

КРУГЛЫЙ СТОЛ

ЗАСЕДАНИЕ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ЖЮРИ

Качественное изменение сувенирной продукции, которую сейчас может предложить российский производитель, сложности, с которыми он сталкивается на пути к своему покупателю, поддержка со стороны государства — темы, которые стали основными на обсуждении во время круглого стола



ОПЫТ — ЛУЧШИЙ УЧИТЕЛЬ

Международная ассоциация презентационной продукции проводит конкурс среди отечественных производителей шестой год подряд. За это время, по словам постоянных участников экспертного жюри, они видят рост качества изделий, претендующих на премию. **Лео Костылев** отметил, что оно растёт пропорционально накопленному производственному опыту.

— Собственно говоря, мастерство никаким другим образом прирастать не может. Это может происходить только через опыт. Нельзя в теории познать, как сделать качественное изделие, а потом взять и сразу начать его делать.

Организаторы Премии отметили, что она и создавалась для того, чтобы можно было проследить развитие в динамике, дать возможность производителю показать свою продукцию и увидеть, что делают другие. Отсюда вытекает и сформированная Ассоциа-

цией задача, стоящая перед «Державой мастеров».

— Одной из целей нашей премии всегда было и остаётся: помогать, каким-то образом продвигать малые предприятия, которые занимаются производством сувенирной продукции.

ИНВЕСТИЦИИ И/ИЛИ ЛЬГОТЫ?

Специфика отечественного рынка сувенирной и презентационной продукции заключается в том, что занимаются её изготовлением так называемые объекты малого предпринимательства. Да и самих мастеров пока не очень много. В таких условиях очень остро встаёт вопрос о поддержке со стороны государства. То, в чём именно она должна заключаться, мнения участников круглого стола сильно разошлись.

Если одни считали, что рыночная экономика сама расставит всё по своим местам, то другие были уверены, что для развития данного сектора требуются серьёзные финансовые влива-

ния, сделать которые может в первую очередь государство.

Многие сошлись во мнении, что государственная поддержка должна проходить мягко и по большому счёту точно, не искажая конкуренцию.

— Поддержка государства должна проходить на уровне инвестиций в перспективное производство при должном его расширении. Основание для инвестиций может быть только одно — конкурентоспособная продукция, — высказал своё мнение Лео Костылев. Он также добавил, что объёмы производства импортной и отечественной сувенирной продукции несопоставимы, и это порождает сложности при ценовой конкуренции: «Здесь государство может помогать, например, дополнительными пошлинами на ввозимую сувенирную продукцию. Такая мера, в некоторых обстоятельствах, может быть оправданной».

Его точку зрения поддержал генеральный директор исторического парка «Россия — моя история» Олег Черныга. Кроме того, он высказал мнение,

VI ПРЕМИЯ МАПП

МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ
ПРЕЗЕНТАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

2019

ДЛЯ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
БИЗНЕС-СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



РОССИЯ МОЯ ИСТОРИЯ





что государство может предоставлять площадки для реализации сувенирной продукции и налоговые послабления: «Поддержка со стороны государства может заключаться в форме каких-то льгот, но я с вами согласен — конкуренция должна быть!»

МЕЖДУ «ДЁШЕВО» И «СЕРДИТО»

Вопрос конкуренции — не единственная проблема, которая сейчас стоит перед российским производителем. Помимо внешних факторов есть и сложности внутреннего характера. Даже на примере самой конкурсной программы Премии многие участники дискуссии обратили внимание, что производители нередко сами не знают, как правильно позиционировать свою продукцию. Одной из причин этого является закрытость самого профессионального сообщества, сложность взаимодействия друг с другом.

В частности, на проблему еще раз указала начальник отдела поддержки туристического сектора при администрации Санкт-Петербурга Светлана Алексеева: «Само сообщество очень закрытое и трудно идёт на контакт. Многие производители не хотят выходить из тени, боятся объединяться друг с другом для продвижения общими усилиями».

Ещё одной особенностью российских сувениров, на которую обратил

внимание арт-директор компании ГОСПЕЧАТНИК Алексей Чачин, является малое количество продукции по средней цене.

— В ряду представленных на конкурс изделий я обратил внимание на почти полное отсутствие предложений средней ценовой категории. Многие отечественные производители занимаются изготовлением либо совсем недорогих товаров, либо наоборот.

КОГДА ДЕНЬ РОССИЙСКОГО СУВЕНИРА?*

Мнение о необходимости продвижения отечественного производителя сувениров стало общим для всех участников круглого стола. Отмечалось, что развитие этого сектора экономики в целом положительно скажется и на смежных с ним, например, туристическом бизнесе. Лео Костылев подчеркнул важность налаживания именно российского производства базовой сувенирной продукции, с упором на национальную и региональную идентификацию.

— Это важно не только для самих предпринимателей — это важно прежде всего для престижа страны. Важно, чтобы человек, уезжая из Петербурга, увозил с собой сувенир, сделанный в Петербурге.

На состоявшемся в прошлом году Съезде российских производителей

сувенирной и подарочной продукции возникла идея о проведении Дня российского сувенира. В ходе дискуссии идея вновь актуализировалась, причём, по мнению руководителя проекта «Музей-фабрика ёлочных игрушек» Игоря Хмелева, логично было бы его проводить в День России: «Это вполне оправдано — в День России покупаем российские сувениры!»

Более того, по словам участников, такая мера не потребует серьёзных финансовых затрат со стороны государства, но послужит хорошим стимулом для развития рынка. Всё, что для этого требуется — политическая воля.

Оргкомитет Премии благодарит Санкт-Петербургское государственное учреждение культуры «Музейно-выставочный центр «Исторический парк "Россия — моя история"» за оказанную поддержку и помощь в подготовке мероприятия! А также партнёров, спонсоров подарков Премии, членов Экспертного совета жюри за внимание к проекту.

До встречи на Торжественной церемонии награждения — 23 октября 2019 г. Москва, ЭКСПОЦЕНТР, выставка «Реклама»!

www.iapp.ru

* О Дне отечественной продукции см. стр. 20