся дисков с отверстиями. Пользователь крутит, совмещает и получает результат.
- Блоки с кубиками-цифраи и брусочками для дней недели. Такие календари чаще всего показывают только число и день, без привязки к месяцу и году. Это не столько инструмент планирования, сколько изящный настольный аксессуар. Необычно, эстетично, привлекает внимание.



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

Юлия Валюшко, «Нью-Тон»: «Вечные календари производят из дерева, металла, пластика, а также переработанных материалов. Разнообразие форм огромное: от классических кубиков до дизайнерских конструкций с дисками, магнитами, передвижными маркерами. Премиальные модели часто изготавливают из натурального дерева с качественной отделкой. Металл и пластик, в свою очередь, обладают высокой износостойкостью: не рвутся, не теряют форму, легко чистятся, в деловой обстановке смотрятся эффектно. Вечный календарь не требует ежегодной замены, то есть экономит бумагу, краски и ресурсы на производство. Компания, которая вручает такой презент, автоматически получает плюс к имиджу экологически ответственного бизнеса».

ВИДЫ КАЛЕНДАРЕЙ ПО ВРЕМЕННЫМ ОТРЕЗКАМ

Классификация по охвату – еще один способ разделить календари. Здесь все зависит от того, на какой срок рассчитан носитель: событие, месяц, год или даже день.

СОБЫТИЙНЫЕ

Такие варианты обычно заказываются под конкретное событие: юбилей, получение награды, государственный праздник. Внутри – тематические фотографии и оформление. Чаще всего это эксклюзивное изготовление небольшим тиражом, потому что торжество уникально и массовое производство здесь не нужно.

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ

Продукция с датировкой по месяцам. Ключевая особенность – календарная сетка может быть сделана так, что каждый день представлен пустой клеткой. В нее удобно вписывать напоминания, подсказки, планировать мелкие дела.



Фото: ТМ «Адьютант», <https://adjutant.ru>

ГОДОВЫЕ

Самый привычный вариант. Разбивка по месяцам, неделям и дням. Форматы – чаще всего А4, А3 или А2. Подходят и для офиса, и для дома.

ЕЖЕДНЕВНЫЕ

Здесь каждый день – отдельный лист или клетка с возможностью оставлять заметки. Размеры, изображения и остальные параметры – под задачу заказчика. Подойдут для плотного графика и тех, кто привык все записывать.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КАЛЕНДАРИ

Отражают рабочие, предпраздничные (сокращенные), праздничные и выходные дни в году. Создаются с учетом законодательства – переносы выходных, нормы рабочего времени, количество дней в каждом месяце и квартале. Внутри обязательно показывают общее число рабочих дней за месяц и квартал, а иногда и норму часов. Пользуются спросом у бухгалтеров, HR-специалистов, финансовых отделов и всех, кто рассчитывает зарплату, отпуска и больничные.



Фото: ТМ «Адьютант», <https://adjutant.ru>

Фото: Mural, <https://mural.ru>

ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ

САМЫЕ БОЛЬШИЕ КАЛЕНДАРИ В МИРЕ

• Абсолютный мировой рекорд

Официально **самый большой печатный календарь** в мире создал житель Дубая (ОАЭ) **Рамкумар Сарангпани**. Его площадь составляет 6,25 кв.м, что ориентировочно в 250 раз больше стандартного настольного календаря. На каждой из страниц размещены фотографии знаковых объектов и достижений ОАЭ.

• Самый большой календарь-здание

Замок Браунлоу Хаус (Brownlow House) в Северной Ирландии официально признан одним из крупнейших в мире «календарных зданий» (Calendar Houses). Его уникальная архитектура полностью символизирует календарный год:
365 комнат – по количеству дней в году;
52 каминные трубы – по числу недель;
12 углов здания – по количеству месяцев;
4 парадных входа – по числу времен года.

• Самый большой адвент-календарь

В этой категории рекорды делят два знаменитых объекта: первый из них – календарь на вокзале **Сент-Панкрас (Лондон)**. В декабре 2007 года там возвели конструкцию высотой 23 метра и шириной 71 метр. Он официально попал в Книгу рекордов Гиннеса как рекордсмен среди адвент-календарей за всю историю. Второй объект – **ратуша города Генгенбах (Германия)**. Это самый большой в мире постоянный дом-календарь. Каждый год в декабре фасад старинной городской ратуши превращается в адвент-календарь: 24 окна здания становятся «окошками» с картинами известных художников (например, Марка Шагала или Энди Уорхола), которые открываются день за днем до самого Рождества.



Фото: «Астарта», <https://astarta-studio.ru>



Фото: «Астарта», <https://astarta-studio.ru>

• **3D-УФ-лак** – шелкотрафаретный лак высокого подъема, заметный даже на настенном календаре с расстояния 2–3 метра.

• **Каширование (кашировка)** – технологический процесс в полиграфии, при котором тонкий печатный материал (лайнер) приклеивается к более плотной картонной основе. Лайнером может быть тонкая бумага, картон, пленка и другие материалы, а основой – микрогофрокартон, гофрокартон или целлюлозный картон. В результате получается материал, сочетающий высокое качество изображения с прочностью упаковочного изделия.

• **Микротиснение на фольгированном картоне** – очень зрелищная технология, позволяющая сделать постер квартального календаря ярким за счет металлизации основы и постпечатной обработки с помощью нанесения микротекстур и паттернов.

• **Вакуумная термоформовка** – придание пластику объема до 30 мм в высоту. На постере квартального календаря создается полноценный барельеф из логотипа, продукции, зданий и любимых образов клиентов в миниатюре.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

А ЭЛЕМЕНТЫ КОНСТРУКЦИИ

- **Блок** – календарная сетка с датами. Главная рабочая зона календаря.
- **Шапка (топ, шпигель)** – верхняя часть квартального календаря (индивидуальное изображение с логотипом либо тематической картинкой).
- **Подложка** – основание конструкции, обычно из плотного картона (от 300 г/м²).
- **Курсор (бегунок)** – подвижный указатель текущей даты.
- **Пружина (евроспираль)** – элемент для скрепления листов.

• **Ригель** – металлическая или пластиковая планка с отверстием для подвешивания.

• **Люверс** – металлическое кольцо для подвеса календаря.

А МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- **Мелованная бумага** – бумага, покрытая слоем мела и связующих веществ, яркая, гладкая, глянцевая или матовая, подходит для цветных изображений и фотографий.
- **Офсетная бумага** – матовая, шероховатая и пористая бумага, отлично впитывает краску.
- **Картон (мелованный / дизайнерский / ламинированный)** – используется для подставок и подложек.
- **Бумвинил** – переплетный материал из бумаги с полимерным покрытием.
- **Экокожа** – мягкий полимерный материал с текстурой.
- **Ламинация (матовая, глянцевая, текстурированная)** – покрытие специальной пленкой для защиты и презентабельного вида календаря.
- **Лак** – УФ-лакирование для подчеркивания и выделения акцентов. Может быть глянцевым или глиттерным (с блестками).

«Майя Шинкевич, Mugal: «Ламинацию выполняют с одной или двух сторон, она может быть матовой или глянцевой, голографической или металлизированной. На постере практически всегда уместна: придает и плотность, и блеск, или, наоборот, создает матовость, если нужно расставить акценты и в дальнейшем используется выборочный лак».



Фото: «Астарта», <https://astarta-studio.ru>



СОВЕТЫ И ЛАЙФХАКИ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

❗ Главное правило: брендинг не должен мешать основной функции календаря – показывать даты. Если пользователь щурится, пытаясь разобрать число, дизайн провален. Размещайте логотип и контакты так, чтобы они не отвлекали от восприятия дат.

❗ Применяйте креатив: например, нестандартную вырубку в виде логотипа или тематического предмета; используйте в оформлении календаря дерево, акрил, металлизированные стикеры.



Индивидуальные курсоры

Фото: «Астарта», <https://astarta-studio.ru>

«Наталья Великанова, ТМ «Адъютант»: «Несколько лет назад один из наших заказчиков поделился историей: получатель настолько впечатлился дизайном шпигеля календаря, что после окончания года оставил этот элемент на стене уже в качестве картины. Для нас это лучшее подтверждение того, что качественный календарь может «жить» гораздо дольше своего календарного срока».

❗ Важные мелочи, которые делают календарь премиальным и функциональным: декоративные элементы – фольгирование, тиснение, выборочный лак – подчеркивают необходимое и придают изделию индивидуальность.

❗ Используйте интерактивную печать: AR, QR, NFC, которые могут вести на сайт компании, видеопоздравление или электронный каталог, – оживите календарь с помощью новых технологий.

❗ Цветная пружина или крупный курсор – недорогой, но стильный акцент.

«Наталья Процыкова, «Лабиринт»: «Резка материала перед печатью должна быть правильной (по долеговой линии). Это не всегда экономно, а при некоторых размерах даже затратно — отсюда правило: разумнее подстроиться под формат, а не настаивать на своем. Зачастую разница в сантиметр позволит не выйти за рамки разумной стоимости и визуально незаметна».

«**Сергей Титов, «Астарта»:** «Магнитный курсор с металлической ответной частью – очень популярное решение среди заказчиков, придающее календарю индивидуальность. Клиенты выбирают как стандартные формы (прямоугольную, круглую, звезду, шестеренку), так и просят сделать их фирменный курсор, повторяющий логотип компании, графические образы корпоративного стиля или форму основной продукции».

❗ Мелованная бумага (130-170 г/м2) идеальна для настенных и настольных перекидных календарей: она хорошо держит форму и выглядит презентабельно.

❗ Офсетная бумага подойдет, если планируете делать заметки: ручка и карандаш на ней пишут лучше, чем на мелованной.

❗ Плотный картон (1,2-2 мм) необходим для подставки «домика» и основания настенных моделей, иначе конструкция быстро деформируется.

❗ Ламинация (гляцевая или матовая) защитит календарь и добавит прочности.

❗ Если нужна плотная шапка календаря или предполагается фигурная вырубка, заказывайте кашировку на плотный переплетный картон.

❗ Для подарочных календарей закажите индивидуальную коробку, конверт или тубус в фирменном стиле – это важная часть презентации.



Фото: «Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>

«**Наталья Великанова, ТМ «Адъютант»:** «Не стоит откладывать производство календарей на последний момент. Особенно если речь идет об индивидуальных календарных блоках, нестандартных конструкциях или эксклюзивных материалах. Предновогодний сезон традиционно является самым загруженным для производств, поэтому спешка может ограничить выбор материалов, технологий и увеличить стоимость проекта. Чем раньше начинается работа над календарем, тем больше возможностей реализовать действительно качественное и эффектное изделие».

❗ Чтобы сэкономить без потери качества, увеличивайте тираж: чем больше экземпляров, тем ниже стоимость одного.

❗ Заказывайте календари вне высокого сезона: летом и ранней осенью типографии часто предлагают скидки.

❗ Пробный тираж: обязательно закажите образец перед запуском основного тиража – это позволит внести правки и избежать ошибок.

РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ ПРИ ЗАКАЗЕ КАЛЕНДАРЕЙ

❌ **Игнорирование технических требований к макету:**

- неправильный формат файла;
- размещение важных элементов слишком близко к краю;
- использование RGB вместо CMYK (оттенки в печати будут отличаться);
- опечатки в датах, месяцах, праздниках или корпоративных данных.

❌ **Ошибки в дизайне:** слишком мелкие элементы могут стать нечеткими при печати в несколько цветов; очень насыщенные тона темных оттенков дадут отмар краски на соседние листы, а на сгибах материал может лопнуть и оставить следы. Кроме того, излишне насыщенная печать отлично «собирает» отпечатки пальцев, что выглядит малопривлекательно.

❌ **Нереалистичные дизайнерские идеи:** сложные формы или экзотические материалы (например, линолеум или керамическая плитка) могут быть технически невозможны или слишком дороги.

❌ **Неправильный расчет тиража:** малый тираж на офсете дорог, а большой «про запас» рискует остаться невостребованным.

❌ **Экономия на материалах:** дешевая бумага просвечивает и теряет форму, а некачественная фурнитура портит внешний вид изделия.

❌ **Экономия на упаковке:** плохая упаковка вызывает повреждения при доставке (вмятины, заломы).

Благодарим за помощь в подготовке материала:
«Лабиринт», <https://labirint.spb.ru>
«Норгис Пресс», <https://norgis.ru>
«Адъютант», <https://adjutant.ru>
«Нью-Тон», <https://new-ton.org>
«Астарта», <https://astarta-studio.ru>
Mural, <https://mural.ru>



ЕСЛИ «ТОЧКА», ТО «СУВЕНИРНАЯ»!

Онлайн-платформа для прямых переговоров «Сувенирная Точка» давно зарекомендовала себя как эффективный инструмент рынка бизнес-подарков, сувениров и мерча. Каждая сессия – это уникальная возможность для поставщиков и заказчиков найти друг друга без посредников и лишних затрат.

Весной 2026 года, с 16 по 27 марта, мероприятие собрало более 50 поставщиков и свыше 200 заказчиков. Причем количество «молчунов» среди последних стало рекордно низким – всего 15%! Для заказчиков участие, как всегда, было бесплатным.

Что касается **технических новшеств**, на площадке появились следующие опции:

- **выгрузка списков участников в формате Excel** для удобства работы вне платформы (пометки, комментарии и т.д.);
- **возможность указать причину отмены или переноса видеовстречи** (например, «не интересует данная тематика продукции»), что позволяет поставщикам лучше ориентироваться в коммуникации с заказчиками.



Среди заказчиков весенней сессии «Сувенирной Точки» такие компании, как ООО «ТНК», АО «Зарубежнефть», МЧС России, Комитет по туризму города Москвы (Мостуризм), АО «Газпромбанк», АО «ТД «БЕЛАЗ», ООО «Аврора СПГ», АО «НК «Нефтиса», АО «НЗПП Восток», АО «Коломенский завод», Тюменская областная Дума, ФГБЦ ЦЖКУ Минобороны России, Иркутский национальный исследовательский технический университет (ИРНИТУ), АО «Желдорремаш», «Миасский Завод Медицинского Оборудования», ГК «1С-Рарус», ООО «ФАРМИКА», ОАО «В/О «Авиаэкспорт», ООО «ТД «ХИММЕД», ООО «Завод СпецАгрегат», ПАО «Тамбовский «Электроприбор», ГК «Энергоконтракт», ООО «ПАССАТСТАЛЬ», ООО «Агростратегия», ООО «АГРОИНВЕСТ», ООО «ПромЭлектроМаш», Ярославский музей-

заповедник, АО «ОЗНА-Измерительные системы», АО «Государственный рязанский приборный завод», ООО «Торговый Дом «Югнефтемаш», SBI Bank LLC, ОАО «Уралтрубпром», ООО «МЗМО», АО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат», АО «Подольский машиностроительный завод», ОАО «Металлист», АО «Боровичский комбинат огнеупоров», ООО «Востокцемент», ОТК «ЮниТранс», ООО «Кубань-Вино», Нижегородский планетарий им. Г.М. Гречко, ООО «Пром ЭлектроМаш», ООО «Сыктывкарский фанерный завод», АО «Апатит», АНО «Центр Желдорреформа», Национальная ассоциация организаторов мероприятий, ФБУН ЦНИИ Эпидемиологии Роспотребнадзора, ФГУП КП «Кремлевский», МГТУ «Станкин» и многие другие.

ГЕОГРАФИЯ ПОСТАВЩИКОВ

Другие регионы



Согласно этой статистике, мы видим, что большинство крупных поставщиков и производителей сувенирной продукции и мерча базируются в Московском регионе, но, конечно, им не ограничены. Для других российских компаний, которые хотят найти новых клиентов и рынки сбыта, участие в «Сувенирной Точке» – отличная возможность для роста и развития.



Среди поставщиков осенней сессии «Сувенирной Точки» такие компании, как Императорский ювелирный дом «Русские Самоцветы», Mozabrick, Caspi Group, FIRECUP, N-Direct Gift, Vivere Gifts, ИПК «Платина», «ЙО!каталог», «Лабиринт», «Магия Трав», РПК «Пи-Ай-Ви», «Московская Студия Печати», «РУСФЛАГ», Шоколадная Фабрика «Криолло», «Четыре Сезона», РПК «Шелковая Сова», «Промофабрик», «Абаканские сладости», «АБВГДЕЙКА» и другие.

ОТЗЫВЫ ПОСТАВЩИКОВ

«Абаканские сладости» (сладкие подарки): «Оптимальный онлайн-формат мероприятия, потенциальные заказчики собраны в одном месте, есть возможность получить прямые контакты сотрудников, принимающих решения о закупке корпоративных подарков и сувениров. Работать на платформе удобно, никаких замечаний нет».

«Магия трав» (чай и бальзамы на основе трав Алтая): «Удобный онлайн-формат и оптимальная длительность мероприятия. Техническое устройство платформы тоже очень понравилось, интерфейс и все функции интуитивно понятны. Заказчики, с которыми мы общались, были заинтересованы в сотрудничестве, мы обменялись контактами и продолжили общение уже лично. Обязательно примем участие в осенней сессии. Выражаем благодарность команде «Сувенирной Точки» за отличную работу!»

Mozabrick / Qbrx / RingString (наборы для творчества): «Очень нравится формат проведения «Сувенирной Точки», всегда есть возможность быть на связи и общаться с потенциальными партнерами на онлайн-площадке. Время проведения весенней сессии выбрано удачно: у контрагентов есть время запросить товар, получить образцы, поучаствовать в тендерах. Двух недель вполне достаточно, чтобы качественно пообщаться со всеми заинтересованными компаниями. В работе платформы также все устроило. Решили, что также будем участвовать в сентябрьской сессии мероприятия».

FIRECUP (дизайнерские очаги для костра, барбекю): «Комфортный удаленный формат онлайн-выставки: можно посещать сайт (цифровое выставочное пространство) несколько раз с минимальными временными затратами. Время проведения весенней сессии удобно, так как в нашем случае это начало сезона. Если говорить о заказе корпоративных подарков к Новому году, то время также подобрано оптимально, ведь именно летом или даже ранее в большинстве компаний закладывается бюджет на новогодние презенты. Длительность проведения мероприятия тоже устроила, двух недель вполне достаточно. В общем, оцениваем соотношение «цена – качество» на твердые 5/5».

WOOD KUBIK (сувениры и игрушки из дерева): «Благодарим организаторов за возможность участия в выставке онлайн. Удобно, что всех заинтересованных заказчиков можно найти на одной платформе, есть возможность при желании провести видеовстречи. В настоящее время ведем переговоры о поставке продукции с шестью компаниями».

Darsy Vox (подарочные наборы): «Удобные формат, время и длительность мероприятия, за две недели можно успеть пообщаться со всеми заказчиками. Соотношение «цена – качество» отличное. В техническом плане тоже все устроило».

«Галерея авторских бокалов» (бокалы с фарфоровым декором ручной работы внутри): «Мы участвуем в «Сувенирной Точке» уже не первый раз, очень нравится онлайн-формат: здесь собраны компании, уже заинтересованные в сотрудничестве. Тогда как на офлайн-выставках много «пустых» разговоров. Договорились с одной крупной компанией о заказе нашей продукции, что очень радует. Сайт мероприятия работает отлично, все понятно и доступно. Команда также на высоте, менеджеры быстро и профессионально решают все возникающие вопросы».

ОТЗЫВЫ ЗАКАЗЧИКОВ

«Выбор» (новогодние, корпоративные, авторские подарки): «Удобный онлайн-формат переговоров, который дает значительную экономию времени. Количество разноплановых поставщиков в каталоге устроило. Мы искали корпоративные подарки к Новому году 2027 и другим праздникам, нашли нужных партнеров и договорились с ними о заказе продукции. Также хотелось бы отметить отличное техническое устройство сайта и слаженную работу команды «Сувенирной Точки», молодцы! Обязательно поучаствуем в онлайн-выставке в сентябре 2026».

«ИНВЕРСИЯ» (комплексная автоматизация кредитно-финансовых организаций): «Формат, время проведения и длительность весенней сессии «Сувенирной Точки» – все понравилось. Однако хотелось бы видеть в каталоге поставщиков больше уникальных производителей, которые создают необычные сувениры».

«АВРОРА СПГ» (создание инфраструктуры производства и потребления сжиженного природного газа): «Очень понравился онлайн-формат мероприятия: можно зайти на платформу и пообщаться с потенциальными поставщиками в удобное время. Мы были заинтересованы в деловых подарках для профессиональных праздников, а также к Новому году и для пополнения склада. Проводили переговоры, отмечали те компании, чья продукция понравилась. Хотелось отметить, что с каждым разом и пул участников, и организационные моменты становятся все удобнее и лучше. Единственное: хотелось бы видеть побольше поставщиков необычных подарков, компаний с эксклюзивным ассортиментом. Технически все удобно и продумано, команда «Сувенирной Точки» всегда на связи, если возникал какой-то вопрос, сотрудники максимально оперативно отвечали и помогали. Спасибо за ваш труд! Обязательно вернемся на «Сувенирную Точку» в сентябре».

ООО «Током-Элит» (дистрибуция ингредиентов для пищевого производства): «Удобные формат и время проведения мероприятия, проще планировать и включать выставку в график. Поставщиков было представлено достаточно, удалось договориться о поставках интересующей нас продукции. Работа на платформе организована хорошо, все понравилось. Большое спасибо организаторам «Сувенирной Точки», появилось много новых идей и контактов. Будем принимать участие и в следующих сессиях».

«Миасский Завод Медицинского Оборудования» (оборудование для области здравоохранения и высокотехнологичных отраслей производства): «Участвуем в мероприятии не первый год. В этот раз искали полиграфические услуги, компании с собственным производством. Обменялись контактами с заинтересовавшими нас поставщиками. Хотелось бы видеть больше производителей, изготавливающих сувениры по индивидуальному заказу из металла, дерева, пластика. На сайте удобная навигация, все нравится».

«ВНИИПП - филиал ФНЦ «ВНИТИП» (научная и коммерческая деятельность в сфере птицеперерабатывающей промышленности): «Наша организация участвовала в мероприятии уже в третий раз. Интересовали участники с предложениями сувенирной и полиграфической продукции – это для нас всегда актуальная тема. Предложений было много, обменялись контактами. Нам все понравилось, большое спасибо организаторам за представленную возможность найти партнеров».

«ЮниТранс» (транспортно-логистическая компания): «В «Сувенирной Точке» участвуем с самого старта проекта. Подбор участников всегда интересный, нравится, что помимо рекламных агентств, есть и производители, – мы ориентируемся именно на них. В этот раз общались с несколькими такими компаниями, от одной получили образцы продукции, надеемся на будущее сотрудничество. В целом платформа вполне удобна для решения поставленных задач. Онлайн-формат и возможность переписки в чате действительно помогают экономить время, при этом охватывая большое количество информации. Благодарим организаторов за очень полезное отраслевое мероприятие!»

«НЕГУС ЭКСПО Интернэшнл» (строительство выставочных стендов в России и за рубежом): «Принимаем участие в «Сувенирной Точке» уже в третий раз, эта сессия запомнилась тем, что было представлено много новых интересных компаний. Мы искали корпоративные сувениры с брендингом, нашли несколько новых поставщиков. С технической точки зрения платформа работает прекрасно».

«Маджента» (полный комплекс услуг в области рекламного производства): «Мы участвуем в «Сувенирной Точке» уже второй год. Эта сессия запомнилась новыми для нас поставщиками и новыми идеями. Причем «новенькие» – в основном узкопрофильные компании, выпускающие 1-2 продукта, – заинтересовали своим сервисом, ценами и оперативностью. Благодаря участию в мероприятии мы расширили пул своих поставщиков в категории «Аромапродукция и свечи». Из пожеланий: хотелось бы дополнить каталог компаниями, предлагающими продукцию для HoReCa (папки меню, брендированные салфетки, униформа и т.д.). В технической части работы платформы все устраивает, удобно, что сайт работает и не в активном режиме, всегда можно зайти и получить нужную информацию. Спасибо организаторам!»

«Поло Раша» (оборудование для фармацевтической и пищевой промышленности): «Мы участвуем в онлайн-выставке в четвертый раз, всегда радует большой выбор поставщиков и интересной продукции, в том числе и индивидуальных решений. В рамках весенней сессии было несколько интересных для нас предложений, пока они находятся в стадии обсуждения».

«Фирма «ММС» (акустическое и звуковое оборудование): «Это уже наша третья сессия, и каждая из них приносит что-то новое. В этот раз особенно поразило большое количество и разнообразие представленных компаний-поставщиков. Мы всегда находим для себя что-то интересное, особенно в плане качества и оригинальности исполнения продукции. Для нас, как для компании с высокими требованиями к качеству, это очень ценно. Несмотря на высокую рабочую загруженность во время сессии, мы смогли установить контакты с многими участниками и ознакомиться с их предложениями. Хотя на данный момент у нас не было срочных потребностей, наш опыт показывает, что в течение года мы часто обращаемся к компаниям, с которыми познакомимся на подобных мероприятиях, при появлении актуальных запросов. Представленные категории товаров полностью соответствовали нашим рабочим направлениям, а кое-где даже превзошли ожидания. Мы обнаружили для себя новые товарные группы, которые обычно не рассматривали, и это заставило нас пересмотреть свои взгляды, а возможно, и попробовать что-то новое. Организация сессии на высоком техническом уровне позволила нам за короткий промежуток времени познакомиться с большим числом поставщиков. По итогам каждой сессии мы формируем список потенциальных партнеров и категорий товаров, которые планируем рассматривать для дальнейшего сотрудничества».

OPTIMIST.CLUB (рекламное агентство, сувенирная продукция и подарки с логотипом): «В мероприятии участвуем не в первый раз. Эта сессия более структурирована, в чате для заказчиков анонсировались тематические блоки продукции, что значительно упрощало поиск подрядчиков. Также в рамках весенней сессии пул поставщиков существенно увеличился, хотелось бы отдельной позицией выделить производителей спортивной и фанатской атрибутики, а также ручных спортивных снарядов. По технической части претензий и предложений на данный момент нет, все устроило».

«Кубань-Вино» (винодельня, производство полного цикла): «Наша компания уже трижды участвовала в «Сувенирной Точке». В этот раз было больше экспонентов, много интересных и новых производств. Мы всегда стараемся отличаться и выделиться своим фирменным мерчем, поэтому проводим тщательный отбор поставщиков. Что особенно ценно, среди участников мероприятия можно найти и небольшие производства с уникальной ручной работой. Спасибо команде «Сувенирной Точки» за возможность познакомиться и узнать больше о компаниях с таким эксклюзивным ассортиментом».

Следующая сессия «Сувенирной Точки»:

14-25 сентября 2026

По вопросам участия:

+7 (985) 997-01-54, +7 (910) 427-81-48, +7 (926) 581-16-43

для заказчиков – info@gift-meet.ru

для поставщиков – manager@gift-meet.ru

www.gift-meet.ru

IFSA 25 ЛЕТ



30-31 августа 2027



Москва, Крокус Экспо

До встречи
на юбилейной выставке
промопродукции,
мерча, оборудования
и технологий для рекламы



Принять
участие
со стендом

Организатор:



ООО «ЭВР» • РЕКЛАМА



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.
Окрашивание в любой оттенок. Гравировка вашего изображения.

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



www.f183opt.ru