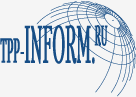
[](http://www.tpp-inform.ru/)

«День бренда 2015»: России нужна госпрограмма продвижения национальных брендов

*23 октября 2015 г.*

*Сегодня в Торгово-промышленной палате РФ проходит конференция «День бренда 2015», на которой рекламисты страны обсуждают влияние рекламы и индустрии брендов на развитие современной экономики. Конференция проводится Содружеством производителей фирменных торговых марок НП «Русбренд» и Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) при поддержке Торгово-промышленной палаты РФ.*

*В мероприятии принимают участие депутаты Государственной Думы ФС РФ, руководители профильных министерств и ведомств, первые лица компаний-производителей, топ-менеджеры коммуникационных агентств России, эксперты в области рекламы и СМИ.*

*Конференция является широко зарекомендовавшей себя деловой площадкой для открытого, конструктивного диалога представителей рекламной отрасли и  государственной власти, обмена мнениями по актуальным вопросам развития рынка рекламы и индустрии брендов.*

В этом году ключевой темой конференции является влияние рекламы и индустрии брендов на развитие современной экономики. В программе мероприятия обсуждение актуальных вопросов регулирования рынка рекламы, а также вопросов создания и продвижения международных и национальных брендов на российском рынке в новых экономических условиях.

Сильные бренды придают устойчивость экономике государства в сложные периоды, ослабляют влияние кризисных явлений.

Формирование российских брендов, их продвижение внутри страны и на зарубежных рынках идет в широком спектре производства товаров и услуг. Но эти процессы сдерживаются административными барьерами, отсутствием полноценной инфраструктуры брендинга и программ его поддержки.

Формирование бренда невозможно представить без рекламы. Эффективность рекламного рынка определяется наличием стабильной правовой основы. Закон о рекламе, подготовленный в начале 90-х по инициативе ТПП РФ и зарождавшегося тогда рекламного сообщества, уже почти 20 лет регулирует рекламный рынок. Но у этого закона тяжелая судьба. Трудно найти другой действующий законодательный акт, который подвергся бы за этот период стольким ограничительным изменениям. Вот и в текущем году внесена уже 21 поправка, в основном депутатскими инициативами. ТПП РФ вместе с другими предпринимательскими объединениями добились решения о включении принимаемых к рассмотрению поправок в законы в систему ОРВ.

Непростая ситуация складывается и с введением ГОСТа наружной рекламы.

Невозможно представить эффективный брендинг без выставок. Палата выступила инициатором и участником разработки Концепции развития выставочно-ярмарочной деятельности в стране, которая утверждена правительством. Она уже реализуется, например, месяц назад начал функционировать новый современный выставочный комплекс в Краснодаре. Но в целом по стране современных выставочных площадок катастрофически не хватает, во многих регионах отсутствуют возможности обеспечить весь необходимый объем современных выставочных услуг, особенно для промышленных выставок.

Слабым звеном продвижения российских производителей за рубежом остается скромное участие в зарубежных выставках, масштабы национальных экспозиций, их наполнение на ведущих мировых отраслевых смотрах.

Отдельно заслуживает внимание вопрос брендинга компаний и продукции малого бизнеса. Ежегодно проводя конкурс «Золотой Меркурий», ТПП РФ выявляет много интересных современных малых предприятий, выпускающих качественную продукцию. Но им, как правило, не хватает средств, профессиональных знаний и возможностей для формирования конкурентоспособного бренда. За последний год Палата совместно со специалистами из отраслей легкой пищевой промышленности организовала более 20 образовательных семинаров, тренингов, раскрывающих особенности создания и продвижения брендов. И эта практика будет продолжена.

Огромный ресурс – брендинг территорий: регионов, городов, памятных исторических мест. ТПП РФ накоплен очень интересный опыт, который палата стремится обобщать и использовать с учетом местных особенностей других регионов. Региональная и муниципальная власть проявляет к брендингу территорий все больший интерес.

В рамках Красноярского экономического форума в феврале 2016 года ТПП РФ готовится провести секцию «Брендинг городов и регионов России» и приглашает к сотрудничеству.

Мировой опыт таких стран, как Германия, Италия, Япония показывает, что эффективно решить задачу продвижения российских брендов как на внешние рынки, так и внутри страны можно координируя и сопрягая действия бизнеса, органов власти, гражданского общества. По экспертному мнению ТПП РФ, необходимо приступать к работе по созданию государственной программы поддержки и продвижения российских брендов.

http://www.tpp-inform.ru/analytic\_journal/6277.html