



Международный
независимый институт
аграрной политики

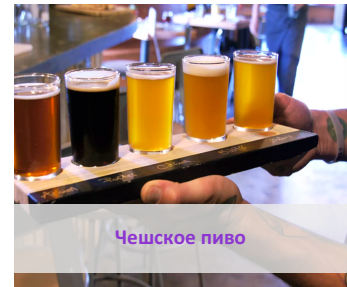
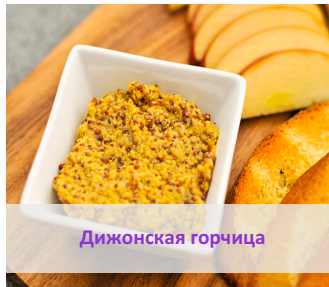
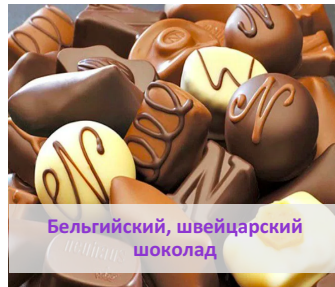
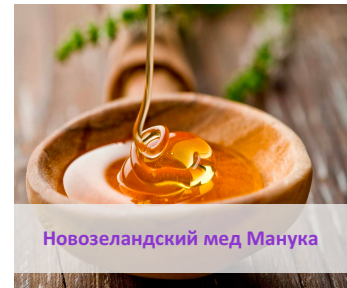
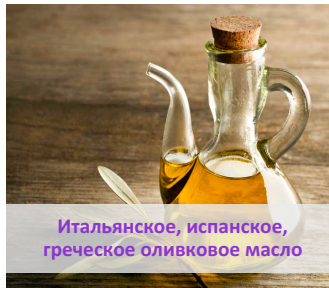
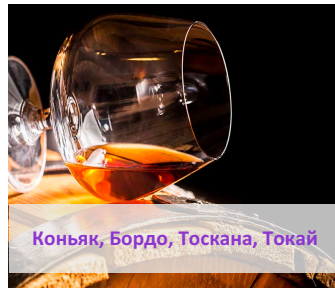
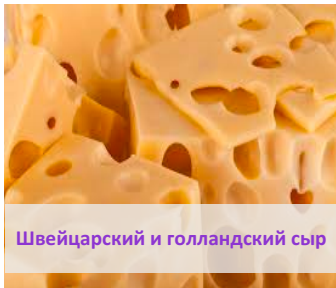
2018

Российские продукты как интернациональный бренд



Продуктовые бренды – важный инструмент продвижения на экспортный рынок продукции национального АПК

Это - известные всему миру зонтичные бренды, либо группы продуктов, объединенные единым географическим происхождением. Их качество, популярность и вкусовые достоинства потребители проецируют на все продукты национального агроэкспорта.



Нужны новые российские продуктовые бренды, продвигающие современные ценности – здоровое, натуральное питание

Россия владела рядом интернациональных продуктовых брендов, но сейчас они утрачены или размыты

Черная икра

- Бренд размыт за счет сильной конкуренции со стороны Ирана а также промышленного производства осетровой икры;

Красная икра

- В мире большей известностью пользуется красная икра из стран Скандинавии

Крабовое мясо «Chatka»

- Бренд присутствует на мировом рынке, но связи с Россией не просматривается

Водка


- Слово стало международным, обозначающим класс напитков. Ведущие игроки рынка – компании Швеции и Франции.

Вологодское масло

- После революции бренд утратил свое значение



Вологодское льняное масло, Кубанское подсолнечное масло



Россия имеет сильные позиции по экспорту растительного (подсолнечного) масла;

Формирование агрокластеров, специализирующихся на производстве премиального масла даст высокую синергию для продвижения всей продукции маслоэкстракционной промышленности на мировой рынок;

Льняное масло имеет высокий диетический потенциал;

Нерафинированные растительные масла традиционно воспринимаются как премиальный, здоровый продукт.



Баранина Северного Кавказа: блэк ангус овцеводства




Основная масса баранины на мировом рынке – Австралия и Новая Зеландия. Это промышленные породы и равнинное содержание

Стада овец на Северном Кавказе содержатся в полудиких условиях, питаются на естественных горных пастбищах


Целевой потребитель – мусульманские страны. Культурная близость с Северным Кавказом может быть использована для продвижения на рынок

Дополнительную синергию дает традиционная кавказская кухня – широко известная в мире, как минимум в среде эмигрантов


Северная сибирская речная рыба: нельма, муксун и др.




«Дикая» рыба, выросшая в условиях нетронутых человеком рек севера Сибири



Новые породы, слабо известные мировому рынку, высокие вкусовые достоинства



Речная рыба – это здоровое питание



Продвижение такого интернационального бренда будет способствовать развитию территорий севера Сибири



Башкирский дикий лесной мед




В Башкирии сохранилась популяция дикой лесной пчелы

Башкирский мед собран в лесу, а не получен на промышленных пасеках


Нетронутая природа Башкирии обеспечивает качество и разнообразие вкусов меда

Мед имеет высокий потенциал продвижения как здоровый продукт питания. Такой опыт уже успешно реализован Новой Зеландией (мед Манука)


Карельская морошка




Ягода с ярким, запоминающимся вкусом. Потенциально – основа для многих продуктов



Хорошие возможности для организации заготовки дикой морошки на севере и северо-западе России



Высокий потенциал продвижения как здорового продукта питания



Возможной проблемой будет потенциальная конкуренция со стороны скандинавских стран. Но Россия обладает значительно большими возможностями производства



Ряженка




Уникальный национальный молочный продукт

Сложная технология производства, ведущие поставщики оборудования не разрабатывают решений для производства ряженки


Высокий потенциал продвижения как здорового продукта питания

Возможность привязать продукт к нескольким регионам – производителям молока (Белгород, Воронеж, Алтай и др.)


Пастила и зефир: Коломна, Белево и др.



Фокус-группы показывают, что на мировом рынке нет полностью аналогичных продуктов



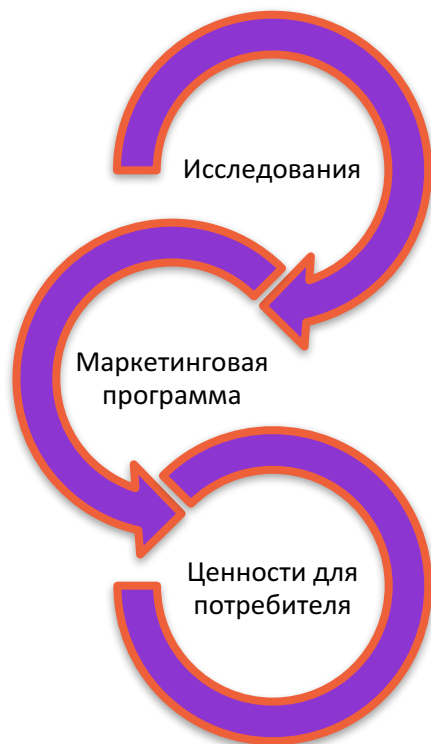
Отличная возможность для формирования легенды бренда: старинный рецепт, географическая привязка, определенные сорта яблок



Здоровое питание, щадящие технологии переработки, натуральное сырье, особые сорта яблок



Продвижение российских продуктов на экспорт – в интересах всего АПК РФ. Поэтому необходима системная государственная поддержка



Цель исследований – увидеть преимущества продукта с точки зрения его пользы для здоровья, его диетической ценности. Результат исследований - «топливо» для маркетинга

Результаты исследований позволяют выявить целевые группы потребителей

Задача продвижения – сформировать для групп потребителей понимание ценности, преимуществ получаемых от потребления российских продуктов

Государственная поддержка – в проведении отраслевыми НИИ целевых исследований национальных продуктов и распространение результатов в профессиональных сообществах по всему миру

Поддержка маркетинговой активности иностранных компаний, продвигающих на рынок своих стран российские продукты, активная позиция на выставках, конгрессах, в отраслевых сообществах