

Будущее за российскими брендами



Светлана Милованова
главный эксперт Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности ТПП РФ

В настоящее время в условиях искусственного ограничения торговых отношений значительно возрастает роль выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности как инструмента продвижения отечественной продукции на внутренний и внешние рынки. Очень важно совершенствовать порядок организации российских экспозиций за рубежом, повышать их маркетинговую и экономическую эффективность, что будет способствовать росту промышленного экспорта и усилению позиций России в глобальной экономике.

На сегодняшний день эффект от участия в таких мероприятиях и от их посещения зачастую недостаточен. Причина – отсутствие предварительного анализа конкурентоспособности российской продукции на определенном отраслевом рынке страны, где проходит мероприятие.

Что касается внутреннего рынка, то многолетний опыт заставляет российских граждан приобретать в основном изделия знаменитых мировых брендов, оставляя иногда более качественную и более дешевую продукцию отечественных производителей в стороне. В результате в России складывается уникальная бизнес-стратегия – завоевание рынка внешнего в качестве шага к продвижению российских брендов на внутренний рынок. Особенно это наглядно видно в текстильной отрасли.

Сегодня много говорится о переориентировке российского бизнеса на страны АТР и о его частичном «уходе» с европейских рынков. Несмотря на это, налаженные годами торговые связи успешно продолжают в сферах, где нет наложенных ограничений. Многие российские компании считают, что в условиях санкций появляются новые возможности для бизнеса.

Для поддержки внешнеэкономической деятельности региональных торгово-промышленных палат, ТПП РФ создает новый маркетинговый инструмент для участия в зарубежных мероприятиях – Торговые Миссии ТПП РФ. Предполагается, что Миссии под единым брендом будут проводиться с учетом особенностей различных стран с целью продвижения продукции российских предприятий на международные рынки.

После вступления в ВТО нет возможности со стороны государства оказывать прямую финансовую поддержку предприятиям, тем не менее, есть возможность господдержки участия предприятий в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях.

Итак, от теории к практике: на примере отечественной текстильной отрасли планируется ввести в практическое действие механизм продвижения российских брендов на зарубежные рынки посредством Международных Торговых Миссий ТПП РФ.

31 октября 2014 года в рамках 32-го сезона Недели моды в Москве впервые был проведен круглый стол: «Экспортный потенциал российской моды и брендов», организованный ТПП РФ совместно с МОО «Ассоциация высокой моды и прет-а-порте» с участием Минпромторга России и Минэкономразвития России, где обсуждался механизм продвижения российских брендов на международные рынки при непосредственном содействии ТПП РФ.

Ведущие российские дизайнеры Виктория Андреянова, Елена Шипилова, Юлия Бунакова и Евгений Хохлов, представители российского бренда Radical Chic и другие участники круглого стола поддержали актуальность предложения ТПП РФ и выразили заинтересованность в участии в Торговых Миссиях на выставочно-конгрессных мероприятиях в Италии, Франции и Китае.

Речь шла об использовании Международных Торговых Миссий ТПП РФ как современного маркетингового инструмента продвижения российских брендов на ведущих европейских выставках в области индустрии моды. Обсуждалась также возможность повышения уровня квалификации российских дизайнеров в ведущих европейских институтах

маркетинга и дизайна, не выезжая из России, включая использование современной системы для проведения вебинаров, действующей на базе ТПП РФ.

Среди заинтересованных участников Международных Торговых Миссий – ООО «Дом моды Виктории Андреяновой», который уже более 20 лет успешно работает на российском рынке. Виктория Андреянова является одним из самых известных дизайнеров России, основателем собственного Дома моды, обладателем двух «Золотых манекенов», множества наград и званий в области моды.

Комментируя результаты заседания круглого стола, Виктория поддержала идею организации Торговых Миссий. Кроме того, она выразила надежду, что это поможет брендам компании Victoria Andreyanova и Parole by Victoria Andreyanova продолжить с положительным результатом участие в европейских международных выставках, где после представления коллекций компании мировым байерам, они получили множество заказов из Европы, Америки и Японии.

Виктория также подчеркнула, что в связи с ростом цен на мировую валюту, предприятие испытывает трудности на российском рынке, т.к. все материалы для пошива закупаются в Европе. Выход на международные рынки даст возможность компании получить заказы в валюте и наладить производство в России, развивая российский рынок и участвуя в программе импортозамещения страны.

Торговые Миссии ТПП РФ как новый маркетинговый инструмент будет привлекать к участию в миссиях отраслевые союзы, ассоциации и другие организации, используя ресурсы российских загранпредставительств и представителей Палаты за рубежом. Представители федеральных органов исполнительной власти выразили готовность к сотрудничеству по этому направлению.

На фото сверху: Российский бренд Victoria Andreyanova SS 2015

Профессионалы итальянского рынка одежды, работающие в сегменте Premium, дали следующие характеристики коллекции Victoria Andreyanova SS 2015: «Вдохновляющая коллекция, напоминающая стиль Lanvin и шарм Chloe».